Dit document wordt u aangeboden door:
Office Magazine.nl
klik hier voor meer artikelen

Office

Multimediaal vakblad voor kantoorinrichting, -organisatie & facilitair management
Jaargang 7 - 2012 - nr2 - Officemagazine.nl

Steelcase Solutions

Effectieve én efficiënte oplossingen

Trodat 100 jaar - Wat is belangrijk in een succesvolle automatisering van factuurverwerking?- **Minder kantoor, meer marktplaats**

DESIGN FOR LIFE

Producten van Bisley combineren tijdloze stijl,
innovatief design, kwaliteit en duurzaamheid.
Met Bisley is uw archief opgeruimd!

First choice for workplace storage

www.bisley.com Tel.: 013 463 06 62

BISLEY

De perfecte combinatie

CPU houders

Electrificatie

Ergonomische producten

Kabelgeleiding

Cablemanagement

Scheidingswanden en Akoestiek

TFT monitorarmen

Verlichting

Werkplek accessoires

Full service en product supplier voor onze partners met een breed assortiment producten en diensten voor op en rond de werkplek. Dit met gemotiveerde en hardwerkende mensen met kennis van zaken.

DE VOS GROEP
de partner voor uw werkplek

Meer weten?
verkoop@devosgroep.nl
Informeer ook naar onze uitgebreide productcatalogus.

Hoofdveste 15
Postbus 66
3990 DB Houten

T 030 - 63 56 000
F 030 - 63 50 777
www.devosgroep.nl

DE VOS GROEP
ergonomics

Prof dr Peter Vink

Staande blijven tussen HNW meningen: behoefte aan onderzoek

In het eerste kwartaal van 2012 was de filedruk op de Nederlandse snelwegen met dertig procent gedaald. Volgens het NOS journaal en de ANWB komt dat door de crisis, meer asfalt en beter weer. Dit voedt de constatering dat de mensheid in twee kampen te verdelen is: zij die volledig voor HNW gaan en zij die het niet zien zitten. De NOS en de ANWB zien in hun berichtgeving het thuiswerken en op afstand vergaderen volledig over het hoofd en zien dat deel van HNW dus niet. Maar er is een ander deel van de mensheid dat voor HNW gaat. Het hele internet staat bol van HNW en het platform slimwerkenslimreizen houdt zich bezig met buiten de spits reizen en minder reizen. Je moet echt je best doen wil je dit ontgaan, want het is door de belangrijke 50 bedrijven (800.000 werknemers) en minister Schultz van Haegen van Infrastructuur en Milieu opgericht.

Die twee kampen komen ook terug op de werkvloer. Het nationale werkplek onderzoek in 2011 toont aan dat 64% van de medewerkers een vaste werkplek wil hebben. Ook zij lezen blijkbaar niet de informatie op het internet over de voordelen van HNW, zoals hogere arbeidsproductiviteit en meer vrijheid. Men zou kunnen stellen dat de meerderheid van de Nederlandse medewerkers, NOS en ANWB achterlijk zijn. Dat is na onderzoek vast verdedigbaar, maar de mensheid is hier niet mee gediend. De toegevoegde waarde van een onderzoek om dat aan te tonen is nihil. Onder dwang mensen naar HNW laten overgaan is een andere optie. U kunt tijdens het gesprek met een medewerker achteloos met een stiletto uw nagels schoonmaken en af en toe de stiletto achter de medewerker in de muur werpen en vragen “u vindt flexplekken toch ook beter dan een vaste werkplek?”. Ook afdwingen werkt niet goed. De wetenschappelijke literatuur is zeer duidelijk over dit punt. Wanneer medewerkers een gevoel van controle hebben is de kans van slagen van de verandering groter. Door medewerkers een tijdje HNW te laten ervaren in een pilot en deze te evalueren kan precies nagegaan worden voor welke taken en mensen het thuiswerken en het flexwerken geschikt is en aan welke werkplekken (belcel, concentratieruimte, kantoortuin, projectenkamers, overlegruimtes, loungewerkplekken etc.) behoefte is. En er zullen ongetwijfeld taken en mensen zijn, waarvoor de traditionele werkplek het beste is. Daar zullen ook algemene regels voor zijn, maar onderzoek op dit terrein is echter schaars. Dat geldt ook voor de mate waarin HNW bijdraagt aan de afname van files. Het wordt tijd dat er wat meer onderbouwing komt op onder andere deze terreinen, zodat voor- en tegenstanders van HNW niet zomaar wat roepen.

Inspiratie

Goede ideeën zijn het gevolg van inspiratie, die weer het gevolg is van één of andere stimulus (zoals de psychologie dat noemt). Als redacteur moet je het hebben van inspiratie, dus van stimuli die je uiteindelijk op ideeën brengt en je in staat stelt, je juweeltjes te produceren.

De economische crisis zeurt maar door, en half Nederland zegt daaronder te lijden, om wat voor specifieke reden dan ook. Bezuinigingen gaan ons allemaal treffen, voorspelt onze demissionaire premier. Onze minister van Financiën heeft geprobeerd de druk (die eis van 3%) wat te verminderen 'wegens speciale omstandigheden', maar 'Europa' hield voet bij stuk en nu moeten we allemaal inleveren.

Eigenlijk wel terecht, want we hebben jarenlang boven onze stand geleefd want op de pof. Het moest een keer klappen, die bel van hypotheken en persoonlijke leningen. En nu zitten we allemaal met de brokken. Oké dan, het is niet anders. Maar hoe komen we nu weer uit dat dal? Om met Ollie B. Bommel te spreken: "Tom Poes, verzin een list!" ofwel: wie komt er nu met een briljant idee om de boel weer op de rails te zetten? (Hierbij niet denken aan ProRail, die bakken er ook niets van, ondanks de riante salarissen.) Zoals in alle crisis-situaties zal er ook nu ongetwijfeld weer een persoon opstaan die een even eenvoudig als briljant plan heeft om de AEX weer een opgaande lijn te laten vertonen. Dat vertrouwen moet je hebben, anders kun je maar beter meteen het bijltje erbij neergooien. Tot die persoon zich kenbaar maakt, moeten we de broekriem aanhalen en roeien met de riemen die we hebben, al zijn die wat korter dan we gewend zijn.

Voor de kantoorhoudende organisatie betekent dat: met de huidige mensen en spullen doorgaan. Tenminste, dat is de eerste reactie. Maar helaas, daar ga je het niet mee redden, met die oude spullen (wel met de oudere medewerkers, die vertegenwoordigen immers een schat aan ervaring en kennis). Blijft over: de kantoorinrichting en de manieren waarop het werk wordt verricht. Gelukkig zijn er voldoende stromingen en trends gaande die een nieuwe lente beloven, een geheel andere manier van werken. Daar moeten we de hoop uit putten: uit de inspiratie die de beslissers in organisaties hebben om de zaken anders aan te pakken.

Hopelijk bieden de artikelen in dit magazine u de stimuli voor die inspiratie. In ieder geval veel leesplezier. May the force be with you!

Hans Hooft

Agenda

3 - 16 mei Düsseldorf
drupa
www.drupa.de

6 - 8 juni Utrecht
Vakbeurs Gebouwbeheer
www.vakbeursgebouwbeheer.nl

7 - 9 juni Zaandam
Design District (voorheen 100% Design)
www.designdistrict.nl

3-4 oktoberAssen
Facilitaire Vakbeurs
www.cno-expo.nl

20 - 28 oktober Kortrijk
Biennale Interieur 2012
www.interieur.be

23 - 27 oktober Keulen
Orgatec
www.orgatec.de

31 oktober - 1 november Utrecht
InfoSecurity / Storage Expo
www.infosecurity.nl

13 - 16 november Utrecht
ICT en Logistiek
www.ict-en-logistiek.nl

13 -14 februari 2013 Londen
Office Interior Show
www.officeinteriorshow.co.uk

8 Coverstory: Steelcase Solutions: Effectieve én efficiënte oplossingen
Steelcase Inc. behoort tot de meest innovatieve producenten van kantoormeubilair en inrichters van werkomgevingen. Op basis van intensieve contacten met de markt ontwikkelt de marktleider wereldwijd nieuwe producten en diensten. Het jongste concept is daar geen uitzondering op: 24 april introduceerde het bedrijf zijn dochterbedrijf Steelcase Solutions aan de pers.

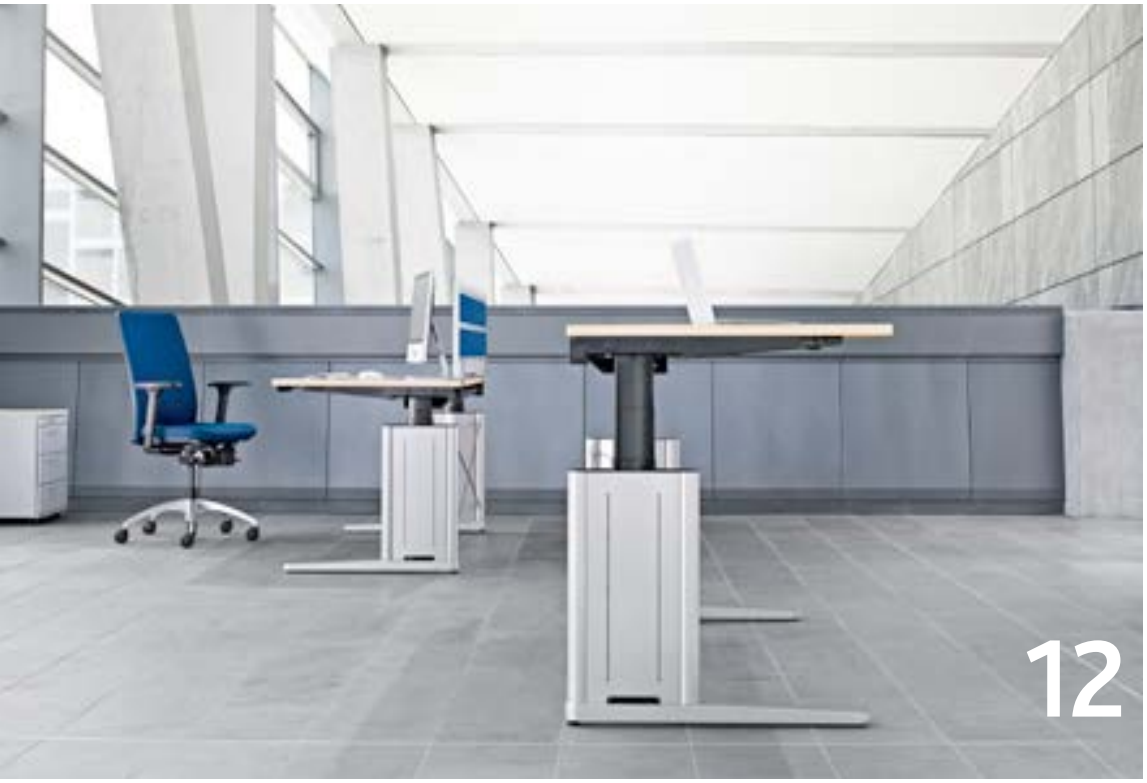
12 Verbetering ergonomie door alternatieve werkplekconcepten
Ergonomie op de werkplek, het blijft een thema, en in sommige (nog veel te veel) gevallen: behelpen. Stoelen die niet goed ingesteld zijn, werkbladen die niet op de juiste hoogte staan, monitoren die 'op hoogte' worden gezet met behulp van oude telefoonboeken, enzovoort. Met de groeiende trend van het thuis werken als onderdeel van Het Nieuwe Werken verliest de werkgever ook nog eens de controle over het arbo-verantwoorde werken op die thuiswerkplek, met alle gevolgen van dien.

33 Trodat 100 jaar
De Oostenrijkse fabrikant van stempelproducten viert dit jaar zijn 100-jarig jubileum. Alleszins reden voor een feestje, want de jarige is nog springlevend en is al helemaal klaar voor de volgende eeuw.

53 Efficiënte, intelligente factuurverwerking
Organisaties met veel inkomende facturen hebben vaak al de inkomende factuurstroom geautomatiseerd. De organisaties die dit naar volle tevredenheid doen, richten zich op de drie meest kritische elementen van dit proces: geautomatiseerde invoer van gegevens, het matchen van facturen en een geïntegreerde workflow. Met de focus op deze elementen worden de kosten van factuurverwerking aanzienlijk verlaagd en optimaal gestroomlijnd.

67 Minder kantoor, meer marktplaats
Als gevolg van de ontwikkelingen op technologisch gebied kunnen steeds meer mensen 'mobiel' werken. Met als gevolg dat er minder kantoorruimte nodig is. Maar dit heeft ook allerlei andere consequenties.

"Veel klanten hanteren de prijs als beslissingscriterium, maar als je bij jezelf nagaat: naar welke supermarkt ga je? Waar koop je je kleding? Dan zijn er maar weinig die zeggen: waar ik de laagste prijs betaal. Dan komen er andere aspecten bij kijken."



Jaargang 8, nummer 2
www.officemagazine.nl

van munster media groep

Een uitgave van:
MVM Producties b.v.
Postbus 6684
6503 GD Nijmegen
Kerkenbos 12-26c
6546 BE Nijmegen
t: 024 - 3 738 505
f: 024 - 3 730 933

UITGEVER
Michael van Munster

DRUKWERK
Balmedia b.v., Schiedam

HOOFDREDACTIE
Hans Hooft

MEDEWERKERS
Jessica Scheffer, Sofie Fest

VORMGEVING
Joost Franken, Jan-Willem Bouwman

ADVERTENTIE EXPLOITATIE
Van Munster Media B.V.
Simone Brands t: 024-3738502
Aysun Saruhan t:024-6421917
Advertentietarieven: op aanvraag

ABONNEMENTEN
t: 024 - 3738 505

COVERSTORY
Steelcase Solutions, foto Tycho Müller

Abonnementen kunnen op elk gewenst tijdstip ingaan. Alle abonnementen hebben een looptijd van één jaar en worden automatisch verlengd, tenzij de abonnee uiterlijk 3 maanden voor verstrijken schriftelijk opzegt. Abonnementsprijs per jaar 39 euro excl. btw.

COPYRIGHTS
Het auteursrecht op de in dit tijdschrift verschenen artikelen wordt door de uitgever voorbehouden.

Hoewel de informatie gepubliceerd in deze uitgave zorgvuldig is uitgezocht en waar mogelijk gecontroleerd, sluiten de uitgever en de redactie uitdrukkelijk iedere aansprakelijkheid uit voor eventuele onjuistheden en/of onvolledigheid van de verstrekte gegevens.

