



STEVE DE CALUWÉ (ARTLOGIC):

# “BETER KLIMAAT CREËREN”

Er zijn nogal wat crewaanbieders in Nederland en omstreken. Gerenommeerde partijen die hun zaakjes prima op orde hebben, maar ook partijen waarbij je jezelf kunt afvragen of ze wel voldoen aan alle eisen wat betreft zekerheden en wet- en regelgeving. AV & Entertainment sprak met Steve de Caluwé van artlogic, één van de écht professionele aanbieders: “We willen ook voor onze jongens een beter klimaat creëren.”

**H**et bedrijf artlogic – met kleine letter inderdaad - draagt dezelfde naam als het Duitse moederbedrijf, maar opereert autonoom. Steve de Caluwé begon drie jaar geleden met artlogic Nederland, dat kantoor houdt in Tilburg. Er werd bewust voor gekozen om niet hoog van de toren te blazen, maar juist om waar te maken wat beloofd wordt. “We groeien nu gestaag”, legt De Caluwé uit. “In het tweede jaar is de omzet wel direct verdubbeld en nu groeien we langzaam verder door. Vooraf werd wel gedacht dat wij ‘die grote onderneming uit Duitsland waren’, maar ik heb hier mijn eigen onderneming. Ik kan wel gebruikmaken van het grote netwerk van artlogic, maar ben een autonome bv en kan helemaal mijn eigen ding doen. Ik heb er derhalve alleen de voordelen van.”

#### HIGHTECH

Eén van de redenen om samen te werken met het grote artlogic is het hightech softwaresysteem waar dan ook gebruik gemaakt van kan worden. “We kunnen onze klanten én onze eigen mensen altijd direct van alle informatie voorzien. Als klanten een aanvraag plaatsen dan krijgen ze meteen een opdrachtbevestiging. Ze kunnen inloggen in het systeem, zodat ze het ook meteen kunnen zien als we wijzigingen doorvoeren. Andersom werkt het ook naar onze jongens. De planning communiceert onder andere door middel van een mobiele web-app met onze crew. Zo is een ieder constant op de hoogte van zijn of haar klussen en worden alle gewijzigde data automatisch vastgelegd in onze systemen.

#### BEWUST

Een paar jaar geleden had De Caluwé, na het wereldje ruimschoots te hebben meegemaakt, even geen zin meer in de dagelijkse hectiek van een crewbedrijf. “Tot ik de mensen van artlogic weer tegenkwam. Ik kon me goed vinden in de visie en idealen van de directie, die naast een gezonde zakelijke instelling ook maatschappelijke verantwoording hoog in het vaandel heeft staan. artlogic is ook milieubewust. Zo is artlogic Duitsland heel erg bezig om het gebruik van local crews te stimuleren, om zo de CO2-uitstoot te reduceren. In Panama bezitten wij bijvoorbeeld een eigen gebied dat wij herbebossen. Ons systeem rekent ook uit wat wij uitstoten aan CO2. Op de website staat een teller, die de werkelijke uitstoot aangeeft. Als wij mensen inplannen op een klus, dan ziet het systeem hoeveel kilometer ze moeten rijden en wat dat aan uitstoot betekent. Op die manier creëer je daar ook inzicht in.”

#### SELECTIEBELEID

De Caluwé is met artlogic bewust in Tilburg gaan zitten. “Dit is een Universiteitsstad met een veel grotere alternatieve jongerencultuur dan in Breda, waar ik zelf vandaan kom, al verandert het daar ook ten goede. Zulke mensen moet je toch ook hebben. Ik ben eerst alle scholen afgegaan om daar oproepen op te hangen, maar kreeg totaal geen respons. Via internet en nieuwe wervingsmethoden gebeurde dat uiteindelijk wel. Daarna kregen we steeds meer vrienden van vrienden. We zijn wel streng geweest in ons selectiebeleid. We hebben ons niet laten vangen door massa’s mensen binnen te harken om

vervolgens te kunnen roepen hoeveel mensen we wel niet in ons bestand hebben staan. Als mensen steeds te laat komen... bam.....dan stoppen we daarmee. Zo hebben we nu een groep jongens die op elkaar kunnen rekenen. In drie jaar tijd hebben we misschien wel 600 mensen ingeschreven, maar we putten nu uit een groep van zo’n 60 echt goede mensen.”

#### MENTALITEIT

Het beschikken over de juiste mentaliteit is volgens de Caluwé de belangrijkste schiftingsfactor. “Op tijd komen, willen werken. Als je dit vak ambieert moet je ook redelijk breed onderlegd zijn. Je moet niet te lam zijn om ook even een kistje opzij te duwen en moet de totale view hebben. Die mentaliteit is veel belangrijker dan een beetje ervaring. Dat proberen we zo te houden en inmiddels merk je wel dat je vaste kern ‘skilled’ is. Die vaste kern uit het begin is er nog steeds. Zelf heb je aan zulke gasten ook veel minder ‘handling’. We kennen bovendien weinig uitval. Dat heeft ook wel met het systeem te maken waarmee we werken, maar zeker ook met de mentaliteit van onze jongens.”

Daarnaast ondergaat nieuwe crew tegenwoordig een uitgebreide basistraining, met de nadruk op voorschriften, veiligheid en materiaalkennis.

#### SCEPTISCH

Ook over de huidige markt heeft De Caluwé zijn mening: “Ik merk dat er nog steeds mogelijkheden zijn, maar je bent altijd zo goed als je laatste klus. Bij ons mag een klant na afloop altijd invullen wat hij van de crew – en de crewleden afzonderlijk – vond. Deze gegevens monitoren wij systematisch en trekken hier ook conclusies uit. We doen het op dat vlak goed, maar we zien wel dat “de markt” soms grimmig is, ook prijstechnisch gezien. Wij houden de prijzen normaal, maar je merkt dat er goedkopere aanbieders zijn. Ik maak me zorgen of het daar allemaal wel klopt en ben daar eerlijk gezegd nogal sceptisch over. Wij willen voor onze jongens ook een beter klimaat creëren en daar werken we hard voor. We doen netjes onze afdrachten, betalen sociale premies en hebben onze verzekeringen goed geregeld. Ik kan niet bij anderen in de keuken kijken, maar ik weet wel dat wij het op dat gebied uitstekend geregeld hebben.

#### ENTHOUSIAST

Volgens De Caluwé past artlogic uitstekend in de evenementenbranche. “Ook staan wij altijd open voor innovaties. Als we leuke dingen zien, of we kunnen het anders doen, dan doen we dat. Als personeelsleverancier ben je binnen de branche op het eerste gezicht een vrij kleurloos bedrijf; je levert mensen en dat is het. Maar de producties waarbij we op een professionele manier betrokken zijn maken onze jongens zeker enthousiast. Je kan zeggen dat je een klus hebt waar vier man naar toe moeten, maar je kan ook zeggen ‘we gaan naar bijvoorbeeld Tomorrowland om daar het geluid erin te trekken’. Dat klinkt toch wat leuker. Die jongens komen ‘s avonds thuis en kunnen dan toch zeggen dat ze hebben bijgedragen aan een deel van dat betreffende evenement. Dat maakt het ook wel leuker om dit werk juist in deze branche te doen.” ■