

# Haal meer uit je tv op het werk

Nog niet zo lang geleden was televisie voorbehouden aan de huiskamer. Dat was dé plek. Maar inmiddels is tv overal. Op meer plaatsen in huis, op straat, in wachtkamers, bij recepties van bedrijven, in fitnesscentra en op je smartphone. Steeds vaker kom je een tv tegen op de werkvloer. Het EK voetbal en de Olympische Spelen staan voor de deur. Hoe ga jij daarmee om binnen jouw bedrijf? En: kun je als ondernemer echt voordeel halen uit tv? Je leest er alles over in deze whitepaper.

## In deze whitepaper:

TV en sportzomer

TV als promotiemiddel

TV als onderdeel van je dienstverlening

### Sportzomer

In 2012 is het opnieuw raak met een ultieme sportzomer. We hebben dit jaar het EK voetbal in juni en de Olympische Spelen van eind juli tot half augustus. Daarnaast zijn ook Wimbledon (25 juni – 8 juli) en de Tour de France (30 juni – 22 juli) ieder jaar grote publiekstrekkers. Grote kans dat er bij jou in het bedrijf ook gekeken wordt. Het WK voetbal in 2010 drong uiteindelijk bij tweederde van de bedrijven door tot op de werkvloer. Toen werden er ook wedstrijden overdag gespeeld. Grote voordeel bij het komende EK is dat de wedstrijden elke dag pas na kantooruren gespeeld worden, namelijk om 18.00 uur en 20.45 uur.

## Hup Holland Hup!

Samen kijken naar belangrijke wedstrijden van het Nederlands Elftal of andere grote sportevenementen? Ondernemers geven aan nieuws en sportuitzendingen de komende maanden graag te zien: 17 procent wil minimaal één keer per dag een nieuwsuitzending tijdens het werk zien. Hetzelfde percentage wil het EK voetbal zien en 15 procent de Olympische Spelen. 23 procent van de werkgevers gaf ook aan dat zij een eventuele Elfstedentocht niet wilden missen (Bron: TV-kijkgedrag op het werk – Ketchum PLEON, 2012). Het staat als een paal boven water dat dit de teamgeest zal versterken en dat het de sfeer in je bedrijf ten goede komt.

### Wel even opletten

Om beelden van tv-zenders op het werk te vertonen, heb je in de meeste gevallen toestemming nodig van de auteursrecht-houders. De instelling die dit regelt heet Videma. Deze organisatie geeft vergunningen uit en verzorgt de incasso van vergoedingen, die door hen weer aan de auteursrecht-houders van de programma's wordt afgedragen.

Videma vraagt geen vergoeding voor bedrijven met maar één of twee medewerkers. Heb je meer dan twee fte's in dienst dan betaal je per ruimte een vaste vergoeding. Als je ook tv-aansluitingen op individuele werkplekken wilt, dan geldt een vergoeding per aansluiting.

Meer weten over de benodigde vergunningen? Lees er alles over op [mkb servicedesk.nl/tvophetwerk](http://mkb servicedesk.nl/tvophetwerk)

**tip geen licentie**

Als je tv-beelden via een buitenlandse zender of via Eurosport vertoont, dan hoef je geen Videma-licentie te hebben. Dat is een uitkomst bij belangrijke sportevenementen. Gewoon een buitenlandse zender selecteren en je zit helemaal safe.

Ruim 5.2 miljoen Nederlandse huishoudens vertrouwen al op de kabel voor een ruim aanbod van radio- en televisiezenders. Bijna tweederde van deze klanten kijkt via de kabel naar digitale televisie. (Bron: NL Kabel)

**Ontspanning**

TV op het werk kun je dus gebruiken als informatie- of ontspanningsmiddel voor jezelf en je werknemers. Je kunt een tv in de kantine plaatsen, op een gang, in een ontspanningsruimte, in vergaderkamers of in de werkkamers van het personeel. Van alle werknemers die op het werk wel eens naar tv kijken, doet ongeveer 60 procent dit op de eigen werkkamer.

**Is dit slim?**

TV op het werk kan jou en je werknemers natuurlijk ook afhouden van het belangrijkste proces dat op de werkvloer gedaan moet worden; werken. Maar uit onderzoek blijkt dat ondernemers het niet als een belemmering zien. Één op de vier kleine ondernemers noemt tv kijken een aanvulling op het werk. Voor 15 procent van de ondernemers gaat het alleen om tv-uitzendingen die zij op dat moment niet kunnen missen, voor tien procent dient tv kijken als tijdelijke afleiding. Tachtig procent van de werknemers geeft in het onderzoek ook aan dat tv kijken tijdens het werk geen invloed heeft op de sfeer of bedrijfsvoering. Elf procent vindt het juist op positieve wijze bijdragen aan de werksfeer.