Verder in deze editie

4 column Peter Vink
5 agenda
16 Het Nieuwe Werken bij de gemeente Ede
20 Stellingen ergonomie
23 Fitheidstips
24 Ideaal voor communicatie
28 Niet-territoriale kantoren
32 De Vos Groep
36 Boeken
38 Quantore redactiepagina
42 Op de pijnbank: Olympus recordersysteem
44 Ontzorgen: forum Quantore
56 De voordelen van e-facturering
60 Op de pijnbank: draadloze toetsenbord en muis
61 Lexmark: A3 versus A4
62 Gebruikersvriendelijk apparatuur
73 Tork: schoonmakers met gezondheidsklachten
74 Ondersteunende pijler: forum FMIS
82 Column Hans Topée

27, 31, 37, 51, 52, 59, 65, 66, 72, 80, 81 Kort nieuws

Steelcase Solutions

Effectieve én efficiënte oplossingen

Steelcase Inc. behoort tot de meest innovatieve producenten van kantoormeubilair en inrichters van werkomgevingen. Op basis van intensieve contacten met de markt ontwikkelt de marktleider wereldwijd nieuwe producten en diensten. Het jongste concept is daar geen uitzondering op: 24 april introduceerde het bedrijf zijn dochterbedrijf Steelcase Solutions aan de pers.

De lancering van Steelcase Solutions vond plaats in het WorkLife kantoor van Steelcase in Amsterdam-Zuid-oost. Het thema (of de titel) van de bijeenkomst voor genodigden luidde: 'Ontwikkelingen en toekomst van de kantoorinrichtingsbranche'. Duidelijk werd dat Steelcase zich met de Solutions-formule richt op de kantooromgeving zoals die er nu uit zou moeten zien om klaar te zijn voor de toekomst.

Innovatiever en creatiever

Steelcase had de introductie van Solutions degelijk aangepakt: na het inleidende praatje van Serena Borghero (Marketing Manager Steelcase Solutions UK/NL) werd het verdere programma afgewerkt onder leiding van Hans Topée, directeur/eigenaar van newDirections. Eerst schetste trendwatcher Carl Rohde de sociaal-maatschappelijke achtergrond die de basis vormde voor het ontwikkelen van het Solutions-concept. Hij refereerde aan het feit dat het qua werkgelegenheid niet goed gaat met Europa: landen als China en India halen ons in. Het is dus onze taak om innovatiever en creatiever te zijn dan die lagelonenlanden. Daarnaast moeten we onze toekomst vormgeven op basis van bestaande trends. Een belangrijke opmerking die hij citeerde was: 'You need a reason to come to the office'. Ofwel: de zogenoemde urban nomad (die overal en altijd wil kunnen werken) moet zich ook thuis kunnen voelen op het kantoor van zijn organisatie. De taak van de kantoorinrichter is het dus om dit te vertalen naar innovatieve kantoorconcepten.

Uitdagingen

Vervolgens nam Bianca Krijgsman - van Gulik, Directeur Nederland van Steelcase Solutions het woord. Zij gaf aan dat Solutions is ontstaan als gevolg van vragen uit de markt: Steelcase signaleerde een toenemende behoefte aan alles-in-één oplossingen voor de kantooromgeving om te kunnen voldoen aan de uitdagingen die de moderne – maar ook traditionele – kantoormedewerker stelt. Dat vereist een innovatieve aanpak van de kantoorinrichting die onder meer oplossingen op het gebied van ontwerp en inrichting, planning en projectmanagement, montage en installatie, onderhoud en beheer omvat.

Dat Steelcase daar met zijn Solutions in is geslaagd, bleek uit het verhaal van de volgende spreker: Robin Hulsbos, Facility Manager bij Samsung Electronics Benelux. Het van oorsprong Zuid-Koreaanse bedrijf Samsung is innovatief en wilde ook met zijn werkomgeving inspelen op toekomstige ontwikkelingen. Niet alleen om hooggekwalificeerde medewerkers te behouden, maar ook om nieuwe medewerkers aan zich te binden. In goede samenspraak met Steelcase Solutions werd een geheel nieuwe inrichting gerealiseerd die omschreven kan worden met de term 'We spaces'. Hiermee werd een omgeving voor 'future proof working' gecreëerd die volgens Hulsbos exact aansloot bij wat Samsung wil zijn en uitstralen.

Interview

Na een rondetafeldiscussie met vragen en inbreng vanuit de gasten kregen we de gelegenheid om een interview te houden met Bianca Krijgsman - van Gulik.

OM: Wat is de meerwaarde van Steelcase Solutions ten opzichte van Steelcase?

Bianca Krijgsman: "Steelcase bestaat dit jaar 100 jaar en heeft zich in die tijd ontwikkeld van puur producent van kantoormeubilair naar innovatieve werkplekspecialist. Steelcase doet veel onderzoek naar manieren van werken: wat gebeurt er in een werkomgeving, hoe werken mensen samen? Met al die informatie en inzichten worden producten bedacht en ontwikkeld die ook daadwerkelijk een functie hebben in een kantoor en waar

Bianca Krijgsman - van Gulik

vraag naar is. De aanpak die Steelcase Solutions hanteert is integraal, vandaar ook de naam: oplossingen. Steelcase Solutions verbindt aanbieders in producten en diensten rondom de kantooromgeving met elkaar om een antwoord op maat te geven dat aansluit bij de behoefte van de klant. Op deze manier biedt Steelcase Solutions inspirerende oplossingen op maat op het gebied van ontwerp en inrichting, planning en projectmanagement, montage en installatie, onderhoud en beheer. Daarbij kunnen we een meerwaarde bieden met de kennis die we hebben over werkomgevingen en de trends die heersen – denk aan generaties, over mobiliteit, over samenwerken, globalisering. Met al die informatie kunnen we die klant helpen om een beter beeld te krijgen hoe hij nog meer uit die werkomgeving kan halen. We hebben heel veel kennis, dus waarom zouden we dat advies niet geven? We gaan voor langetermijnrelaties en het advies dat we geven comes with the job. Het zou ook zonde zijn als partijen ons puur zouden gebruiken als leverancier van kantoormeubilair. We zijn veel meer, en in de loop der jaren groeit ook het besef bij relaties dat je als gesprekspartner een duidelijke meerwaarde kunt leveren."

OM: Is Steelcase Solutions Het Nieuwe Werken 2.0?

B.K.: "Wij willen natuurlijk wel dat dat zo is, Steelcase Solutions speelt in op sociaal-maatschappelijke trends. De vraagstukken van Het Nieuwe Werken komen heel erg naar boven in de gesprekken met mensen. Want je hebt bijvoorbeeld veel minder vierkante meters nodig, hoe ga je daar mee om? Heel belangrijk in zo'n traject is dat er veel disciplines bij zijn aangesloten. Dat HR is aangesloten, dat ICT is aangesloten. Als de overgang naar HNW echt cost-driven is, is dat vaak niet zo goed voor de medewerkers, voor hun wellbeing en tevredenheid. Dat maakt vast onderdeel uit van ons advies: zorg dat iedereen betrokken is. Anders krijg je een hoop ontevredenheid en dat is niet bevorderlijk voor de prestaties."

OM: Steelcase Solutions: one size fits all.

B.K.: "Absoluut niet, het is altijd maatwerk. HNW kun je bijvoorbeeld net zo diep doorvoeren als past bij jouw organisatie. We kijken dan in welke fase van ontwikkeling de organisatie zit, en analyseren waar de organisatie naartoe wil. Wil je helemaal transformeren, of wil je reshuffelen? Dat hangt er ook vanaf in welke fase de ICT en de HR binnen die organisatie op dat moment zitten. Vaak heeft een organisatie al een eigen analyse gemaakt en wensen en eisen opgesteld. We worden benaderd omdat een organisatie ergens naartoe wil, of een probleem heeft. Wij hebben dan de oplossingen. Solutions, inderdaad."

OM: Is er één woord waarmee je Steelcase Solutions zou kunnen beschrijven?

B.K.: "Eigenlijk zegt het woord solutions, oplossingen, genoeg. Oplossingen voor ieder vraagstuk van de klant op het vlak van kantoorinrichting. En dat is waar we specialist in zijn. One-stop-shopping, ontzorgen. Partnership. En als de vraag van de klant is voor een specifiek merk of type, waarom zouden we dat dan niet doen? Als we het kunnen leveren, dan doen we dat. Maar zoals bij al onze producten kijken we dan wel naar de duurzaamheidsfactor van dat product."

OM: Is Steelcase Solutions gericht, ofwel geschikt voor een bepaalde doelgroep?

B.K.: "Nee, juist niet. Wij kunnen juist oplossingen bieden voor elke doegroep, voor elk type organisatie.Het belangrijkste

is dat je weet voor wie je de inrichting maakt, voor wie je de kantooromgeving creëert. En waar de organisatie naar op zoek is. Ben je op zoek naar die jonge talenten die net van school komen, dan moet je daar rekening mee houden. Je kunt daar met je kantooromgeving op inspelen. Zeker de jongere generatie vindt het heel belangrijk dat ze een gevoel hebben met het bedrijf waar ze gaan werken. Met de branding. Kijk maar eens naar ProRail, Vakgilde, en Samsung, dat is daar heel goed voorbeeld van. Je ziet ook heel veel organisaties die dat wel willen, maar ook nog heel veel kenniswerkers in huis hebben van een oudere generatie. Die kunnen heel ongelukkig zijn als ze op een poef of zonder vaste plek moeten werken. Daar moet je ook wel rekening mee houden. Maar het kan best naast elkaar bestaan."

"Onze doelgroepen zijn innovatieve kantoorhoudende organisaties. We bieden oplossingen aan organisaties die bezig zijn met rebranding, over hoe innovatief om te gaan met de werkomgeving. Dat zijn projecten waar wij heel graag bij aansluiten – om mee te denken. Steelcase Solutions moet een ondersteuning vormen voor het bedrijf, voor de organisatie. Waar zij naartoe willen, wat ze willen bereiken. En dat is voor iedere organisatie anders. Natuurlijk, onze kennis is generaal, algemeen. En voor de ene organisatie is het belangrijker dat ze mensen aantrekken, voor de andere is minder vierkante meters leidend, enzovoort. Het uitgangspunt is zo verschillend. En het is zo belangrijk om dat goed in beeld te hebben. Weer: die analyse."

OM: Is Nederland een pilot-land voor Steelcase Solutions?

B.K.: "Nederland is een belangrijk land voor Steelcase en voor Steelcase Solutions. Het is een land waar door de rest van de wereld heel erg naar gekeken wordt, op veel gebieden lopen we voorop. Wij hebben een adaptieve cultuur, we kunnen heel eenvoudig zaken opnemen. En we hebben een heel platte structuur, kijk naar de plattegrond van de werkomgeving in veel Nederlandse organisaties. In Frankrijk bijvoorbeeld zie je nog steeds dat corner office voor de directeur, terwijl je dat op het vloerplan van een Nederlandse organisatie vrijwel nergens kunt vinden, dat is er gewoon niet. Niemand heeft een vaste plek, dus ook de directeur niet. Nederlanders zijn minder statusgevoelig. Dus managers hebben er ook minder snel moeite mee om op dezelfde werkvloer te werken als de medewerkers. De communicatie verloopt dan ook veel beter en gemakkelijker. Nederland is wat dat betreft ook een land waar als eerste dit soort dingen ontstaan. Omdat wij dat kunnen handelen. En wij vinden dat ook interessant, we zijn een creatieve markt, we willen dat ook stimuleren.

Het unieke van Steelcase is dat we wereldwijd vertegenwoordigd zijn. We hebben een team dat verantwoordelijk is voor global customers. Een redelijk aantal van die global customers zijn ook in Nederland gehuisvest. Sommige daarvan hebben problemen met het selecteren van leveranciers en uitvoerders van projecten. Dus op het moment dat zij lokaal in Nederland een project zouden hebben waarbij allerlei lokale partijen betrokken moeten worden, dan kost het hun heel veel tijd en moeite en schakels om ergens vanuit Engeland, Frankrijk of waar hun hoofdkantoor dan ook huist, een leverancier in hun systeem te krijgen. Voor hun is het dan zoveel gemakkelijker om dat allemaal bij Steelcase Solutions neer te leggen. Wij treden dan op als hoofdaannemer. Je ontzorgt klanten op dat moment, voor hun is het zoveel minder rompslomp. En ze weten dat ze kwaliteit krijgen, kwaliteit is waar Steelcase altijd voor gestaan heeft. Dat blijft met Steelcase Solutions uiteraard zo, en dat verwachten we ook van onze partners." ■

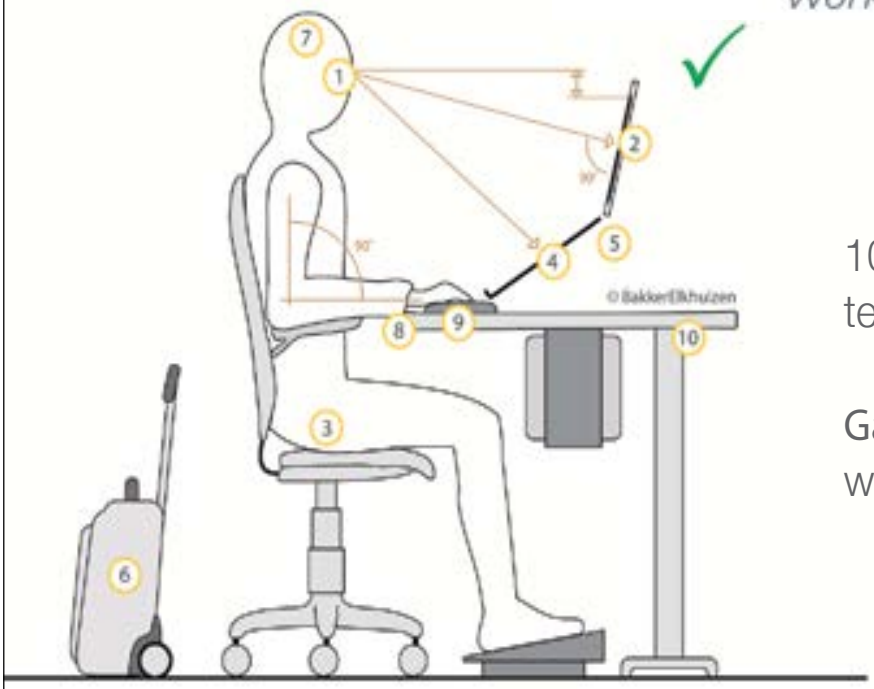
Meer informatie over Steelcase Solutions: www.steelcase-solutions.nl

Fotografie: © Steelcase, Tycho Müller, www.tychoseye.nl

SteelcaseSolutions
the experts in workplace interiors

BAKKER ELKHUIZEN

Work Smart - Feel Good



10 tips om je werkplek te verbeteren?!

Ga naar onze website:
www.bakkerelkhuizen.nl

www.bakkerelkhuizen.nl

t: 036-5467265
e: info@bakkerelkhuizen.nl

HOI

"Elke adverteerder zou deze advertentie moeten lezen."

Harry Dekker, Media Director Unilever Benelux

Een adverteerder die wil weten of hij het juiste bedrag betaalt voor z'n advertentie kijkt of een titel het HOI-keurmerk heeft. Dan zijn de oplagecijfers gecontroleerd en zijn de advertentietarieven daarop gebaseerd. PS Deze titel heeft het HOI-keurmerk.

HOI. De Harde Cijfers. www.hoi-online.nl

Gratis advertentie

Geef om Mahendra!

