

# Guido Mares:

## Immens?

## Dat staat als een huis



## SW-ers verdienen het door een andere bril bekeken te worden

**Guido Mares, Maastrichtenaar in hart en nieren, heeft wel wat met MTB en Immens. Op werkgebied verliet hij zijn 'Mestreech' al de nodige jaren geleden, want Mares is directeur bij Infour, Bureau voor Marketing en Communicatie in Heerlen. En de kilometertjes elke dag op en neer, ach, dat mag geen naam hebben. Het was Infour dat het idee van MTB om Immens op te starten destijds (eerste kwartaal 2008), handen en voeten gaf. Een belangrijke founder dus, want zonder een goed ontwerp, huisstijl of uitstraling, geen Immens zoals het er nu staat.**

“Laat maar zien wat je in huis hebt, verras bedrijven en verstevig banden, is een gedachtegang die ik alleen maar kan toejuichen”, vertelt Mares. “Immens bestaat als ik me niet vergis nu een jaar of zeven en MTB wilde zich laten zien. Het concept van ‘een club ondernemers’ of ‘ambassadeurs’, lag er dus al, alleen, de ‘look and feel’ ontbrak. Immens is een krachtige naam. Laat het maar tot je doordringen en je ontdekt al snel de verbindingen: ‘omgaan met mensen, mensbedrijf, menselijk’. Persoonlijk doet het me goed te zien dat Immens al zo veel jaar bestaat en de nodige enthousiaste partners aan zich heeft weten te binden. Ze hebben bestaansrecht, ja, noem het gerust zo. Het in de markt zetten van Immens heeft MTB ondersteund in het vergroten van bekendheid binnen het bedrijfsleven en vice versa. Welke bijdrage sponsors en founders ook leveren, het draagt bij aan de trots van de medewerkers. Kijk ik naar de agenda, ook die is zinvol. Goede sprekers, grote opkomst, een goed en doordacht in elkaar gezet verhaal is waar men mee voor dag komt. En daarmee werk je een nog grotere betrokkenheid van leden in de hand. Niet iedere sponsor is als bedrijf geschikt om een medewerker van MTB in dienst te nemen, maar de bedrijven met mogelijkheden doen het zeker. De Participatiewet is een belangrijk issue.

En ook hierbij voelt Immens zich betrokken. Door middel van kleinschalige sessies onderzoeken we hoe we kennis en kunde kunnen bundelen. Leden moeten immers weten hoe het reilt en zeilt.

De wetgeving dwingt bedrijven als MTB in toenemende mate op zoek te gaan naar nog meer dienstverbanden buiten de deur, en steeds meer mensen worden gedetacheerd. Voordeel, als je het mij vraagt, is meer samenwerking en een toename van het leggen van verbanden. En laten we eerlijk zijn, het is voor iedereen belangrijk structuur in zijn leven te hebben. Maar ook het economische motief is van waarde. De economie trekt aan en bedrijven hebben meer mensen nodig. Dus geef aandacht aan dingen die je wel kunt in plaats van aan dingen die je niet kunt. Verwijder de stempel die mensen uit de SW-sector met zich meedragen, is wat ik zou willen zeggen. Dat geeft een boost en verhoogt eigenwaarde. SW-ers moeten door een andere bril bekeken worden, en daarin slaag je wanneer het lukt werk te krijgen bij een ander bedrijf, buiten de poorten van MTB. Voorbeeld, de stad Maastricht. Maastricht is een stad met veel horeca, dienstverlening en toerisme. Als je het mij vraagt zie ik tal van mogelijkheden voor mensen van MTB om hier hun diensten te bewijzen. Kansen zat, mits de begeleiding in orde is, maar dat heeft MTB goed voor elkaar. Wat onszelf betreft, Infour hecht waarde aan een actieve houding binnen het sociaal economische verkeer. Ik kan het niet vaak genoeg benadrukken, maar elk bedrijf zou hierin zijn verantwoordelijkheid moeten nemen. Vandaar ook dat we niet alleen sponsor en founder van Immens zijn, maar ons ook aangesloten hebben bij het Toon Hermans Huis, Stichting Limburgs Landschap en inspanningen hebben verricht voor het Museum aan het Vrijthof. Ik zeg maar zo, als het toch past en sympathiek aanvoelt, waarom niet?”