**Aantrekkelijk**

Televisie op de werkkamer kan je bedrijf extra aantrekkelijk maken voor je personeel. Je geeft er in elk geval een onuitgesproken boodschap mee af: je hebt er alle vertrouwen in dat je mensen zelf wel kunnen bepalen of en wanneer en waarnaar ze kijken en dat hun werk daar niet onder zal lijden. In die zin is tv op het werk een vorm van externe promotie.

**Robert van Slijter van GO Markets Europe:** "Houd het vooral zakelijk, zou ik zeggen. Geen familiezendens en zo. Dat is niet erg bevorderlijk voor het bereiken van je doelen. Zakelijk nieuws dat gerelateerd is aan je branche is dat wel. Dat is zinvol."

**Scan**  
"TV op het werk past helemaal in het kader van ondernemen anno 2012. Op welke gebieden liggen er nog kansen voor mij om sneller te ondernemen? Doe de sneller ondernemen scan."

## TV op het werk als promotiemiddel

Met tv op het werk kun je een statement maken. Je kunt bijvoorbeeld in de receptie van je bedrijf op een groot scherm een dynamisch kanaal laten zien met een mengeling van nieuws en sportfragmenten. Daarmee bevorder je dat de bezoeker je bedrijf associeert met actualiteit, snelheid, doorzettingsvermogen en doelgerichtheid. Dus met bepaalde aansprekende waarden.

Wat de kernwaarden die je met je bedrijf wilt uitstralen ook zijn, er is altijd wel een goed tv-kanaal te vinden dat je daarbij helpt.

### De vierde P

Televisie op het werk valt in de meeste gevallen onder de vierde P van het klassieke rijtje van de marketing mix (Product, Prijs, Plaats en Promotie). Het ondersteunt wat je met je bedrijf nastreeft en wilt communiceren naar alle betrokkenen. Dat kan naar buiten toe, dus naar bezoekers en toeleveranciers. En naar binnen, naar je eigen personeel.

Naar buiten toe zal het vaak gaan om een tv-scherm in de receptie of in de wachtruimte voor bezoekers. Je hebt dan in principe twee mogelijkheden: een bestaand kanaal selecteren of een eigen informatiekanaal laten zien. In het eerste geval heb je alleen een digitaal tv-abonnement nodig. In het tweede geval heb je mogelijk een eigen tv-server nodig, die in je netwerk is opgenomen. Meer hierover lees je in het volgende hoofdstuk van deze whitepaper.

Uit onderzoek blijkt overigens dat acht procent van de werknemers die wel eens tv kijkt op het werk, dit bij de receptie van het bedrijf doet. Dus de tv die voor de buitenwacht is opgesteld heeft ook nog enigszins een interne functie.

Van de kleine ondernemers en zzp'ers kijkt drie op de vier alleen thuis televisie. Twaalf procent van de ondernemers kijkt dagelijks tv, negen procent een paar keer per week, zes procent een paar keer per maand. (Bron: TV-kijkgedrag op het werk – Ketchum PLEON, 2012)

**Robert van Slijter van GO Markets Europe:** "Bij de meeste financiële instellingen zie je tv's op de werkvloer. Bij banken, bij vermogensbeheerders en pensioenfondsen. Ik ken weinig instellingen in de financiële wereld die dit niet hebben. Wat precies het rendement ervan is, valt moeilijk in te schatten. Dat kun je eigenlijk niet meten. Maar het is prettig als je zakelijke informatie in een visuele vorm gepresenteerd krijgt. Soms geeft een interview met een industrieel of een politicus net wat meer achtergrond en diepgang. Dat kan enorm belangrijk zijn. Tv is een van de vele informatiebronnen die we benutten."

### tip mediaplayer

Als je een mediaplayer gebruikt om je eigen commercials uit te zenden zorg er dan voor dat je een type hebt dat altijd aan kan staan. Sommige players schakelen zichzelf na een bepaalde tijd automatisch uit en dat is precies wat je niet moet hebben.

## TV op het werk als onderdeel van je dienstverlening

Als het gebruik van tv onderdeel uitmaakt van je dienstverlening, dan raakt dit de kern van je bedrijfsvoering. Het maakt dan onderdeel uit van je primaire proces. Daarbij gaat het niet meer om de vierde P van Promotie, maar om de eerste van Product. Met andere woorden: de inzet van tv is hier bedrijfskritisch.