Laat lepra zijn toekomst niet bepalen

Voor € 24,– kan hij voor het eerst naar school!

Geef lepra het laatste zetje

www.leprastichting.nl | Giro 50 500

LEPRA STICHTING

Afbeelding 1

Verbetering ergonomie door alternatieve werkplekconcepten

Ergonomie op de werkplek, het blijft een thema, en in sommige (nog veel te veel) gevallen: behelpen. Stoelen die niet goed ingesteld zijn, werkbladen die niet op de juiste hoogte staan, monitoren die 'op hoogte' worden gezet met behulp van oude telefoonboeken, enzovoort. Met de groeiende trend van het thuis werken als onderdeel van Het Nieuwe Werken verliest de werkgever ook nog eens de controle over het arbo-verantwoorde werken op die thuiswerkplek, met alle gevolgen van dien.

Implementatie

Ondanks het feit dat het werk lichamelijk relatief licht belastend is en het een geringe kans oplevert op de 'klassieke' risicofactoren voor spier- en gewrichtsaandoeningen, zijn juist kantoormedewerkers vatbaar voor dit soort van problemen, zo is uit diverse onderzoeken gebleken (o.a. Zoike, 1999). Weliswaar vormen de veel voorkomende nek- en hoofdpijnen, CANS en lage-rugpijn omkeerbare (herstelbare) spierproblemen en zijn deze vergeleken met beroepsgroepen met zware lichamelijke arbeid zeldener met een arbeidsongeschikheid verbonden, toch wordt de gezondheid van de kantoorwerkers allang als economische factor onderkend. Dat blijkt wel uit de jaarverslagen van de diverse zorgverzekeraars – en dat al sinds eind jaren '80.

Het probleem is dat er geen duidelijk percentage kan worden vastgesteld met betrekking tot de oorzaak van lichamelijke problemen als gevolg van kantoorwerk. Er zijn immers meerdere oorzaken voor deze problemen aan te wijzen.

'Het probleem is dat er geen duidelijk percentage kan worden vastgesteld met betrekking tot de oorzaak van lichamelijke problemen als gevolg van kantoorwerk'

Onomstreden feit is echter dat de zogeheten omgevingspreventie, waarbij de optimale – dat wil zeggen gebruikersvriendelijke – invulling van de arbeidsomstandigheden op de voorgrond staat, en dat dit een belangrijke, zo niet beslissende rol speelt bij het voorkomen van aandoeningen aan spieren en gewrichten.

Doel van de ergonomische werkomgeving is het realiseren van een voor de mens uitgebalanceerde belasting van de menselijke vaardigheden, taken en wensen door de aanpassing van de taken, werkplek, werkomgeving en organisatie.

• Taken:
- soorten van taken
- wisseling van verschillende taken
- opeenvolging van verschillende taken

• Werkomgeving en -hulpmiddelen:
- invulling op maat
- keuze van de hulpmiddelen
- positionering in de werkomgeving

• Organisatie:
- werkuren per dag / week
- pauzes

Ergonomische invulling van de kantoorwerkplek

Om een goede inschatting te kunnen maken van het preventiepotentieel van een alternatieve kantoorinvulling is het noodzakelijk, eerst een evaluatie maken van de belasting van en eisen aan de kantoormedewerkers voor wat betreft hun spieren en gewrichten. Deze hebben voornamelijk betrekking op de nek, schouders en rug, het hoofd en de ledematen. Kenmerken:
• pijnlijke beperkingen van de bewegingsvrijheid
• pijnlijke spiergroepen
• pijnlijke pezen en aanhechtingen en
• veranderingen van het bewegingspatroon die de optredende blessures kunnen versterken.

De werkomstandigheden die deze lichamelijke problemen veroorzaken dan wel daar een rol in spelen, zijn de afgelopen decennia intensief onderzocht. Als risicofactoren voor blessures aan spieren en gewrichten werden daarbij de volgende (over)belastingen geïdentificeerd:
• inadequate hulpmiddelen en meubilair (met name het bureau en de stoel)
• slechte plaatsing van de belangrijkste hulpmiddelen (toetsenbord en monitor)
• slechte systeemergonomie (afstemming van de hulpmiddelen en het meubilair en aanpassing aan de werkomgeving)
• ongunstige taken met repetitieve bewegingen
• te lange werktijden aan het beeldscherm met te weinig pauzes en veranderingen van houding.

In Nederland geldt voor de kantoorwerkplek de NEN 1824, voor beeldschermen gelden de eisen die zijn vastgelegd in de NEN-ISO 9241-3/EN 29241-3. Een werkplek valt onder de richtlijnen van het Koninklijk Besluit Beeldschermwerkplekken als er meer dan twee uur per dag beeldschermwerk wordt verricht. Ook in het

10 tips voor een gezonde werkplek

Op de website van Bakker Elkhuizen worden een tiental tips gegeven voor een goed werkhouding. Volg de tips op om je werkplek aanzienlijk te verbeteren. En denk niet dat je geen advies ndoig hebt, er is altijd wel iets dat beter kan.
Het document kan ook worden gedownload als pdf, handig om later nog eens na te lezen, of om aan een (nieuwe) collega te geven. De tips zijn handig als richtlijn voor arbomedewerkers binnen organisaties, maar ook leidinggevenden kunnen er richting hun medewerkers hun voordeel mee doen.
De 10 tips zijn te vinden via www.bakkerelkhuizen.nl > Ergonomie > Tien tips om je werkplek te verbeteren.

Arbobesluit en de arboregelingen zijn eisen opgenomen voor beeldschermwerk. Die eisen zijn gebaseerd op de EU-richtlijn nr. 90/270/EEG van 29 mei 1990. Toen al werd onderkend dat er (wettelijke) regelingen nodig waren om lichamelijke problemen te voorkomen. Des te frappanter is het dat er nog steeds mensen uitvallen als gevolg van verkeerde werkhouding en -omgeving.

Omdat de eisen en belastingen aan de kantoormedewerker niet alleen betrekking hebben op het beeldscherm, maar op de totale werkomgeving, de taken en de organisatie, dienen dus niet alleen de wettelijke eisen aan het beeldschermwerk in acht te worden genomen, maar ook die van de gehele werkomgeving. Het is dus ook een misvatting, te veronderstellen dat voldoende aan preventie van spier- en gewichtsaandoeningen wordt gedaan als de eisen voor beeldschermwerk in acht worden genomen. Een goed ingerichte, dat wil zeggen een in alle opzichten naar de jongste inzichten en ontwikkelingen uitgevoerde werkplek, biedt met andere woorden weliswaar de randvoorwaarden voor een overbelastingvrije taakinvulling, maar dit alleen is niet voldoende voor het geheel vermijden van lichamelijke klachten of anderszins schade aan de gezondheid van de medewerker.

Meer bewegen als preventiemaatregel

De laatste jaren zien we steeds meer het belang van bewegen als preventie voor lichamelijke klachten bij kantoormedewerkers. De reden hiervoor is duidelijk: kantoorwerk leidt vaak tot met name fysiologisch slechte, statische lichaamshoudingen met te weinig beweging. In deze tijd van moderne manieren van informatieverwerking en communicatie worden vrijwel alle taken op het kantoor (en op de thuiswerkplek) zittend uitgevoerd. De reden hiervoor is eigenlijk wel logisch: staand werken kost meer energie dan zittend, en vormt een grotere belasting van de grote spiergroepen in de bovenbenen en de rug. Omdat staand werken eerder leidt tot vermoeidheid is dit ook minder geschikt voor taken waarbij geconcentreerd moet worden gewerkt. Langdurig staan belast ook het heupgewricht. Het kan tevens leiden tot spataderen en trombose, bovendien is de stabiliteit van het bovenlichaam lager, zodat voor een langere periode staand werken zich minder goed leent voor taken waarbij voornamelijk fijnmotorische handelingen moeten worden verricht. Denk hierbij aan muisbediening en typen.

Mede als gevolg van deze niet onbelangrijke zaken wordt zittend werken als algemeen geaccepteerde lichaamshouding voor kantoorwerk beschouwd. Echter: op basis van de anatomie en fysiologie van het menselijk lichaam wordt langdurig zitten ook in relatie gebracht met lichamelijke problemen. Zelfs op een in alle aspecten naar de nieuwste stand der techniek en ontwikkelingen ingerichte werkplek zal te langdurig zitten zonder houdingswisseling vroeger of later – afhankelijk van de lichamelijke gesteldheid van de gebruiker – leiden tot beperkingen en blessures. Naast het zorgen voor een optimale werkomgeving bestaat een wezenlijk doel van de ergonomische inrichting uit het vermijden van statische lichaamshoudingen en het stimuleren van bewegen op de werkplek. Naast de reeds besproken maatregelen voor de individuele preventie van fout gedrag wordt de laatste tijd steeds meer aandacht besteed aan het bedenken en ontwikkelen van alternatieve werkplekconcepten.

Een van de voorbeelden van onderzoeken die hiervoor werden verricht, is dat van het Fraunhofer Institut für Arbeitswissenschaft und Organisation. Dit gerenommeerde instituut onderzocht het preventiepotentieel van alternatieve zitvoorzieningen (hoogzitter, verschillende vormen van pendelstoelen, zitbal, kniestoel) vergeleken met gangbare kantoordraaistoelen die voldoen aan DIN 4551, evenals met zit-/staconcepten (verscheidene vormen van statafels, zit-/statafels met zeer ruime in hoogte verstelbaarheid).

Bij het onderzoek werd niet alleen rekening gehouden met een vergelijking van alternatieve meubels met de meer standaard zitmeubels, er werden ook combinaties bekeken van alternatieve zit- en zit-/staconcepten. Bij het onderzoek werd gebruikgemaakt van verschillende analysemethodes, variërend van metingen van de belasting van de wervelkolom tot metingen van de activiteiten van de lagere-rugspieren en de schouder-nekspieren en meerdere meetmomenten van de lichaamshoudingen, evenals subjectieve inschattingen van de waargenomen belastingssituatie aan de hand van een vragenlijst. Het onderzoek bestond uit meerdere gecombineerde veld- en laboratoriumtesten. Aan de veldonderzoeken namen medewerkers deel uit vier organisaties uit de sectoren banken, verzekeringen en diensten. De steekproef werd afgenomen bij in totaal 42 proefpersonen.

Zitconcepten

- Zitmeubels (90 graden zithoek) - bureaudraaistoel
- Zitmeubels (open zithoek) - hoge stoel - kniestoel
- Zitmeubels met pendelzitting - zitbal - pendelstoel

Zit- staconcepten

• Zit- en stawerkplek - zit-werkplek en statafel - zit-/statafel
• Afwisselend zit-stawerk - in hoogte verstelbare zit-/statafel

De resultaten tonen aan dat alternatieve zitmeubelen, vergeleken met DIN-, NPR- en NEN-goedgekeurde stoelen, de belasting van de spieren en gewrichten over het algemeen niet gunstig beïnvloeden. Kniestoelen, pendelstoelen en met name ook de zitbal werden door de meeste gebruikers na enige tijd niet meer geaccepteerd en als gevolg daarvan ook niet meer gebruikt. Alleen de hoogzitter werd (vergeleken met de andere alternatieve zitmeubelen) positief beoordeeld. De toepassing hiervan op kantoren is bij de gangbare werkoppervlakken echter slechts beperkt mogelijk. Op basis van de lichaamsafmetingen van de medewerkers is het hoogte-verstelbereik van werkoppervlakken voor minstens de helft van alle kantoorwerkers veel te gering. Werkoppervlakken die niet in hoogte verstelbaar zijn en die een werkhoogte hebben van 720 of 750mm zijn voor hoogzitters in elk geval onbruikbaar. De toepassing van een hoogzitter vereist daarom werkoppervlakken die een verstelbereik hebben dat aanzienlijk groter is.

Ook de meeste onderzochte zit-/staconcepten bleken, vergeleken met de gangbare zit-werkplek met bureaustoel, geen significante, aanwijsbare voordelen te bieden. Enigerlei gunstige effecten op de belasting van spieren en gewrichten waren niet statistisch aantoonbaar. Van alle alternatieve zit/staconcepten bood alleen het werkblad met zeer ruime mogelijkheden qua in hoogte verstelbaarheid (de zogenoemde zit-stawerkplek, zie afbeelding 1) waaraan zowel zittend als staand gewerkt kan worden, het grootste potentieel voor het stimuleren van bewegen. Terwijl de andere zit-staconcepten per dag slechts tussen de 3 en de 5 keer gebruikt werden, en de gebruiksduur bij de statafels gemiddeld slechts 5 minuten bedroeg en maximaal 15 minuten lang duurde, lagen de waarden voor de zit-statafel met zeer ruime hoogteverstelbaarheid daarentegen met een factor 6 (gemiddelde toepassingsduur) en 4 (maximale gebruiksduur) hoger. Alleen voor dit werkmeubel gaven de meeste ondervraagden aan, dit vaker te willen gebruiken.

Samenvattend bleek dat statafels in veel gevallen gebruikt worden als aanvullende plek om materiaal op te bewaren (dossiers, zelfs planten). Er zijn geen aanwijzingen dat deze statafels een stimulans vormen voor de zit-stadynamiek die de bewegingsarmoede en geforceerde houdingen als risicofactoren voor spier- en gewrichtsproblemen bij de gemiddelde gebruiker kan voorkomen. De beweging die noodzakelijk is voor de preventie van spier- en gewrichtsproblemen in de vorm van afwisselend zittend en staand werken kan echter vrij eenvoudig gerealiseerd worden met behulp van een in (zeer ruime) hoogte en

gemakkelijk verstelbaar werkblad waaraan zowel zittend als staand gewerkt kan worden.

Er moet echter ook worden opgemerkt dat een zinvolle verdeling van de arbeidstaken – een slimme combinatie en afwisseling van beeldschermwerken, staand telefoneren, loopje naar de printer en staand een kopje koffie drinken bij de automaat – een net zo groot potentieel lijkt te bezitten voor het voorkomen van lichamelijke klachten. Effectieve maatregelen zijn al meer dan 10 jaar bekend en zijn al in veel onderzoeken beschreven onder de term 'afwisselend werk'. De resultaten van de tot nu toe verrichte onderzoeken tonen echter aan dat statafels of alternatieve zitmeubelen alleen dan effectief toegepast kunnen worden als de gebruiker werkelijk gemotiveerd is om er goed gebruik van de maken, bijvoorbeeld als gevolg van rugklachten. Hiermee wordt duidelijk dat naast het aanbieden van dergelijke oplossingen (het neerzetten van de statafel) ook een gerichte gedragsverandering nodig is: de medewerker moet bereid zijn, het meubel te gebruiken. Alleen dan kan er sprake zijn van een effectieve zit-stadynamiek. ■

Ede op weg naar nieuw werken

Ede behoort tot de zogenoemde 100.000-plus gemeentes in Nederland, en groeit nog steeds. Mede als gevolg van de maatschappelijke en technologische ontwikkelingen besloot de ambtelijke organisatie van een sectorenmodel over te gaan op een directiemodel. Tevens werd een pilot gestart om Het Nieuwe Werken in te voeren als onderdeel van een cultuuromslag.

