



**TIM CHRISTIAENS,
DE TIMEMANAGER**

Leven en werken in Duitsland

Volijds werken en toch voldoende tijd hebben om uw kinderen van school af te halen? Volgens IG Metall, de grootste vakbond in Duitsland, moet dat kunnen met de invoering van de dertigurige werkweek. Het doel is dat voltijdse werknemers hun baan beter kunnen combineren met hun privéleven.

Volgens IG Metall is de behoefte aan een kortere werkweek groot. Dat is gebleken uit een grootschalig onderzoek, waarbij een half miljoen werknemers werden bevraagd. De vakbond wil het voorstel op tafel leggen bij de nieuwe cao-onderhandelingen in 2015. Het blijft wel vaag of ze vinden dat ook het loon moet worden aangepast. Het is niet het eerste voorstel voor

loopbaanverkorting dat in Duitsland wordt gelanceerd. Zo verdedigde de Duitse minister voor Gezin Manuela Schwesig onlangs het idee een 32-urige werkweek in te voeren met loonbehoud voor jonge ouders. Bondskanselier Angela Merkel schoot dat voorstel meteen af.

De kans bestaat natuurlijk dat een loopbaanverkorting de economie afremt. Zo is er ook bij onze oosterburen een groot tekort aan hooggeschoolde ingenieurs, wat betekent dat werkgevers niet zitten te wachten op maatregelen die het aantal werkuren inperken.

De auteur is expert in tijdmanagement bij The Time Management Company.

START-UP

Fitness met sensoren

Joggers met polsbandjes die meten hoe ver en hoe snel ze lopen, kende u al. Maar de Amerikaanse start-up Athos gaat verder. Het bedrijf maakt sportkledij met sensoren die de activiteit



van de verschillende spiergroepen, de ademhaling en het hartritme van de drager meten tijdens

het sporten. De innovatie van Athos ligt in het gebruik van de elektromyografietechniek om de elektrische activiteit van de spieren te meten. De sportkledij bestaat uit het sportpak zelf en sensoren die de eigenaar tijdens het

sporten of fitnesssen aan het pakje bevestigt. Achteraf kan hij gegevens loggen op zijn smartphone.



MARKETING

Het hert en de hovercraft

Zag u ook het filmpje van de Amerikaanse politiemann James Kenison die samen met zijn vader drie hertjes redde die vastzaten op een bevroren meer? Het filmpje, waarin het duo de poten van de herten vastbindt aan hun hovercraft om de dieren aan land te slepen, ging viral. Kenison filmde zijn goede daad met een GoPro, een Amerikaans merk van draagbare camera's dat populair is bij skiërs. Met zo'n camera op hun helm kunnen ze beelden van hoge kwaliteit maken. Een medewerker van GoPro stootte op het filmpje, toen hij



HERTJES REDDEN
Cefilmd met een GoPro, op het net geplaatst door het bedrijf zelf.

Facebook afschuurde op zoek naar video's gemaakt met toestellen van het merk. Ze vroeg Kenison het ruwe

materiaal en GoPro monteerde een filmpje dat het publiceerde op zijn YouTube-kanaal.

Volgens een woordvoerder van YouTube zijn de 620 filmpjes van GoPro die sinds maart 2009 op de website heeft gezet, meer dan 440 miljoen keer bekeken, schrijft het Amerikaanse zakenblad Bloomberg Businessweek. Een mooi voorbeeld van hoe een bedrijf met succes aan contentmarketing doet. Een maand na de publicatie op YouTube was het filmpje van James Kenison al 3,3 miljoen keer bekeken.