Denk aan hotels en pensions, aan campings en congrescentra, aan zorg- en onderwijs- en overheidsinstellingen. Maar ook in de financiële dienstverlening is tv vaak onmisbaar. Daar gaat het vooral om het volgen van het nieuws. Alles wat er in de wereld gebeurt heeft effect op de financiële markten, dus goede informatie is in deze branche goud waard. Uiteraard geldt dit ook voor de media zelf.

Er zijn in ons land tal van bedrijven die zich gespecialiseerd hebben in specifieke vormen van inzet van tv, zoals hotel-tv en tv voor ziekenhuizen. Dit is werk voor specialisten. Het gaat vaak om veel tv-aansluitingen. Het signaal dat wordt doorgegeven moet dan overal sterk genoeg zijn. Dat is niet iets om zelf mee aan de slag te gaan. Overlaten aan vakmensen is hier het devies.

### Extra mogelijkheden

Bovendien zijn er vaak extra's nodig, zoals het begroetingsscherm, waarmee je als gast in een hotelkamer of conferentiecentrum wordt verwelkomd. Of een diashow, waarin de fitnessruimte wordt aangeprezen of het restaurant. Of een nieuw product.

Je kunt er zelfs voor kiezen een eigen informatiekanaal toe te voegen aan de tv-kanalen die standaard worden doorgegeven. Op dat kanaal kan je videobeelden van je product of dienst laten zien.

Een andere mogelijkheid is dat je de kanalen die je aanbiedt, aanpast aan de nationaliteit van je bezoekers. Dus als je veel Duitse gasten hebt, zorg je er voor dat er een ruime keuze is uit Duitstalige kanalen.

**Welke aansluiting heb ik nodig?**

Een tv-aansluiting via de kabel is nog altijd het meest betrouwbaar. Net als thuis kun je ook kiezen voor digitale televisie via de kabel. Zo'n beetje alle tv-aanbieders hebben speciale zakelijke pakketten, geschikt voor meerdere aansluitingen. De pakketten zijn ook te combineren met telefonie en internet. Door de voordelige combinatie kost het je vaak niet veel extra om ook televisie op het werk te nemen. Meer informatie vind je bijvoorbeeld op [de site van Ziggo zakelijk](#).

**tip maatwerkregelingen**

Er zijn maatwerkregelingen voor de afdracht van auteursrechten van tv-beelden in situaties met veel tv-aansluitingen. Onder meer voor hotels, bed & breakfasts, jeugd- en jongerencentra, cafés, snackbars, recreatiebedrijven, sportkantines, fitnesscentra, ziekenhuizen en winkels. Een actueel overzicht van deze maatwerkregelingen vind je op [de website van Videma](#).

**Je eigen low-budget tv-kanaal**

Eigen mededelingen toevoegen hoeft niet altijd erg ingewikkeld of duur te zijn. Met een mediaplayer van een paar honderd euro kun je al zeer fraaie resultaten boeken. Op één tv weliswaar. Wil je dit kunstje toepassen op méér tv's, dan ben je wat duurder uit. Zo rond de duizend euro.

Wil je echt het neusje van de zalm hebben op dit gebied dan is de aanschaf van een tv-server het overwegen waard. Daarmee kun je vanaf een centraal punt de inhoud van de beelden laten variëren per onderdeel van je bedrijf of zelfs per afzonderlijk toestel.

- Lees meer over de mogelijkheden van een eigen tv-kanaal op [mkb servicedesk.nl/tvophetwerk](http://mkb servicedesk.nl/tvophetwerk)

**Opletten geblazen**

Bij het verspreiden van tv-beelden over veel toestellen moet je extra op je hoede zijn waar het de auteursrechten daarvan betreft. Uitgebreide informatie daarover en over de kosten van vergunningen vind je op [mkb servicedesk.nl/tvophetwerk](http://mkb servicedesk.nl/tvophetwerk)

Ziggo zakelijk

**Over MKB Servicedesk.**

Als gebruikersportaal van MKB-Nederland is de MKB Servicedesk de vraagbaak voor ondernemend Nederland. Op [www.mkb servicedesk.nl](http://www.mkb servicedesk.nl) vind je betrouwbare, concrete en betaalbare antwoorden op alle ondernemersvragen in het midden- en kleinbedrijf. Maandelijks bezoeken meer dan 200.000 ondernemers [mkb servicedesk.nl](http://mkb servicedesk.nl).

Het is niet toegestaan om beeldmateriaal en informatie afkomstig uit dit document zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van MKB Servicedesk te kopiëren in welke vorm dan ook. Copyright ©MKB Servicedesk