OfficeMagazine.nl was benieuwd hoe Ede te werk ging bij het invoeren van deze nieuwe manier van werken. We spraken hierover met Trix Hellendoorn (HR-adviseur), Wim Potman (hoofd Huisvesting) en Erwin Vervaart (IT-manager).

Potman legt uit: "De voornaamste reden voor de overgang naar Het Nieuwe Werken (HNW) is dat de organisatie slagvaardiger wil werken en een modern en aantrekkelijke werkgever wil zijn. Ook voor jonge mensen die net beginnen aan hun carrière. De maatschappelijke ontwikkelingen en de maatregelen die ons door de centrale overheid worden opgelegd met betrekking tot bezuinigingen, bevestigen onze timing. Wil je dit als organisatie goed faciliteren, dan heb je zowel op IT-gebied als op huisvestingsgebied eigentijdse middelen nodig. Ons interieur hier dateerde nog uit 1998, en het werd tijd om dat eens aan te pakken. Waarmee we, juist met de inzet van de moderne ICT-middelen, naar een heel ander concept konden gaan. We zaten in een halfopen kantoorconcept, dat wil zeggen dat de leidinggevende een eigen kamer had, afdelingen hadden nog een deur die dicht kon, enzovoort. Nu zijn we naar een open, transparante kantooromgeving gegaan waarbij we gekeken hebben naar de werkplekbehoefte van dat moment, en dat hangt af van de activiteiten die de mensen

Vlnr: Wim Potman, Erwin Vervaart, Trix Hellendoorn

daar verrichten. Dus nu hebben we een open plek, maar ook halfopen en concentratiewerkplekken."

Vervaart vervolgt: "Wij zaten ook met de ICT. We moesten toch al vernieuwen en dan ga je natuurlijk kijken wat er in de toekomst op ons afkomt. Wat zijn de trends? Bring Your Own is één van de trends. Maar ook thuis kunnen gaan werken in plaats van hier op kantoor. Dat zat er eigenlijk al aan te komen, los van HNW."

Taart

De aanpak was in eerste instantie top-down, vertelt Hellendoorn. "Omdat het een totaalpakket is en met name omdat het gaat om een cultuur- en gedragsverandering, is wel gezegd: de cultuur en het gedrag die we wensen, daar zit bijvoorbeeld een stuk ondernemersschap in. Zelfstandigheid, meepraten."

Met dat totaalpakket doelt Hellendoorn op het feit dat bij het proces alle aspecten van de organisatie betrokken werden. Ter voorbereiding werd twee maanden lang met vier themagroepen gesproken over de procedure én over de inhoud. "In iedere themagroep zaten 10 tot 15 van de medewerkers die als eerste zouden 'overgaan' naar HNW. Want de pilot gaat in eerste instantie om 220 mensen (van de in totaal 950 medewerkers, red.). Eén werkgroep hield zich bezig met cultuur, een andere met leiding en sturing en de andere twee met ICT en met huisvesting. Elke maandag kwamen die werkgroepen bij elkaar, soms onder begeleiding van mij en soms onder leiding van een externe adviseur van Veldhoen. Die hebben we erbij gehaald omdat zij veel ervaring hebben met HNW. Op basis van de gesprekken hebben de vier werkgroepen op een gegeven moment een advies geschreven. Er is vervolgens ook gekeken hoe dat allemaal op elkaar zou passen. Welke huisvesting ondersteunt het best de slagvaardige en ondernemende organisatie? En hoe wordt dat vanuit IT gefaciliteerd? Om te zorgen dat er een taart gebakken wordt waar een passend glazuurlaagje overheen zit. En op basis daarvan zijn we steeds verder gegaan in het traject. Dus we zijn inderdaad top-down begonnen, maar zeker in het begintraject zijn heel veel medewerkers erbij betrokken." Dit is helemaal in de lijn van Het Nieuwe Werken. Doel en randvoorwaarden komen top-down, de invulling wordt bottom-up geleverd.

Vooroordelen

Juist dat erbij betrekken van de medewerkers is ook volgens Vervaart van groot belang: "Er waren mensen die niet mee wilden doen, die zeiden: 'HNW, dat is niets voor mij'. Daar is Trix mee gaan praten, want juist die kritische blik was nodig om ons scherp te houden en te blijven zoeken naar de juiste insteek. Door die gesprekken was het ook mogelijk onterechte vooroordelen weg te nemen." Voorbeelden van die vooroordelen waren onder andere: 'ze willen me mijn werkplek afnemen', en: 'ze willen dat ik thuis ga werken en dat ik dus mijn collega's niet meer zie'. "Je kunt niet iedereen in alles tegemoet komen maar uiteindelijk was er door deze aanpak zeer breed draagvlak voor invoering van HNW. En niet alleen omdat we op die manier slagvaardiger kunnen zijn, de burger beter en sneller van dienst kunnen zijn – maar ook dat we onderling als organisatie beter, effectiever kunnen samenwerken."

Bij dat 'mentale' traject werd de hulp ingeroepen van externe deskundigen, deze trainden de leidinggevenden hoe zij HNW konden implementeren in de organisatie. Hellendoorn: "Dan ging het met name over een stuk sturing, maar ook: wat wordt er van je verwacht in het kader van HNW? Wat gaat er veranderen, hoe houd je mensen bij elkaar, hoe ga je overleg organiseren? Hoe word je een output manager, die stuurt op resultaat en niet op input?"

Plekje

Dat beter samenwerken wordt voor een belangrijk deel ook gefaciliteerd door de nieuwe huisvesting. Men kan nu gebruik maken van taakgerichte ruimtes. Hellendoorn hierover: "Mensen zoeken een plekje, ook om met anderen samen te werken of te overleggen. We zijn efficiënter bezig, het hoeft niet gelijk in overlegvorm, je hoeft niet vooraf een afspraak te

'Ik ben er wel van overtuigd dat mensen nog papier blijven gebruiken, maar dat gaat veranderen: ze gaan steeds meer met tablets werken'

maken, de eilandjes zijn opgeheven." Een ander voorbeeld van het meer samenwerken is het feit dat de leidinggevenden nu niet meer in aparte kamertjes zitten, maar 'gewoon' tussen de andere medewerkers. Dat was wel even wennen, zegt Potman: "Vroeger ging het over controle uitoefenen, nu zou ik het meer meer 'samenwerken' willen noemen. En die samenwerking is sterk verbeterd doordat ik nu gewoon tussen de medewerkers zit. Het was wennen voor hen en ook voor mij. Maar uiteindelijk werken we veel beter samen omdat er heel snel overleg kan plaatsvinden. Een bonus in de eerste maanden is misschien wel dat er wat harder gewerkt werd omdat ik erbij kwam te zitten. Maar dat slijt snel…"

Stabiel

De rol van de IT-afdeling is ook sterk veranderd, gaat Vervaart verder: "5, 6 jaar geleden waren wij het nog die bepaalden hoe je moest gaan werken. Omdat het stabiel en goed moest draaien. Nu is het vooral zo: alles wat de organisatie vraagt, dat probeer je zo snel en zo goed mogelijk te implementeren. Dat geeft bij de systeembeheerders ook wel een bepaalde onzekerheid, want die hadden vroeger echt het gevoel: wij hebben het in de vingers. Dat het niet helemaal aansloot bij wat de gebruikers wilden, dat was niet het belangrijkste. Nu moet je inspringen op hetgeen zij willen. Het geeft een stukje onveiligheid dat je de ivoren toren hebt moeten verlaten, maar je bent wel dichter bij je klant." Daarnaast is per afdeling een zogenoemde digicoach aangesteld, dat is iemand die meer dan anderen interesse en verstand heeft van automatiseringsproblemen. Ze helpen de gebruiker verder met het digitaal werken en het slim inzetten van automatiseringsmiddelen. Maar ook de gebruiker zal zich meer digitaal moeten gaan opstellen.

Voor wat betreft de 'papierwinkel' hebben de medewerkers voortaan nog maar één plank van 90cm tot hun beschikking om zaken op neer te zetten. Dat had niet alleen te maken met de verdergaande digitalisering van de dossiers, maar ook met het loslaten van de vaste werkplekken. Zo werden er afspraken gemaakt over de bezetting: als iemand langer dan 45 minuten zijn of haar werkplek verlaat, dan moet die persoon zorgen dat die werkplek leeg is: clean desk. Vervaart gaat in op die digitalisering: "We willen hier niet papierloos gaan werken, maar papierarm. Mensen mogen best thuis of hier de documenten uitprinten om er aantekeningen op te maken, maar scan die daarna dan in en gooi het papier weg. Ik ben er wel van overtuigd dat mensen nog papier blijven gebruiken, maar dat gaat veranderen: ze gaan steeds meer met tablets werken."

Afspraken

HNW vraagt van de medewerkers een drastische verandering in hun gedrag en oude werkpatronen. Daarom zijn ook diverse workshops gehouden, en werden er afspraken over gemaakt. Hellendoorn: "We zitten pas vanaf 28 november in dit gebeuren. In het begin spitsten de zorgen en de vragen zich voornamelijk toe op de huisvesting en de IT. Daar hebben we de kinderziektes wel achter de rug, maar nu komt de gedragskant aan de orde. Eén van samenwerkingsafspraken is niet eten op de werkplek. Een andere is al genoemd: na 45 minuten zorgen dat je een clean desk achterlaat. Op dit moment is de werkplekbezetting nog redelijk ruim, maar in april komen er vanuit andere locaties nog eens 30 collega's naar de HNW-bouwdelen."

Potman legt uit: "We hebben als gemeentelijke organisatie 7 panden waarvan we er één langdurig verhuurd hebben, de medewerkers uit de andere panden komen langzamerhand naar deze locatie. Waarschijnlijk zullen we dan 3 van de 6 panden gaan afstoten." Het is dan niet zo dat al die mensen op één locatie komen werken, gaat Potman verder. "We hebben nog geen thuiswerkregeling, die moet er wel gaan komen. Voordat we begonnen met verbouwen hadden we hier op piekdagen 24 plekken leeg, per 100. We hadden dus een bezettingspercentage van 76%. Dat hebben we teruggebracht naar 72 werkplekken per 100 medewerkers, dat betekent dat het percentage nog iets omhoog is gegaan, en dat houdt in dat we op sommige momenten, met name de dinsdag en de donderdag, een krapte zullen gaan merken. Als ik dat weet, kan ik vanuit thuis om half negen inloggen op het netwerk, mijn mail wegwerken en om 10 uur hier zijn voor het geplande overleg. Dan maak ik tot die tijd geen gebruik van een werkplek."

Vervaart gaat verder: "Je ziet met HNW dat men vaak naar kantoor komt om elkaar te ontmoeten. En we hebben geleerd, ook van andere bedrijven, dat het handig is om elkaar toch zeker twee keer per week te zien. Dat je een soort overleg regelt, en dan zie je die piekmomenten, vaak op de dinsdag en de donderdag. Dan zit het gebouw heel gauw vol, maar dan is het ook wel zo dat heel veel mensen dan juist gaan vergaderen. Dan zijn de werkplekken ook wel weer beschikbaar." De ICT-manager zag bij andere bedrijven dat die extra vergaderruimte op de dinsdagen en donderdagen bijhuurden om dat te faciliteren. "Dat was achteraf een heel foute beslissing, zeiden ze. Want eigenlijk moesten we het krap houden zodat de mensen gingen uitwaaieren naar de maandag of de woensdag." Volgens Hellendoorn heerst bij een deel van de mensen, onder meer parttime werkende vrouwen, de vrees dat hun rooster zal worden omgegooid, wat voor problemen kan zorgen bijvoorbeeld met de opvang van de kinderen. Potman ziet ook positieve kanten: er is ook verloop, en nieuwe, vaak jonge mensen, kun je makkelijker sturen voor wat betreft de dagen

die gewerkt moeten worden. Daanaast wordt er ook nog gekeken naar zaken als videoconferencing, en het inrichten van thuiswerkplekken. Dat laatste heeft niet alleen een grote impact op het budget van de afdeling huisvesting, ook de afdeling I & A (Informatisering en Automatisering) moet dan allerlei zaken faciliteren: inloggen, beveiliging, enzovoort.

Instructie

De feitelijke invoering van Het Nieuwe Werken was op 28 november van het vorig jaar. Dat begon met een gezellig samenzijn en enkele speeches. Vervolgens werden de sleutels van de lockers uitgereikt, een instructie gegeven over de nieuwe manier van telefoneren (er moet nu eerst worden ingelogd), een instructie over hoe je je digitale werkplek 'naar je toehaalt', en kantoorinrichter Ahrend was met enkele specialisten aanwezig om een zitinstructie te geven voor de nieuwe bureaustoelen en werkplekken zodat men de werkplek ergonomisch verantwoord kon instellen. Deze nieuwe medewerkers hebben hier vanuit een goede work-life balance ook behoefte aan.

Vangnet

Dat de voorbereiding goed was bleek ook uit het feit dat er een soort vangnet was: een team van deskundigen die konden helpen bij het oplossen van problemen met de nieuwe manier van werken. Helledoorn: "We hadden daar drie weken voor gepland, maar eigenlijk waren we in drie dagen al klaar." Wel signaleerde het team (het E-team) dat niet iedereen even oprecht was met de klachten: dat had dan vaak te maken met het feit dat die mensen eigenlijk niet goed konden omgaan met de verandering. Een ander aspect was dat men niet altijd even goed kon omgaan met de afspraak dat mensen elkaar konden aanspreken op bijvoorbeeld te luidruchtig telefoneren, of toch eten op de werkplek. In dat soort gevallen moest de leidinggevende alsnog even 'op zijn strepen gaan staan'.

Volwassen

De drie managers zijn het er volmondig over eens: de nieuwe manier van werken vereist een meer volwassen benadering van – en door – de medewerkers. Op de vraag of Ede een geheel eigen manier heeft gevonden om HNW in te vullen, antwoordt Potman stellig: "Nee, niet een eigen manier, maar ik vind wel dat we de juiste accenten hebben gelegd. We hebben nadrukkelijk ingestoken op gedragsverandering via Het Nieuwe Werken. Als alleen ICT of alleen huisvesting ermee was begonnen, was het veel moeilijker geweest. Nu zie je dat de samenwerking tussen huisvesting en ICT gezorgd heeft voor een stroomversnelling. Als je er aan begint vanuit een bezuinigingsoogpunt of 'het lijkt me wel leuk om eens een nieuwe inrichting te hebben', dan gaat het niet lukken."

De pilot voor modernisering van de organisatie, gedrag en HNW mag als geslaagd worden beschouwd. Het team kijkt nu al hoe het concept verder kan worden uitgerold, door de gehele ambtelijke organisatie. Hellendoorn sluit af: "We hebben dit gezien als een leerproces: echt ervaren met elkaar wat er op je af komt. Voortschrijdend inzicht is belangrijk. Kosten gaan voor de baten uit, het zijn allemaal termen die van toepassing zijn. We proberen hier een soort leeromgeving te maken: waar lopen we tegenaan? We fungeren ook al als voorbeeld voor andere gemeentes. Er zijn er al diverse hier komen kijken hoe wij het gedaan hebben."

