

# Blijf bij de tijd

Er zijn nog steeds ondernemingen en organisaties die zich niet aanpassen aan de nieuwe maatschappelijke ontwikkelingen. Als ze dat niet doen, dan lopen ze het risico om achteraan te blijven bungelen als het gaat om het werven van nieuw personeel. Een van de belangrijkste nieuwe ontwikkelingen: de kwaliteit van leven in een kantooromgeving moet worden gemeten per vierkante meter.

Die ontwikkeling is geformuleerd door Sodexo, een mondiale partner van CoreNet Global. Dit is een samenwerkingsverband van professionals op het gebied van zakelijk vastgoed, werkplekinrichters, dienstverleners en economische ontwikkelaars (zie [www.corenetglobal.org](http://www.corenetglobal.org)). Een andere omslag die noodzakelijk wordt naarmate de war for talent in hevigheid toeneemt, is dat kenniswerkers een krachtiger stem zouden moeten laten horen waar het gaat om hun invloed op grotere veranderingen binnen de organisatie waar zij werken.

## Sociale belevenis

Deze beweringen komen niet uit de lucht vallen: ze zijn het resultaat van een enquête die werd gehouden onder de meer dan 7.900 leden van CoreNet Global. In die enquête werd hen gevraagd naar hun best-in-class werkplek beheerpraktijken, gemeten over de langere termijn. Uit dat onderzoek kwam ook naar voren dat maar liefst 93 procent van de beslissers op het gebied van zakelijk vastgoed aangaf, dat de kwaliteit van de werkomgeving en de ervaring tijdens het werk de belangrijkste kwesties waren waar zij een visie voor moesten ontwikkelen en een oplossing voor zouden moeten vinden. Zakelijk vastgoed en de daarmee samenhangende werkplek, zo luidde een conclusie, zijn dus niet meer een

kwestie van het beheer van 'bricks and mortar', het is veel meer een sociale belevenis geworden.

Werkplek strategie is daarom een vitaal aspect geworden van ondernemingen, omdat het direct invloed heeft op branding, HRM, duurzaamheid en risicobeheer. Vandaar dat het ook onder de aandacht is gekomen van de directie, omdat dit ook invloed heeft op het welslagen van de organisatie op andere gebieden. Het bevordert de betrokkenheid van de werknemers, creatieve interactie, innovatie en uiteindelijk een concurrentievoordeel en waarde voor de aandeelhouders.

## Breder partnership

Logisch gevolg van die ontwikkelingen is dat de perceptie van zakelijk vastgoed een mindshift doormaakt van tweedimensionaal denken (productiviteit gemeten in kosten per vierkante meter of winst per medewerker) naar een meer uitgesproken en breder partnership tussen zakelijk vastgoed en human resources. Dat komt erop neer dat de taak van de directie wordt: het faciliteren van werk en het scheppen van een werkomgeving waarin medewerkers beter kunnen samenwerken en een duidelijke band hebben (meer betrokkenheid) met het strategisch plan van de organisatie en de richting die het management heeft ingeslagen. Beide factoren vereisen een grotere openheid voor

wat betreft het beleid en de werkomgeving zelf. Helaas heeft menige organisatie – veelal de zeer grote – problemen met het communiceren van het beleid.

Jammer, want de betrokkenheid van de werknemer bij de onderneming ontstaat pas wanneer die medewerker niet alleen weet waar hij staat in het geheel, maar ook waar zijn werkgever staat in de maatschappij. De tijden van 'kop dicht en werken', en 'de baas weet wat goed voor jou is', zijn voorgoed voorbij.

## Doorgeslagen

De openheid op het gebied van de werkomgeving wordt vaak vertaald in veel glas, en een open office indeling. Heel vaak, want maar liefst 80 procent van de ondervraagden in de enquête gaf aan, dat hun organisatie veel minder 'hokjes' en eenpersoonskamers had, en was overgestapt op open space vloerplannen. Zoals met bijna alle trends, is ook deze doorgeslagen: de helft van de deelnemers aan het onderzoek vroeg zich af of ondernemingen over het algemeen niet teveel samenwerkingsruimtes inrichten, ten koste van ruimtes voor concentratiewerk en privacy. Er gaan ook steeds meer stemmen op van mensen die klagen dat ze niet meer fatsoenlijk kunnen werken omdat ze zich niet kunnen concentreren en/of omdat ze constant gestoord of afgeleid worden.



## Ondersteunen

De strategie voor wat betreft de werkomgeving is niet langer meer een enkele functie van vastgoed, maar een product van de behoeftes en randvoorwaarden van de onderneming, en hoe vastgoed samen kan en moet werken met HRM, informatietechnologie, finance en andere ondersteunende functies om het beleid en de uitvoering daarvan te ondersteunen.

Daarbij komen meerdere variabelen in het spel voor, waaronder branding, bedrijfs-cultuur, de technologische mogelijkheden van de organisatie, aard van de uit te voeren taken en natuurlijk het kostenaspect. Daarom moet de inrichting van de werkomgeving worden beschouwd en worden aangevlogen als een holistisch geheel.

## Katalysators

Net als technologie, economische omstandigheden en demografische veranderingen zijn sociaal-maatschappelijke veranderingen katalysators voor aanpassingen aan de werkomgeving. Als een onderneming competitief wil blijven, moet die meegaan in die veranderingen. Nu al zijn er voorbeelden aan te wijzen van ondernemingen die met succes de trends hebben vertaald naar hun werkomgeving en de belevenis die ze bieden aan hun werknemers.

De trend van het thuis of op de derde werkplek werken in plaats van op het kantoor lijkt ook over zijn hoogtepunt heen. Bij veel ondernemingen werd dit externe werken gestimuleerd, veelal eigenlijk om puur economische redenen:

als er minder mensen op kantoor zijn, hebben we minder dure vierkante meters nodig. Wereldwijd is dan ook het gemiddeld aantal vierkante meters per werknemer gedaald van ruim 70 in 2010 naar 50 of zelfs minder. Bijna tweederde van de ondervraagden noemde dit laatste getal. Voor wat betreft de verwachting op dit gebied over 5 jaar, gaf iets meer dan de helft van de ge-enquêteerden aan dat dit tegen die tijd verder gedaald zou zijn naar 33 vierkante meter of minder. Natuurlijk heeft deze daling ook veel te maken met die open space kantoren: meer mensen op minder vierkante meters omdat je dan beter zou kunnen samenwerken en communiceren. Maar zoals we al hebben gezien, is dat niet echt bevorderlijk voor de prestaties van men medewerker. Voor de beslissers over en inrichters van kantooromgevingen is het dus een prachtige uitdaging om een gouden middenweg te vinden tussen de wensen van de werknemers, de eisen van de werkgevers en de sociaal-maatschappelijke en technologische trends.

Ondernemingen, ongeacht hun grootte of branche, lopen het risico hun concurrerend vermogen kwijt te raken als ze geen rekening houden met de nieuwe culturele, sociale en maatschappelijke ontwikkelingen die bepalend zijn voor het welslagen van hun inspanningen op de markten – zowel die van producten als van nieuwe werknemers. Op die manier wordt het actief inspelen op de wensen van de medewerkers voor wat betreft hun werkomgeving en -beleving een soort risicomanagement. ■