



# UITDAGING OP DE WERKVLOER



## IRIS DE BEEN

is omgevingsonderzoeker bij het Center People and Buildings van de TU Delft. Het kenniscentrum is vijftien jaar geleden opgezet om de impact van de werkomgeving op onder andere de arbeidsproductiviteit en werkvreugde wetenschappelijk te onderbouwen. Lopende projecten onder andere: Fysieke Werkomgeving Rijk, FuturesForum, Werkomgevingsdiagnose-Instrument en het Werkplekspel.



## RUUD HENDRIKS

is mede-oprichter van Startupbootcamp, Innoleaps en The Talent Institute. Hij is innovator op het gebied van het nieuwe werken. Hendriks spreekt geregeld over innovatie, ondernemen en media op congressen. Na zijn begin carrière als verslaggever was hij grondlegger van diverse tv- en radiostations, waaronder RTL. Ook zat hij in de Raad van Bestuur van mediabedrijf Endemol. Op BNR Nieuwsradio is Hendriks wekelijks te horen met nieuwsprogramma's.



## ROGIER THEWESSEN

is oprichter en mede-eigenaar van YoungCapital. Iedere week heeft YoungCapital meer dan zesduizend mensen aan het werk. Met het label StudentJob verovert hij nu ook het buitenland. In 2013 is Thewessen uitgeroepen tot beste online ondernemer van Nederland en ontving daarvoor de Loey Award.



## IRIS DE BEEN

## ‘GEBRUIKERS ZIJN DE KERN VAN DE ORGANISATIE’

### Hoe ziet een onderscheidend kantoor/werkconcept eruit?

‘Een goed concept sluit aan op de organisatie en medewerkers. Een kopie overnemen van een ander concept werkt niet. Natuurlijk kun je er wel inspiratie uit halen, maar het is de kunst om je eigen organisatie goed in te schatten. Wat zijn de doelstellingen? Hoe ziet het werkproces van de medewerkers eruit? Voor hen moet je een aantrekkelijke werkomgeving creëren. Denk daarbij aan een goede balans tussen concentratie en samenwerking, een omgeving die de creativiteit stimuleert en waar je kennis kunt delen. Verder is het belangrijk dat je je als organisatie laat zien en uitdraagt waar je voor staat, zodat mensen trots kunnen zijn op hun bedrijf en werk. Je ziet dat werkgevers tegenwoordig vaak iets extra's bieden, een grandcafé bijvoorbeeld. Dit soort initiatieven worden erg gewaardeerd door werknemers blijkt uit onze onderzoeken. Flexibel werken is bij veel bedrijven geïntegreerd. In de meeste gevallen werkt dat goed, maar er zijn ook zeker gevallen waarbij het niet wordt gewaardeerd. Contratiemogelijkheden laten vaak te wensen over, dat moet je als werkgever ook in je achterhoofd houden. En sommige mensen hebben sterk de voorkeur voor een vaste werkplek met privacy. Het dagelijkse ritje naar kantoor. Dit moet ook kunnen, niet iedereen is even flexibel. En mensen hebben behoefte om collega's te zien en zich verbonden te voelen met de werkplek en werkgever.’

### Waar zet je op in om dat doel te bereiken?

‘Wat wil je bereiken met de huisvesting en hoe ondersteun je met een concept het werkproces? Die vragen moet je helder krijgen. Wat willen de gebruikers, zij zijn de kern van de organisatie. Waar worden ze blij van? Een heel belangrijk aspect, dus betrek het personeel bij een concept. Als bedrijf moet je niet alleen veranderen in de huisvesting. Je zult ook de afdelingen HR, ICT, Facilitair Management mee moeten nemen. Zij ondersteunen het werkproces. Dat zie ik wel eens mis gaan. Krijg ik de geweldigste omgevingen onder ogen, maar zijn de randvoorwaarden om de beste werkplek te creëren, vergeten.’

### Wat valt je op in de wereld als het gaat om innovatie van de werkomgeving?

Werk wordt straks steeds flexibeler, over tien jaar kun je overal werken. Werknemers krijgen daarin steeds meer keuzes en verantwoordelijkheid. ICT wordt belangrijker om de flexibiliteit maar ook de kennisdeling te ondersteunen. Op kantoor zal het huiselijke en speelse steeds meer terug te zien zijn. De werkomgeving zal zo aantrekkelijk mogelijk gemaakt worden om talent aan te trekken en te behouden.