De gemeente Ede maakt zich klaar voor de toekomst. Om de burger beter van dienst te zijn, om met Ede verder te kunnen groeien en om in een krimpende arbeidsmarkt een aantrekkelijk werkgever te zijn. Dankzij de goede en degelijke aanpak zal dat zeker lukken! ■

Ergonomie-politie

In elke editie van OfficeMagazine.nl leggen we enkele belangrijker spelers in de markt enkele stellingen voor. Dit keer gingen de stellingen over ergonomie.

Stelling 1: Het Nieuwe Werken en ergonomie hebben niets met elkaar te maken.

Stelling 2: Er moet een soort ergonomie-politie komen die elk ontwerp voor een kantoorproduct moet keuren.

Mimi de Kieviet-Lodewijks, directeur Emtek Ergonomics:

Stelling 1:
Het Nieuwe Werken vraagt op kantoor het instellen van de standaard bureaustoel en de rest van de werkplek. Thuis verhuist men langzamerhand van de keukentafel naar een 'echte werkplek' met een bureaustoel. Als specialist op het gebied van bureaustoelen/zitoplossingen op maat zien wij dat de zitklachten ten gevolge van het niet juist instellen van de bureaustoel en overig meubilair zowel op kantoor als thuis zijn toegenomen. HNW vraagt tijd, aandacht en kennis van elke betrokkene en het dient op de juiste manier gefaciliteerd te worden. Om de betrokkenen te helpen hebben wij de Beter zitten in 5 stappen box ontwikkeld, een handig hulpmiddel bij het instellen van de bureaustoel.

Stelling 2:
De verdeling van verantwoordelijkheden tussen werkgever en werknemer is een beladen onderwerp. Bijzonder aan Het Nieuwe Werken is de eigen verantwoordelijkheid van de werknemer, waar wetgeving op het gebied van arbeidsomstandigheden de verantwoordelijkheid grotendeels bij de werkgever legt. Deze heeft (vooralsnog) zorgplicht voor de veiligheid en gezondheid van de werknemer op alle werkplekken. De ontwikkelingen binnen HNW lijken sneller te gaan dan de betrokken partijen -werkgever en werknemer- bij kunnen houden. Het is jammer om te moeten constateren dat er over HNW al twintig jaar wordt nagedacht, maar dat de implementatie hiervan bij veel bedrijven dan nog niet verloopt zoals je zou verwachten.

Tom Smit, Score:

Stelling 1:
Daar ben ik het niet mee eens. Het heeft juist alles met elkaar te maken. Laptops, Smartphones, thuiswerkplekken, tafels, stoelen, laptophouders, compacte keyboards, muizen…noem maar op. De Nederlandse vereniging voor Ergonomie hanteert het volgende: "Ergonomie streeft naar het zodanig ontwerpen van gebruiksvoorwerpen, technische systemen en taken dat de veiligheid, de gezondheid, het comfort en het doeltreffend functioneren van mensen wordt bevorderd." Doordat bij het nieuwe werken de werkplek niet 100% vaststaat zijn er dus nog meer zaken waarop gelet dient te worden vanuit ergonomisch oogpunt. Het is erg belangrijk dat overal goede instructies voor zijn en dat producten gemakkelijk in te stellen zijn door de gebruiker. Ergonomie dient de (werkende) mens en sluit daarom aan bij Het Nieuwe Werken.

Stelling 2:
Daar ben ik het niet mee eens. De werknemer en werkgever zijn beiden verantwoordelijk en de Arbodienst moet daarin worden gekend. De werkgever is verplicht om te zorgen voor een passende werkplek en de werknemer moet daar goed mee omgaan. Extra controles zijn mijns inziens dan ook niet nodig. Je zou wellicht wel kunnen denken aan andere richtlijnen (NEN of via de Arbowet) voor 'nieuwe werkplekken' en dat producten die worden aangeprezen als passend binnen het 'Nieuwe Werken' hieraan dienen te voldoen. Als de werkgever deze aanschaft is dat te controleren. Met het 'Nieuwe Werken' krijgt de werknemer meer zelfstandigheid en dus ook verantwoordelijkheid. Het is voor de werkgever en werknemer van het grootste belang om duidelijke risicoanalyses en afspraken te maken. Wellicht zou een medewerker van HRM een alternatieve werkplek en werkhouding kunnen registreren en waar nodig aanpassen. Dan is de begeleiding daar van voor tot achter en hoeft er vanuit de overheid niet extra in te worden geïnvesteerd.

Hans Trilsbeek, Manager Wilkhahn NL

Stelling 1:
Deels onderschrijven wij deze stelling. De individuele ergonomie op de werkplek verdwijnt snel. Primair is flexibiliteit de rede van deze verandering. Meerdere gebruikers per werkplek stellen andere eisen aan de instelbaarheid. Vooral de bureaustoel kent nog de gelijke functies echter is de instelbaarheid vereenvoudigd naar een vermindering van de "knoppen".
"plug and play" / vrijwel knoploze bureaustoelen worden meer en meer toegepast.
De "ON" van Wilkhahn is hier een goed voorbeeld van, 3D synchroon en vrijwel knoploos.
Uitgeroepen tot de beste bureaustoel in de wereldmarkt!

Stelling 2:
Deze stelling onderschrijven we niet. Een aantal normen cq. norm commissie [bijv. NEN] borgen dit.

Harry Meijer, Managing Director Girsberger Benelux BV

Stelling1:
Integendeel, ik geloof dat deze beide thema's veel met elkaar te maken hebben. Je moet alleen bij ergonomie dan niet in eerste instantie denken in maatvoeringen en afmetingen maar meer in je goed voelen in de werkomgeving waarin je je werkzaamheden vervult. Immers een smaakvolle en efficiënte werkomgeving is veel inspirerender dan een saaie werkplek waar wellicht meubilair staat die aan alle normen voldoet. Ergonomie is een breder begrip dan alleen minimale en maximale maten. Een optimale werkomgeving behoort ook tot het begrip ergonomie.

Stelling 2:
Dit zou natuurlijk de grootste fout zijn die we binnen het inrichtingslandschap kunnen maken.
Alle creativiteit wordt zo uit de ontwikkeling van kantoorproducten gehaald en is de hond in de pot voor ontwerpers en industriële vormgevers. Daarbij geloof ik niet dat het mogelijk is goede standaards hiervoor te ontwikkelen. Zet vijf ergonomen op een rij en je hebt vijf meningen.

Ontvang nu ruim € 9 korting op het reguliere abonneetarief: u betaalt slecht € 39 (ex btw) in plaats van € 48. U ontvangt naast vakinformatie vele voordelen. Abonneer u nu op uw vakblad Office Magazine.nl!

Abonnee voordelen:

- 6 maal per jaar uw eigen vakblad
- Vakinformatie over alle aspecten van het kantoor
- Actueel nieuws op www.officemagazine.nl
- 12 maal per jaar uw eigen digitale Office Magazine.nl nieuwsbrief
- Extra korting op lezersaanbiedingen in uw multimediale vakblad
- Gratis gebruik van de Office Magazine.nl vacatureservice
- Gratis bedrijfsgegevens vermelding in bedrijvengids op www.officemagazine.nl
- Een korting van € 100 op een uitgebreide vermelding in de bedrijvengids; abonnees betalen € 95 voor een heel jaar i.p.v. € 195
- Abonnees ontvangen ook 15% abonneekorting op andere tijdschriften van de uitgeverij: Porsche Scene Live, Great British Cars, AV&Entertainment, Meeting Magazine, Noord Limburg Business, Rivierenland Business, Oost-Gelderland Business, Vallei Business, body LIFE Benelux.

Indien u geïnteresseerd bent in een abonnement, kunt u dit vermelden op bijgevoegde antwoordkaart of bel direct onze klantenservice: 024 3738505 (elke werkdag bereikbaar tussen 9.00 uur en 12.00 uur).

U kunt u ook abonneren via de website: www.officemagazine.nl.

Uniek in Nederland: **gratis vacatureservice voor abonnees**. Office Magazine.nl start in juli met een vacatureservice, waarop alle vacatures in de branche geplaatst kunnen worden tegen lage tarieven. Abonnees kunnen hier gratis gebruik van maken.

Tips om fit@work te zijn

Bijna iedere kantoorwerker vindt een comfortabele, plezierige werkomgeving belangrijk. En een goed zittende bureaustoel staat bovenaan de lijst omstandigheden die belangrijk zijn voor een prettige werkomgeving. Logisch denk je misschien, maar zitten heeft verstrekkende gevolgen voor je gezondheid.

Klachten zoals gespannen en pijnlijke schouders, rugpijn, RSI en hoofdpijn doen zich volgens een onderzoek door producent Fellowes veelvuldig voor. 30 Procent van de medewerkers heeft gespannen en pijnlijke schouders, gevolgd door een kwart die in het onderzoek aangeven rugpijn te hebben. In totaal hebben meer dan de helft van de Nederlandse medewerkers in de afgelopen drie jaar last gehad van één of meerdere van deze pijnklachten die verband houden met een niet-ergonomische werkplek. Onderzoeken uit zowel Amerika als Australië laten zelfs een verband zien tussen te veel zitten en prematuur overlijden, en geven aan dat je op kantoor daar iets aan kunt doen.

Tips

Hieronder volgen dan ook een aantal tips om fit@work te worden en die je wellicht weer een jaartje schelen.

- Zorg voor de juiste zithouding. Voorkom een gebogen rug. Een goede houding bereik je door achterin je stoel te zitten. Een rugsteun en voetensteun helpen je met een correcte zithouding.
- Wanneer je ernstige nekpijn wilt voorkomen (dit geldt voor bijna een derde van alle verzuim op het werk), zorg er dan voor dat je op ongeveer een armlengte van je scherm zit en dat je scherm op een comfortabele kijkhoogte staat (ooghoogte is aanbevolen). Een laptop- of monitorstandaard helpt je met deze juiste positie.
- Doe veel stretchoefeningen tijdens het zitten. Wanneer je gedurende de dag langdurig zit, zullen je spieren verstijven, wat de beweeglijkheid van de gewrichten vermindert. Lang zitten kan gevolgen hebben voor de gezondheid, zoals heupproblemen en last van de onderrug of nek. Daarbij worden je buikspieren niet aangesproken en daardoor minder sterk. Stretchoefeningen die je gemakkelijk achter je bureau kunt doen zijn:
  Voor de rug: rollen met de schouders, tien keer vooruit en tien keer achteruit.
  Voor de nek: draai je hoofd rond, tien maal linksom en tien maal rechtsom.
  Voor rug en nek: strek je armen uit, en draai rondjes met je armen.

Voor buikspieren en stramheid in de benen: ga rechtop zitten en til je linkerbeen tien keer van de grond en hou hem even van de grond af. Herhaal dit met je rechterbeen.

- Bijkomend voordeel is dat door deze oefeningen meerdere malen per dag te herhalen je concentratie gedurende de dag zal verbeteren, wat dan weer bevorderlijk is voor je productiviteit.
- Eén op de vier mensen lijdt aan pijn of klachten veroorzaakt door druk op de polsen. Polssteunen verlichten deze druk en voorkomen potentiële klachten.
- Neem ieder uur een korte pauze van vijf minuten. Sta op en loop een stukje door kantoor of ga naar buiten. Dit is niet alleen goed voor je lijf, maar ook voor je humeur en dus voor je productiviteit. Commentaar van je werkgever of collega dat je alweer een rondje maakt, kan je met dit argument direct afwimpelen.
- Zorg ook tijdens het thuiswerken voor de juiste zitomstandigheden. Plof niet zomaar met je laptop neer op de bank, maar zorg dat je een heuse thuiswerkplek inricht die minstens zo ergonomisch is als je werkplek op kantoor. ■

Bron: Fellowes, Hazel Goesaert, via www.securitymanagement.nl

Ideaal voor communicatie

Ze bestaan helaas nog steeds: de kantoorpanden met donkere gangen en krappe cellenkantoren. Gelukkig wordt er tegenwoordig wel anders gedacht over de inrichting van een kantoor: ruimte, licht, lucht zijn 'key factors' voor de hedendaagse interieurarchitect. Taakspecifiek ingerichte ruimtes moeten de communicatie, het samenwerken bevorderen dan wel het geconcentreerd werken faciliteren.

Inderdaad, het moderne kantoor lijkt meer op een café dan op een plek waar gewerkt moet worden. Maar ja, het werken zelf is ook aanzienlijk veranderd als gevolg van nieuwe technologieën en sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen. De werkomgeving wordt daardoor huiselijker en decentraler. Met name de jongere generatie staat deze ontwikkeling voor, maar ook menig 'oudere' haalt opgelucht adem bij de vrijere manier van werken, de aangenamer omgeving en de sterk verbeterde samenwerking. Problemen worden in teamverband opgelost, en daar hoort nu eenmaal een goede communicatie en uitwisseling van ideeën bij. Het kantoorgebouw is een sociale ontmoetingsplek geworden waar collega's elkaar op gezette tijden zien om te vergaderen, of om gewoon weer even bij te kletsen. Werken doe je tegenwoordig immers overal, wanneer het jou uitkomt.

Veel te duur

Daarnaast zien we dat heel veel organisaties efficiënter met hun beschikbare vierkante meters willen omgaan. Ofwel: ze krimpen in omdat die meters ondanks de enorme leegstand van kantoorpanden nog steeds veel te

duur zijn. Dan komt het goed uit dat meer en meer medewerkers niet op kantoor werken: er zijn dus minder werkplekken nodig. Dat zet de managers feitelijk in een soort spagaat: van de ene kant willen de organisaties inkrimpen qua ruimte, van de andere kant moeten de medewerkers toch gemotiveerd kunnen worden en zowel communicatief als geconcentreerd kunnen werken.
Uit een Duitse studie, gebaseerd op een enquête onder 1.000 kantoormedewerkers werkzaam bij 16 organisaties, kwam naar voren dat, voor het moderne werken, de medewerkers de voorkeur gaven aan twee typen kantoorinrichting: het combikantoor en de zogeheten 'business-club'-indeling. Dat was goed nieuws voor de facility manager - en de financieel manager: per medewerker kost een werkplek in een combikantoor ongeveer 20 procent minder dan een cellen- of groepenkantoor. Voor wat betreft de business-club: die is maar liefst 50 procent goedkoper – en dat ondanks de hogere kosten voor de inrichting ervan.

Uit de studie bleek nog een ander belangrijk feit: des te hoger de ontmoetingskwaliteit, des te hoger het prestatieniveau van de gebruikers. Die ontmoetingskwaliteit wordt bepaald door vier factoren: gebouwstructuur, gebruiksstrategie, werkmilieuvoorwaarden, en omgevings- en algemene 'wellness'-criteria.
Met name organisaties waarvan relatief veel medewerkers vaak op dienstreis of bij klanten zitten, kunnen optimaal gebruik maken van concepten als desksharing (in de wandelgangen ook wel 'warme werkplekken' genoemd) of open space kantoren.

Inrichting

Desondanks wordt de inrichting van de communicatie- en concentratieplekken steeds belangrijker. De kantorenwereld moet verrijkt worden met werkruimtes die een contrast vormen met de functioneel ingerichte kantoren. Het goede nieuws is dat het hier in eerste instantie gaat om niet gebruikte ruimtes (of overbodig geworden ruimtes vanwege die inkrimping). Dat houdt in dat er feitelijk geen extra ruimte hoeft te worden gehuurd/gekocht om die ontmoetingsruimtes te faciliteren. Die ruimtes hoeven alleen maar geschikt te worden gemaakt voor de nieuwe manier van werken/ontmoeten.

Moderne werkplekconcepten bieden een veelvoud aan ruimte-types die variëren naar gelang de diverse taken en werkstijlen. Die veelvoud varieert tussen de vrijstaande 'think tank' voor kort overleg via afgeschermde ruimtes voor geconcentreerd werken tot team- en projectwerkplekken of zelfs bench-oplossingen. Het ongestoord kunnen werken (en dat werkt twee kanten op!) wordt gefaciliteerd door techniekeilanden of telefooncocons. Daarnaast zijn er ook lounges, koffiehoekjes en wellness-ruimtes. En voor elk type inrichting bestaan er speciale meubels en andere producten. In 2006 had Vitra dit al begrepen en introduceerde het op de Orgatec zijn 'Nest'n'Nest'-concept. En vele producenten volgden. In 2010 bracht Bene – ook op de Orgatec – met zijn 'Parcs' complete landschappen, kwam Prooff met nieuwe uitvoeringen van zijn cocon-stoel 'Earchair' en lanceerde König + Neurath het 'net.work.place'-concept.

Door de wisselwerking tussen ruimtes met - zeg maar - een zekere privé-sfeer, en omgevingsruimtes met eigenschap-

Checklist voor communicatie-ruimtes

- middenzones dienen te worden gepland in de nabijheid van spreekkamers, trappenhuizen en sanitaire ruimtes
- tijdelijke werkplekken afschermen
- combineer kennis-, communicatie- en informatietypes (bibliotheek, zithoek, interactieve informatieschermen, W-Lan)
- hoogwaardige inrichting die een afspiegeling is van de taken (huiselijk, gezellig, maar ook meer basic, in ieder geval functioneel)
- duidelijke scheiding tussen facilitaire voorzieningen en ontmoetingsplekken
- diverse nissen en hoekjes in de directe nabijheid van de hoofdroutes
- duidelijke functie: als aanlandplek voor bezoekers, bijvoorbeeld ontvangstruimte, wachtruimte, lounge
- akoestische storing door nabijgelegen werkplekken vermijden door inzet van technische of voorzienings-eilanden
- houd bij het faciliteren van zit- en stawerkplekken ook rekening met de spitsuren
- zorg dat deze ruimtes ook geschikt zijn voor het houden van bedrijfsfeesten en (interne) presentaties (jubilea, maar ook persbijeenkomsten)
- variabele zit- en stagelegenheden
- stem de faciliteiten voor opslag van huishoudelijke artikelen (vaatwerk en dergelijke) af op het aantal gebruikers; regel de afvoer van het afval
- ontwikkel bedrijfsconcepten (verzorging, catering) en leg verantwoordelijkheden neer bij personen
- zorg voor eenvoudig te bedienen apparatuur, maar ook voor handleidingen
- intensief gebruik van het bedrijfsrestaurant (wordt vergaderruimte)
- flexibele ruimte-indeling door toepassing van systeem- of scheidingswanden
- definieer hoofd- en secundaire routing
- zorg voor eenduidige herkenning van afdelingen/zones, bijvoorbeeld door kleurgebruik van de meubels, wanden of vloerafwerking
- gebruik de midden-zone als een soort marktplaats
- de 'koffiehoek' moet brandbeveiligingsvoorzieningen hebben (branddeken, -blusser)
- integreer multifunctionele apparatuur in het voorzieningeneiland; denk ook aan een voorziening voor 'secured printing'.

Verschillende kantoortypes

- Bij het klassieke cellenkantoor maken de communicatie- en gemeenschappelijke ruimtes gemiddeld slechts 10 procent uit van het totale kantooroppervlak. Ze nemen echter wel vaak hoogwaardige ruimtes aan de raamzijden van het gebouw.
- In het geval van het groepenkantoor zijn de aparte ruimtes of de door systeemwanden gescheiden ruimtes groter en opener. Er zijn meer communicatie-zones.
- Het combikantoor verenigt transparante een- en meerpersoonsruimtes met gemeenschappelijke inrichtingen in de centrale zone. Vaak wisselen de gebruikers aan de hand van hun huidige taak, project en team-samenstelling van werkplek.
- In de business-club is de binding tussen de individuele werkplekken nog minder, hierbij gaat men uit van een non-territoriale benutting van de werkplekken. Overleg- en communicatieplekken nemen maximaal 25 procent van de totale oppervlakte in beslag.

pen die ontmoetingen faciliteren, ontstaat een werkomgeving die (kennis)uitwisseling en communicatie stimuleert. Misschien wel de belangrijkste ruimte in dit concept is de zogenoemde huiskamer. Laat daarom de medewerkers meebeslissen over de inrichting daarvan. En zorg dat op elke grotere afdeling een huiskamer voorhanden is. Want wetenschappers van het gerenommeerde onderzoeks- en opleidingsinstituut MIT hebben vastgesteld dat mensen de persoonlijke communicatie alleen dan overwegen wanneer de faciliteit daarvoor (huiskamer, maar ook koffiehoek) zich binnen 200 meter van hun werkplek bevindt. Alles wat daar verder van verwijderd ligt, wordt per e-mail of telefoon afgehandeld.

Daarom worden afdelingen die veelvuldig en intensief met elkaar moeten samenwerken, vaak op verschillende verdiepingen of zelfs locaties gehuisvest. Dat lijkt in tegenstelling tot de zojuist genoemde randvoorwaarden voor persoonlijke communicatie, maar het management van de organisatie kan op die manier ook stimuleren dat mensen wat meer bewegen, zeker als je één of meerdere trappen op of af moet om die collega te treffen. Zorg daarom dan ook dan de trappenhuizen schoon, goed verlicht en veilig zijn. Helaas wordt hier nog te vaak te weinig aandacht aan besteed: er wonen toch geen mensen? In sommige organisaties worden de trappenhuizen zelfs gebruikt als rookruimte als het buiten regent. Dat is ook niet bepaald bevorderlijk voor de algemene hygiëne en uitstraling als bedrijf.

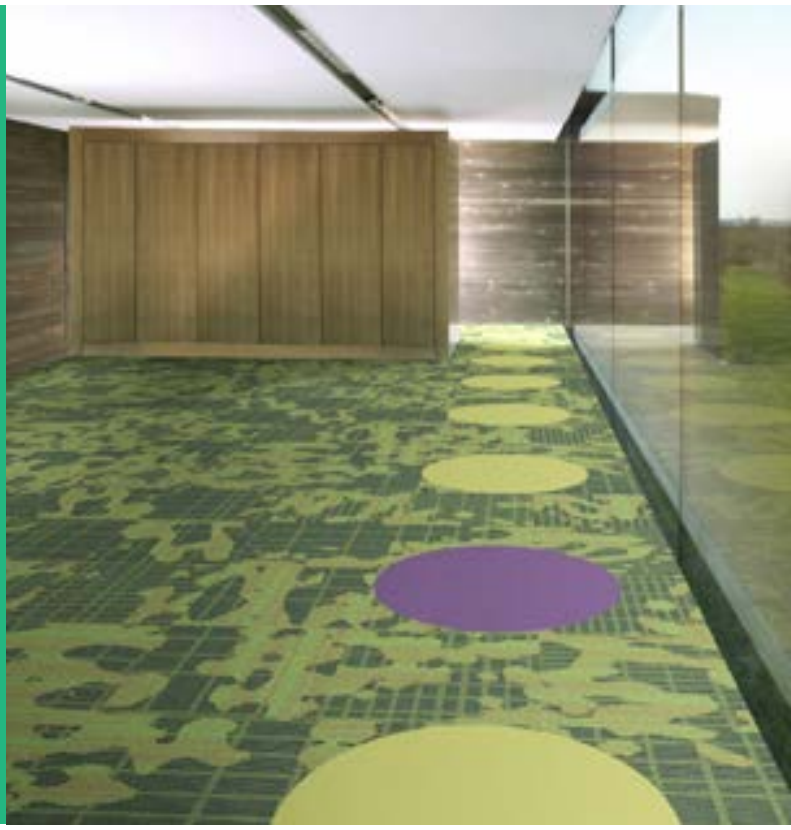
Niet alleen voor Het Nieuwe Werken is een goede communicatie tussen de medewerkers van levensbelang voor elke organisatie. Dankzij HNW is er echter weer een opleving gekomen voor wat betreft de opvattingen over de inrichting van de kantooromgeving. Moderne technologieën maken het mogelijk, op andere plekken dan vanachter een bureau te werken. Gelukkig zijn diverse producenten gaan voortborduren op die mogelijkheden, en hebben ze meubilair ontwikkeld dat aan de nieuwe eisen voldoet. Logisch gevolg was dat ook de indeling van de kantoorruimtes daaraan werd aangepast. Doe er als facilitair manager uw voordeel mee. ■

Interface lanceert nieuwe producten

Interface, leider in design en productie van hoogwaardig tegeltapijt, heeft in Milaan haar nieuwe collectie Metropolis gepresenteerd. Bij het ontwerpen van de nieuwe collectie stond de naderende Apocalyps met de daarop volgende wederopstanding centraal. De angst voor totale verwoesting en de hoop op een nieuwe, betere wereld hebben de designers geïnspireerd bij het ontwerpen van Metropolis.

Het verhaal over de apocalyps, de verwoesting en daarop volgende wederopstanding van menselijke civilisaties en hun kosmopolitische steden zijn een inspiratiebron geweest voor de 15 nieuwe producten. Deze inspiratie heeft geleid tot een gevarieerde reeks opvallende, moderne patronen, kleuren en texturen, die allemaal in lijn zijn met de belangrijkste trends van dit jaar. Alle producten voldoen aan de hoge duurzaamheidseisen van Interface.

Meer info: www.interfaceflor.eu



De verlichtingswereld draait door!

De verlichtingswereld verandert spectaculair dankzij duurzame LED-verlichting en Energiebesparende Lichtregelsystemen. ETAP Lighting nodigt u uit voor een sessie over dit onderwerp op dinsdag 12 juni 2012 bij Hotel/Restaurant "De Koperen Hoogte" te Zwolle. Aanvang 16.00 uur, het einde is voorzien rond 20.30 uur. In een informele setting (gebaseerd op "De Wereld Draait Door") vertellen beleidsmakers en gebruikers over hun ervaringen met LED-verlichting en Energiebesparende Lichtregelsystemen. Na een korte inleiding gaat gastheer Eric Holm van Holm-producties aan tafel met gastsprekers van Ernst & Young, Gemeente Almere, Stichting Carmelcollege, en Valstar-Simonis. Vanuit de zaal krijgen de gasten de mogelijkheid vragen te stellen. Deze gasten bestaan uit adviseurs, architecten, opdrachtgevers en installateurs.

Deelname is kosteloos

Aanmelden

E-mail: christine.laureyns@etaplighting.com, fax 076-542 09 62 of bel 076-548 34 00
Het aantal deelnemers is beperkt dus schrijf snel in!

Voor meer informatie: ETAP BV Christine Laureyns Tel. 076 - 548 34 00
E-mail: christine.laureyns@etaplighting.com

Koreman Verlichting introduceert het 'Simply Light Concept'

Koreman Verlichting uit Ilpendam installeert al jaren verlichtingsconcepten in zorginstellingen, bij de overheid en industrie. Daarmee heeft het bedrijf een grote reputatie opgebouwd. Koreman Verlichting komt nu met een nieuw concept: het Simply Light Concept. Daarmee kan de ondernemer niet alleen beschikken over een energiezuinige en hoogwaardige verlichting, maar weet hij ook exact wat hij per maand kwijt is aan verlichtingskosten.
Het gaat fout bij mankementen en vervangen van lampen. Dan kunnen de kosten aardig oplopen. Koreman Verlichting wil de ondernemer die zorgen uit handen nemen door de mogelijkheid te bieden van een 5- tot 10-jarig leasecontract. De installatie, het onderhoud en service worden dan, tegen een vaste, maandelijkse vergoeding voor de ondernemer geregeld.
Koreman Verlichting wil niet alleen de ondernemer zekerheid bieden, uitgangspunt is dat er op energie wordt bespaard door led-lampen te gebruiken en dat er tevens voor wordt gezorgd dat er een omzetverhogende sfeerverlichting ontstaat.
De ondernemer wordt voorzien van een lichtinstallatie die op maat wordt gemaakt. Een lichtplan, waarbij wordt bekeken wat nodig is, ligt daaraan ten grondslag. Daarna kan de ondernemer via een 3D-animatie een goede indruk krijgen van de uiteindelijke installatie.

Meer info: www.koreman.nl

Weg met de territorums!

Als gevolg van trends en ontwikkelingen als flexwerken, thuiswerken en Het Nieuwe Werken komt het steeds minder voor dat een kantoormedewerker zijn of haar 'eigen plek' op dat kantoor heeft. De zogenoemde niet-territoriale kantoorconcepten bieden echter niet alleen voordelen.

De voordelen van de vrije kantoorinrichting (geen vaste plekken) zijn onder meer dat er minder werkplekken nodig zijn, dat de communicatie beter verloopt (mensen gaan gewoon dicht bij elkaar zitten om te overleggen) en dat de medewerkers zich vrijer voelen. Maar er zijn ook nadelen: een niet-territoriaal kantoor is gewoonlijk een zogeheten open office, en dat zorgt voor ontpersoonlijking en akoestische en visuele afleidingen.

De afgelopen 20 jaar is het kantoorwerk totaal veranderd: van papierwerk is het naar digitaal werk geëvolueerd. Toch wordt nog heel veel digitale informatie naar papier getransformeerd: we drukken nog veel (teveel) af. Zeker de laatste paar jaar ligt de nadruk bij kantoorhoudende organisaties op kostenbesparing: de vierkante meters zijn nog steeds veel te duur in verhouding tot de beschikbare ruimte, en daarbij vallen de kosten voor printpapier eigenlijk in het niet. Wat dat betreft heeft de trend van Het Nieuwe Werken ook voor een ommekeer gezorgd. Aspecten van HNW zijn namelijk onder andere mobiel en thuiswerken, evenals een geheel andere benadering van kantoorinrichting. Misschien nog wel belangrijker is het aspect van het managen op output in plaats van op aanwezigheid – en dan gaat het met name om die laatste

factor. Een volgend aspect is het feit dat niemand meer een vaste werkplek heeft, de leidinggevenden zitten midden tussen het 'gewone voetvolk'. Dat bevordert de communicatie en dus de samenwerking, nog een aspect van HNW.