## ‘ BEGIN EENS MET DE PRIKKLOK AF TE SCHAFFEN ’



**RUUD HENDRIKS**

### Hoe ziet een onderscheidend kantoor/werkconcept eruit?

‘Een hedendaags kantoor moet mensen de kans geven om een eigen identiteit en stijl uit te stralen en te creëren, ook op de eigen werkplek. Geen eenheidsworst dus. De mijne is een soort woonkamer met bankstel, eettafel, loungestoelen en mijn eigen kunst aan de muur. Ik breng er wél veel tijd door. Je doet je werk simpelweg beter. In ons kantoor rijden sommige mensen op een autoped om zich te verplaatsen, ik ook. In het begin kijken bezoekers raar op, zien ze ook nog eens schommels hangen en tafelfoetbalspelen staan. Maar we zijn wel een bedrijf met een gedegen administratie en doelstellingen. Dát maak ik dan duidelijk. Vaste werktijden kennen we niet. Je kunt op vakantie wanneer en hoe vaak je maar wilt. Ons interesseert het niets of iemand thuis werkt of op het strand. Als het resultaat dat voor ogen was maar bereikt wordt. Ons bedrijf is gebouwd op vertrouwen én dat werkt! Oké, het is moeilijk om bij ons binnen te komen, dan ben je zo vier gesprekken verder en heb je een psychologische test achter de rug. Maar als je eenmaal binnen bent, doe dan vooral waar je goed in bent en zin in hebt. Daar geloven we heilig in. Ons ziekteverzuim is 0!’

### Waar zet je op in om dat doel te bereiken?

‘Gewoon doen, dat is het sleutelwoord. Startupbootcamp is zo gebouwd. Op vijftien plekken wereldwijd passen we hetzelfde beleid toe. Ruimte voor ontplooiing en out of the box denken, is voor ieder bedrijf haalbaar als je de juiste spelers in het veld hebt. Traditionele bedrijven kunnen enorm profiteren van dit concept. Je trekt er jonge mensen mee aan. De economie wordt gedreven door millennials, mensen geboren tussen 1982 en 2000 en die geloven niet in een prikklok en bezit. Ze geloven in gebruik. Als je aantrekkelijk wilt blijven voor werknemers, begin dan eens met die prikklok af te schaffen!’

### Wat valt je op in de wereld als het gaat om innovatie van de werkomgeving?

‘We gaan naar een economie die gebouwd is op vertrouwen in plaats van wantrouwen. En dat betekent meer vrijheid voor de werknemer. Een ‘nadeel’ is misschien wel dat zakelijk en privé moeilijk van elkaar te onderscheiden zijn, dat zeg ik eerlijk. Als een klant ons zaterdag half twee mailt heeft hij uiterlijk twee uurtjes later antwoord. Toch weegt die vermenging privé/zakelijk niet op tegen de vrijheid die mensen bij ons ervaren, merk ik. Bij ons jagen ze hun dromen na.’

## ‘ JONGE MENSEN HEBBEN KADERS NODIG ’



**ROGIER THEWESSEN**

### Hoe ziet een onderscheidend kantoor/werkconcept eruit?

‘Onze mensen zijn vooral onderscheidend: jong en energiek. Een kantoor moet een open ruimte hebben, iedereen kan elkaar dan makkelijk vinden. De jonge doelgroep die bij ons werkt, wil dat ook graag. Geen Flexplekken! Echt, niemand in ons bedrijf zit daar op te wachten. Toegankelijkheid en een plek in een vast team, vinden onze werknemers belangrijk. Die jonge mensen moet je zoveel mogelijk vrijheid geven want dat is hip, dachten we altijd. Niet dus, ze missen dan een structuur. Weten niet of ze het goed doen. Jonge werknemers hebben kaders nodig. Verder moet je het ook leuk maken. Faciliteiten om te kunnen sporten tijdens of na het werk is belangrijk op kantoor. In ons nieuwe hoofdkantoor – we zijn nog aan het inventariseren – komt een fitnessruimte. En dan vergeten we ook de douches niet! Avondeten staat bij ons eveneens op het menu, zo kunnen mensen doorwerken als ze dat willen. En we zijn aan het experimenteren met verschillende werktijden, van tien tot acht bijvoorbeeld. In die avonduurtjes kunnen we onze kandidaten beter bereiken. Hiermee kunnen we ons onderscheiden.’

### Waar zet je op in om dat doel te bereiken?

‘Een voorwaarde voor een goed werkconcept is een prettige werkruimte. Veel mensen spenderen uren op het kantoor. Ze moeten zich er thuis voelen. Dus goede faciliteiten, gezelligheid en leuke collega’s. Dat maakt of je op je plek zit.’

### Wat valt je op in de wereld als het gaat om innovatie van de werkomgeving?

‘Vorig jaar ben ik in Silicon Valley geweest en ze doen er alles aan om het hun werknemers naar de zin te maken. Daarin schieten ze door. Wij hebben een lekkere lunch, maar daar zijn chef-koks in dienst. Als medewerker kun je ook een eigen lunch bereiden samen met een chef kok. Krijg je kookles. Met goed eten onderscheiden bedrijven zich en halen ze mensen binnen. Bij Google kun je zelfs je hond meenemen en de hele familie uitnodigen om te komen eten. In Silicon Valley is te weinig talent en dan zoeken ze het in deze hoek om zich te onderscheiden. Dat is mooi, maar ik weet niet of ik zo ver zou gaan. Hoewel..... we hebben al personal trainers in dienst. Nee, zeker weten: zo gek als bij Google wordt het niet. We blijven toch nuchtere Nederlanders.’