Hiërarchie

Maar zoals zo vaak zien we dat er organisaties zijn waar de hiërarchie niet alleen nog steeds intact is, maar ook zichtbaar: de chef heeft een betere plek dan de gewone medewerker, en de manager heeft een eigen kantoor. De directeur zit als vanouds (lees: negentiende eeuw) in een corner office achter een dik kersenhouten bureau. Hier zijn dus duidelijk nog territoria te vinden, en die worden angstvallig verdedigd want die zijn een zichtbaar bewijs van de status van de gebruiker. Deze vorm wordt echter steeds meer verdrongen door een vrijere inrichting: de sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen dringen ook tot dergelijke kantoorstructuren door.
Gaat de traditionele kantoorbeheerder over tot een vrijere inrichting, dan kan hij kiezen uit diverse vormen. We sommen de belangrijkste op:

- desksharing: één of meerdere medewerkers delen dezelfde werkplek (bijvoorbeeld deeltijdwerkers die 's ochtends een plek bezetten die 's middags door een ander wordt bemenst);
- roomsharing: (ook wel flexible office ofwel flexkantoor genoemd) de medewerkers maken gebruik van willekeurige werkplekken in één ruimte, bijvoorbeeld een afdeling;
- buildingsharing: de medewerkers maken gebruik van willekeurige werkplekken in één gebouw, bijvoorbeeld op verschillende étages.
- hotelling: de werkplekken worden vooraf gereserveerd door (externe) medewerkers; deze werkplekken worden dan voor zover nodig gereedgemaakt voor gebruik. Denk aan vergaderzalen waar beamers en geluidsinstallaties worden geplaatst, evenals het verzorgen van catering, secretariaatsdiensten en dergelijke.

In de praktijk zullen meerdere van deze vormen door elkaar worden toegepast, en zijn er natuurlijk allerlei variaties en nieuwe indelingen mogelijk. Dat is onder meer afhankelijk van het soort organisatie, het soort werk dat er moet worden gedaan en de structuur van de organisatie.

Instelling

Voor alle vormen van niet-territoriale kantoorinrichting gelden echter een aantal belangrijke voorwaarden voor het ontwerp en de gebruikte faciliteiten. Zo dient een bureaublad gemakkelijk in hoogte verstelbaar te zijn, evenals de bureaustoel. Waar bij de vaste werkplek dit slechts één keer hoefde te gebeuren – bij de ingebruikname –, moet elke nieuwe medewerker niet alleen weten hoe hij de voorzieningen 'op maat' kan instellen, maar dat ook daadwerkelijk doen. Daar moet de leidinggevende op toezien, ook al is de hiërarchie minder strak gedefinieerd. In het ergste geval heeft hij of zijn een dagtaak aan het monitoren van de steeds wisselende gebruikers van de werkplekken. Gelukkig gaat men bij HNW ook uit van een meer volwassen en verantwoordelijke opstelling van de medewerkers, dus zal het in de praktijk hopelijk wel meevallen, dat streng toezien op. Van belang is dan wel dat de medewerkers een zitinstructie hebben gekregen en dat op de bureaupoot en de stoel duidelijk staat aangegeven op welke ze op dat moment staan zodat ze ook gemakkelijk op de correcte hoogte kunnen worden gezet. Mikken is missen, meten is weten.
Wat helaas nog te vaak wordt vergeten, is de reinigingsfactor. Een werkplek in een niet-territoriaal kantoor moet, vergeleken met een vaste werkplek, uit hygiënisch oogpunt veel vaker te worden schoongemaakt. Prettige bijkomstigheid daarbij is dat flexwerkers gewoonlijk hun eigen laptop meebrengen en geen gebruik hoeven maken van vaste toetsenborden die ook door alle andere medewerkers worden gebruikt. Bovendien: clean desk betekent meer dan geen dossiers op het werkblad. Dat heeft dan weer te maken, en is afhankelijk van de instelling van de collega's. Hierbij geldt de gulden regel: laat de spullen achter zoals je ze zelf graag aantreft.

Efficiënt gebruik

Uit onderzoek is gebleken dat een kantoormedewerker slechts 5 procent van de totale 8.760 uren (365 dagen x 24 uur) zijn of haar werkplek bezet houdt. Zo bekeken zijn de vierkante meters wel heel erg duur… Toch houdt efficiënt omgaan met de beschikbare vierkante meters meer in dan inkrimpen. Blijkbaar is nog steeds niet tot iedere (facility) manager doorgedrongen dat de medewerkers de laatst beschikbare productiviteitsreserve vormen. Zelfs conservatieve berekeningen tonen aan dat de kosten voor de vierkante meters, vergeleken met de kosten voor de waardecreatie van de medewerkers te verwaarlozen zijn. Vandaar dat er ook zo de nadruk wordt gelegd op de bereidwilligheid van de medewerkers om de veranderingen door te voeren: de mens is de kritische factor. En die kantoormens moet kunnen presteren willen we het hoofd kunnen blijven bieden aan de lagelonenlanden. We willen immers zo graag een kenniseconomie zijn die on top blijft dankzij creativiteit en innovatief vermogen. Dat betekent dat de waarde van de kantoormedewerker niet moet worden onderschat: alleen medewerkers die de waardering 'voelen', zijn betrokken (committed) bij hun organisatie en tonen dat door motivatie, creativiteit en innovatief vermogen aan de dag te leggen. Die waardering kan worden vormgegeven door een aangename en stimulerende werkomgeving te creëren.
Dat kan zijn een niet-territoriaal kantoor, met de nadruk op 'kan': een slechte, want niet prettig en stimulerende werkplek werkt averechts. Fouten die kunnen worden gemaakt bij het inrichten van een niet-territoriaal kantoor zijn onder andere:
- bureaus te dicht bij elkaar;
- akoestische storingen (last van mensen naast je die bijvoorbeeld luidruchtig telefoneren);
- visuele storingen (druk bewegende collega's in je gezichtsveld)

- te weinig daglicht (nadelig effect op het welbevinden, dus de prestaties)
- zogeheten 'mobbing' (populaire en/of belangrijke mensen trekken veel anderen naar hun werkplek, dus worden anderen gestoord).

Kansen

Als je ertoe overgaat om van een traditioneel ingericht kantoor naar een niet-territoriale inrichting over te stappen, kan dat forse kansen bieden om ook de manier van werken aan te passen. Moderne manieren van werken zijn immers meer gericht op samenwerking in plaats van individueel werken. Het cellenkantoor kan dus plaats maken voor taakgerichte ruimtes, waar de medewerkers de nieuwe manier van werken optimaal kunnen uitvoeren. Zo zijn er concentratiewerkplekken, communicatieplekken voor minimaal twee en maximaal zes personen, vergaderruimtes voor meer dan zes personen, ontspanningsruimtes (meestal een koffiehoek die een upgrading heeft ondergaan), en eventueel zelfs sportruimtes. En dan zijn er natuurlijk ook vaak de zogeheten aanlandplekken waar bijvoorbeeld vertegenwoordigers hun administratie even kunnen doen. En misschien nog wel meer soorten ruimtes, dat is afhankelijk van het soort organisatie en de core business. Bovendien kan het werk of een gedeelte ervan op de thuiswerkplek worden gedaan, of onderweg. Des te vaker de medewerkers onderweg zijn (mobile working) of thuis of op de derde werkplek hun taken kunnen verrichten, des te groter de noodzaak voor een niet-territoriaal kantoor.

Want waarom zou je een werkplek gereserveerd houden als die gebruiker slechts zelden op kantoor is?

De werkplek is feitelijk niet meer het bureau op het kantoor, maar de plek waar de medewerker online toegang heeft tot de te bewerken documenten en gegevens. Een belangrijke voorwaarde voor het niet-territoriale kantoor zit hem dus in de vergaande onafhankelijkheid van papier: mijn kantoor is waar ik ben! Voor de moderne kantoornomade lijkt dus het concept van het niet-territoriale kantoor goed geschikt te zijn.

De verandering van tradtioneel naar niet-territoriaal slaagt of mislukt met de medewerking van de betrokkenen: de kantoorwerkers. Een werkplek kan voor een persoon namelijk een home away from home zijn, een plek die hij of zij zich eigen heeft gemaakt middels planten, fotolijstjes enzovoort. Bovendien kan hij of zij zich erg gehecht hebben aan de medewerker die altijd naast of tegenover hem of haar zat. Die persoon krijgt dan een gevoel van onthechting, met alle gevolgen van dien. Het feit dat iemand elke dag aan een andere plek moet werken kan als onaangenaam of zelfs als een belediging worden opgevat. Voorkom dus dat mensen steeds vroeger naar kantoor komen om maar beslag te kunnen leggen op die ene, prettige werkplek bij het raam.
Houd daar dus rekening mee bij een te rigoureuze aanpak en omslag. ■

The Barn: buitenwerkplek

In de tuin van het Chabot Museum, op de plek waar in het verleden de schapen van het Land van Hoboken graasden, is zondag 22 april The Barn officieel geopend. Gispen en het Chabot Museum hebben de handen ineengeslagen en verbeelden een brug naar het verleden vanuit een moderne invalshoek. Ten tijde van de 5e internationale Architectuur Biënnale Rotterdam ervaren bezoekers hier een nieuwe werkplek in een traditionele bebouwing.

Met The Barn en Happy Sheep van ZUS (Zones Urbaines Sensibles) wil Gispen vooral een oase van rust creëren. Te midden van hoge kantoorgebouwen biedt het een plek om geconcentreerd te werken, of zoals de schapen vroeger in een veilige omgeving met elkaar te schuilen. “In Letland moet je vaak eerst het erf op, of naar binnen, voordat de plek zich openbaart. Hier is er vrij zicht en een directe verbinding met het Museumpark” aldus Mara Skujeniece ontwerper van The Barn.

De Happy Sheep ontbreken daarom niet. Ter ere van de opening graasde ook een echte schaapskudde tussen de Happy Sheep om het gevoel van vroeger te illustreren. Normaal zijn de Happy Sheep te zien in Gispen The Store in Den Haag, nu ook in en rondom The Barn bij de monumentale witte villa van het Chabot Museum in Rotterdam.

The Barn in de tuin van het Chabot Museum is nog te bezoeken tot met 12 augustus 2012, geopend op dinsdag tot en met zondag van 12.00 - 18.00 uur en op vrijdag van 12.00 - 21.00 uur.

Meer info: www.gispen.nl of www.chabotmuseum.nl

Investeren in arbeidsomstandigheden loont

Meer aandacht voor arbeidsomstandigheden in bedrijven leidt tot minder verzuim en minder kosten. Dit blijkt uit onderzoeken van CBS en TNO. Werknemers kunnen in betere arbeidsomstandigheden ook langer gezond en productief werken. Meer aandacht voor arbeidsomstandigheden en eenvoudiger regels leveren geld op. In sectoren waar dat is gebeurd, is €450 miljoen bespaard. Dit schrijft staatssecretaris De Krom van Sociale Zaken en Werkgelegenheid in een brief aan de Tweede Kamer waarmee de ministerraad heeft ingestemd. Werkgevers en werknemers hebben zelf groot belang bij een gezonde en veilige werkomgeving. Het kabinet wil de verantwoordelijkheid daarom meer bij hen laten. De overheid stelt zich terughoudend op. Managers gaan uit van vertrouwen. Daar staat tegenover dat als bedrijven en mensen een loopje nemen met de regels kunnen rekenen op een hardere aanpak en strengere sancties. De kwaliteit van de arbeidsomstandigheden in Nederland ligt boven het gemiddelde in Europa. 92% van de Nederlanders is tevreden met de eigen arbeidsomstandigheden, tegen 84% Europees gezien. Vanwege de aandacht voor gezond en veilig werken is de arbeidsproductiviteit relatief hoog. Het ziekteverzuim is gedaald tot 4,3% en sinds 2004 stabiel. Het aantal ernstige en dodelijke arbeidsongevallen daalt sinds 2008 elk jaar.
In de komende jaren wil het kabinet werkgevers en werknemers meer verantwoordelijkheid geven om zaken zelf op te pakken. Staatsecretaris De Krom gaat dat ook in Europa bepleiten en de uitbreiding van de arbocatalogi ondersteunen. Hij gaat in 2012 met betrokken partijen, waaronder uiteraard werkgevers en werknemers, maar ook arbodienstverleners en verzekeraars praten om de plannen uit te werken in de praktijk.

Bron: www.Gezondinbedrijf.com

Nieuw bij Kembo – Studiolo van Michele De Lucchi

Op donderdag 26 april 2012 tijdens de 4. Hippo Campus Lezing met Jeremy Myerson heeft Kembo een nieuw product geïntroduceerd. De Studiolo van Michele De Lucchi. Studiolo - kantoorinnovatie als resultaat van een samenwerking tussen Michele De Lucchi - de paus van het design - en Kembo - de projectinrichter met een mensbeeld en een maatschappelijk ideaal. De studiolo is een werkplek die een eerbetoon is aan de moderne nomadische kenniswerker. De studiolo maakt het hem mogelijk zijn werkplek individueel in te richten met inbreng van persoonlijke bezittingen zonder daardoor het corporate design van de organisatie te ondermijnen. Studiolo is een veelzijdig inzetbaar meubel dat de kenniswerker ondanks zijn afwezigheid visueel aanwezig laat zijn. Dorine de Vos, kunstenares, o.a. mede-oprichtster van Hotel New York en later van Villa Augustus in Dordrecht, heeft de eerste Studiolo ingericht.

Meer info: www.kembo.nl

De Vos Ergonomics - een veelzijdige partner

Erste Hulp Bij Opruimen van kabels op de werkplek, we doen het al 18 jaar en weten dus wat er speelt bij bedrijven op en rond de werkplek op het gebied van bekabeling. Of het nu gaat om de kabelspaghetti op, onder of naast de werkplek of om een volledig gebouw-gebonden installatie. Wel of niet voorzien van energiebesparende elementen of volledig vanuit een duurzame kostenbesparende gedachte, we kunnen het allemaal. Wij werken altijd samen met partners, voornamelijk in de kantoor- en projectinrichtingsbranche.

Neem nu contact met ons op voor een kostenloze (risico) analyse of proefplaatsing om met uw eigen ogen te zien welke voordelen er voor uw organisatie zijn.

Even wat voordelen een rijtje:

- Schonere kantoren;
- Veiliger;
- Bewaking Corporate Identity;
- Kosten besparing (energie maar ook huisvestingskosten);
- Verlaging TCO per werkplek.

Bent u werkzaam in de kantoor-/projectinrichtingsbranche en wenst u gebruik te maken van deze of één van onze andere commerciële acties voor uw relaties, neem dan contact met ons op. We leggen het u graag uit.

De EHBO cursus van Karel Kabelaar is onderdeel van het samenwerkingsverband tussen De Vos Ergonomics en Connex.

De Vos Ergonomics BV is leverancier van producten en diensten die nodig zijn voor een perfect ergonomisch ingerichte werkplek. Alles wat op en rond uw bureau kan bijdragen aan een veilige en verantwoorde werkomgeving.
Connex ontwerpt, produceert en recyclet kabeldraagsystemen en contactdozen op duurzame wijze.
Duurzame innovatie van Connex zorgt voor kostenverlaging bij nieuwbouw-, renovatie-, revitaliserings- en inrichtingstrajecten. Duurzaam & niet duurder! ■

Meer info: www.devosgroep.nl of www.kabelcamouflage.nl

Trodat 100 jaar

Voor kantoorartikelen naar OfficeXperts - **Handig, maar wel heel luxueus** - Ontzorgen: de toekomst voor de kantoorvakhandel

Trodat 100 jaar

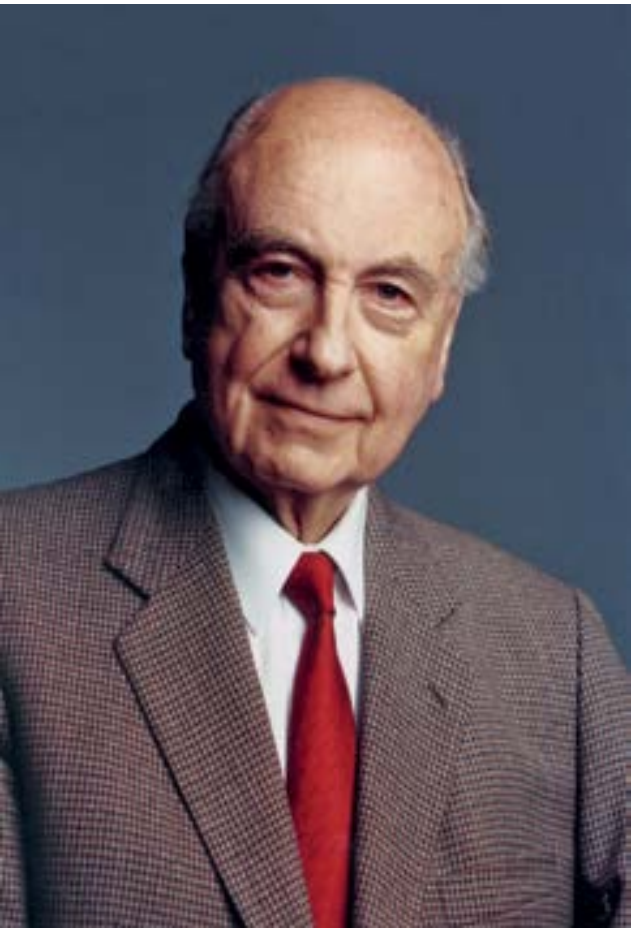
De Oostenrijkse fabrikant van stempelproducten viert dit jaar zijn 100-jarig jubileum. Alleszins reden voor een feestje, want de jarige is nog springlevend en is al helemaal klaar voor de volgende eeuw.

Trodat, marktleider op het gebied van stempelproducten uit Oostenrijk, is momenteel in 150 landen vertegenwoordigd. 2012 is een bijzonder jaar voor het bedrijf: Trodat viert dit jaar namelijk zijn 100ste verjaardag. Of beter: de komende 100 jaar! Vandaar dat Trodat de slogan hanteert: "Next 100 Years'. Trodat viert namelijk niet alleen graag het 100-jarig bestaan maar kijkt, zoals het een marktleider die zich kenmerkt door innovatie en techniek betaamt, graag vooruit. Naar de komende 100 jaar.

100-jarig jubileum

In 1912 kon de toenmalige rubberproducent Franz Just nog niet vermoeden, dat hij de basis zou leggen voor een wereldwijd concern, dat Trodat vandaag de dag is. Inmiddels telt Trodat ruim 1.000 medewerkers en is de onderneming vertegenwoordigd in ruim 150 landen. In veel landen, zoals de Verenigde Staten, Groot-Brittannië, Frankrijk, Duitsland, Polen, Rusland, Canada, Zuid-Afrika, Benelux, India, China, heeft Trodat eigen vestigingen.

Uiteraard neemt Trodat zijn verantwoordelijkheid voor het heden, maar ook voor de toekomst. Daarom koos Trodat voor haar 100-jarig jubileum bewust voor de slogan 'Next 100 Years'. De 100 jaar Trodat staan voor ondernemersmoed en innovatieve kracht, maar ook voor bewezen betrouwbaarheid en gereed zijn voor de uitdagingen van de toekomst.



100 jaar Trodat, het overzicht:

1912	Oprichting van de firma
1927	Nieuwe vestigingsplaats in Wenen
1947	Verhuizing naar Wels, heropbouw firma Franz Just & Zonen
1960	Patent productmerk TRODAT
1968	Nieuwe firmanaam Trodat
1976	Introductie van de kunststof zelfinktende stempel: Trodat Printy 1.0
1992	Lasertechnologie, oprichting Trotec
1996	Nieuwe productlijn: Professional
1998	Eerste internet/webshop oplossingen
2005	Gepatenteerde Multi Color technologie
2008	Succesvolle introductie zakstempel: Mobile Printy
2011	Printy 4.0, de inmiddels vierde generatie kunststof zelfinktende stempel.

Productnaam werd firmanaam

In 1960 meldde Walter Just de productnaam Trodat aan. De naam bestaat feitelijk uit twee delen: TRO, wat staat voor Trolitul, een kunststof die vroeger voor de stempelproductie werd gebruikt, en DAT, een afkorting van datumstempel.

Stempelrevolutie in 1976

Met de innovatie van de kunststof zelfinktende stempel, de Trodat Printy 1, voldeed Trodat vanaf 1976 aan de tijdgeest op stempelgebied. De nieuwe Printy-lijn kende een enorme belangstelling, met als consequentie dat de handdatum- en cijferbandstempels werden verdrongen. Voor Trodat had dit vergaande gevolgen. Het werd noodzakelijk om de montage, die tot dat moment handmatig werd gedaan, voortaan in een volautomatische montagestraat te laten plaatsvinden. Ook voor de gebruikers van de Printy betekende het een revolutie, want zij ontdekten dat het geïntegreerde inktkussen tijd scheelde en minder plaats op het bureaublad innam. Met deze innovatie creëerde Trodat een nieuw marktsegment en verzekerde het zich tegelijkertijd van de positie van wereldwijd marktleider. Van de Printy-modellen zijn inmiddels enkele honderden miljoenen exemplaren verkocht.

Meerkleurige stempelafdrukken

Naast de Trodat stempelproducten, zoals de Professional lijn voor dagelijks kantoorgebruik, en de klimaatneutrale Trodat Printy P 4.0, die in 2011 tijdens de Paper World beurs in Frankfurt werd geïntroduceerd en sindsdien een ongekend succes beleeft, produceert het bedrijf met zijn dochteronderneming Trotec lasergraveermachines, eveneens met een continue groei. De machines worden vervaardigd in verschillende afmetingen, met een graveerbereik tot maar liefst 1.500 x 1.250mm. Deze machines zijn in eerste instantie voor de productie van stempelplaatjes, maar vandaag de dag ook geschikt voor veel industriële toepassingen.
Trodat ontwikkelde onlangs de MCI-Jet. Dit is een machine waarmee door de stempelmaker meerkleurige stempelkussens kunnen worden geproduceerd, waardoor het mogelijk werd om meerkleurige afdrukken te realiseren.

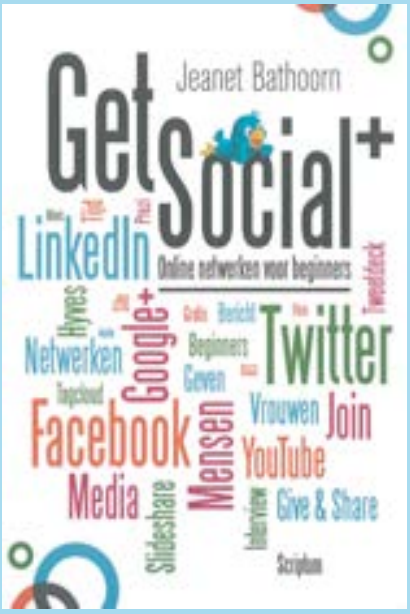
Trodat Benelux BV

In 2010 werd Trodat Benelux BV opgericht, een 100-procent dochter van het Oosterijkse Trodat GmbH. Dit was het gevolg van een samensmelting van de voormalige importeurs van Trodat in België en Nederland, respectievelijk Mannabis en Overakker Stamp Distribution.
Trodat Benelux BV, kantoorhoudende in Nieuw-Vennep, Nederland, focust zich op de ondersteuning van haar afnemers in de Benelux-landen. Die ondersteuning vindt plaats op het gebied van logistiek, vanuit het JIT-magazijn in Oosterijk, en marketing. ■

Voor meer informatie: Trodat Benelux BV
Boekweitstraat 99 - 2153 GK Nieuw-Vennep
Tel. +31 252 622 166 - Fax +31 252 622 463
Customer service: sylvia.vanbeusekom@trodat.net
www.trodat.net - www.troteclaser.com

trodat NEXT 100 YEARS

Handboek voor online netwerken



Veel ondernemingen – en particulieren – worstelen nog met het fenomeen social media. Vaak zijn ze er wel van overtuigd dat het nut heeft om eraan te beginnen, maar weten ze niet hoe. Vorig jaar verscheen al Get Social van Jeanet Bathoorn, waarin ze uitleg gaf over wat social media precies inhoudt en wat je ermee kunt. Dat er behoefte aan een dergelijke handleiding bestond, blijkt wel uit het feit dat er inmiddels 10.000 exemplaren van het boekje verkocht zijn. Het wachten was dus op een opvolger, die nu dan ook verschenen is.
In deze opvolger, Get Social +, maakt de lezer kennis met online netwerken zoals LinkedIn, Twitter, Facebook en Google+, maar ook met andere mogelijkheden om informatie online te delen zoals Flickr, Spotify, Foursquare en Prezi. Het duidelijke overzicht en de heldere beschrijving van de diverse mogelijkheden zorgt ervoor dat je gemakkelijk kunt kiezen welke optie voor jouw (persoonlijke dan wel zakelijke) behoeften het beste is.
Dat er ook voor de opvolger een grote markt was, blijkt wel uit het feit dat van het boekje, dat in februari 2011 verscheen, nu al de zevende druk is uitgebracht.

Titel: Get Social +
Ondertitel: Online netwerken voor beginners
Auteur: Jeanet Bathoorn **ISBN: 978 90 5594 883 3**
Prijs: € 14,95
Uitgever: Uitgeverij Scriptum, www.scriptum.com;
Zie ook: www.get-social.nl

De essentie van leiderschap

In Boven het maaiveld gaat oud-ondernemer Glenn van der Burg, nu werkzaam bij MVO-Nederland, op zoek naar de essentie van leiderschap. Vragen die hij zich stelde bij deze zoektocht waren onder andere: 'Waarom zijn er maar enkele mensen die het voortouw nemen en daadwerkelijk iets veranderen en verbeteren?' en 'Waarom steken slechts een paar mensen hun kop boven het maaiveld uit?' Om antwoorden te krijgen op die vragen – en nog veel meer kwesties – hield Van der Burg gesprekken met bewezen en ervaren leiders. Zo interviewde hij onder meer Alexander Rinnooy Kan, Alexander Pechtold, generaal b.d. Hans Couzy en Tex Gunning, lid van de Raad van Bestuur van AkzoNobel. Zo leerde Van der Burg over de drijfveren van de diverse ondervraagden, wat zij beschouwden als de kenmerken van leiderschap, en hun motivatie.
Het boek, dat eind april werd geïntroduceerd tijdens een masterclass 'Leiderschap voor duurzame verandering', bevat, zoals de auteur schrijft, geen gebruiksaanwijzing. "Het is aan jou, lezer, om eruit te halen wat je inspireert, interesseert of waarmee je aan de slag wilt."
De interviews worden afgewisseld met interessante artikelen over van alles en nog wat, al hebben de onderwerpen altijd wel iets met leiderschap te maken. Een waarschuwing is hier eigenlijk wel op zijn plaats: als je eenmaal in het boekje begint, kun je het nauwelijks nog wegleggen, je blijft lezen.

Titel: Boven het maaiveld
Ondertitel: Op zoek naar de essentie van leiderschap
Auteur: Glenn van der Burg
ISBN: 978 90 0030 554 4 (paperback) **ISBN: 978 90 0030 555 1 (e-book)**
Prijs: € 15,99 als e-book en € 19,95 als paperback
N.B.: de auteur schenkt de helft van zijn royalties voor dit boek aan stichting Warchild.
Uitgeverij: Spectrum, www.uniekboekspectrum.nl
Zie ook: www.bovenhetmaaiveld.eu

Voetensteun 'Discus' van Score verbeterd

De voetensteun "Discus" is voortaan voorzien van een voetenplank met een verstelbare hellingshoek vanaf 5°. Score is hiermee tegemoet gekomen aan de wens vanuit de markt om de voetenplank van de Discus in hoek verstelbaar te maken, zodat deze naar ieders persoonlijke voorkeur kan worden ingesteld. Voortaan heet de voetensteun "Discus T" waarbij de 'T' staat voor 'Tilt' oftewel de Engelse benaming voor kantelen. Is de hoogte van de stoel goed afgesteld maar uw voeten raken de grond niet, dan kan een voetensteun als de Discus T uitkomst bieden. Zo verbetert u de bloedsomloop en wordt een "slapend" gevoel in uw benen en voeten voorkomen. Hèt alternatief met oog op ergonomisch design en gebruiksvriendelijkheid. De Discus T is voorzien van een gaslift hoogteverstelling, die heel eenvoudig vanuit zitpositie kan worden bediend. Als u met uw voet op de knop in het midden van de steun drukt dan kunt u de voetenplank in iedere gewenste hoogte instellen. Door een flexbeweging met uw voeten te maken, kunt u de hellingshoek van de voetenplank bepalen. De voetensteun is te verkrijgen in twee modellen nl: de "Discus T 150" met een hoogteverstelling van 5-15 cm en de "Discus T 250" met een hoogteverstelling van 15-25 cm. Het antislip profiel zorgt ervoor dat uw voeten ontspannen op de steun rusten zonder er af te glijden. Meer info: www.zitten.nl

Optimaal opnemen met Olympus

Vergroot de efficiency op uw werkplek met de digitale Olympus DS-2500 voicerecorder, die is voorzien van een fraaie metalen behuizing. Deze krachtige recorder is ideaal voor drukbezette professionals die zowel op kantoor als onderweg snel en gemakkelijk spraakopnamen willen maken en hun tijd zo goed mogelijk willen benutten. De DS-2500 biedt tal van handige functies en mogelijkheden voor hoogwaardige opnamen in het professionele DSS Pro-bestandsformaat. Ook beschikt deze recorder over veelzijdige bewerkingsmogelijkheden en is hij voorzien van een USB-oplaadfunctie. Wanneer u tevens gebruikmaakt van de transcriptiekit, integreert u 'm zo in de workflow op kantoor. De Olympus DS-2500 kan worden aangesloten op een pc en Mac en wordt geleverd met een SD-geheugenkaart van 2 GB voor de opslag van bestanden. Het geheugen kan eenvoudig verder worden uitgebreid met extra SD-kaarten. En om ervoor te zorgen dat u vrijwel eindeloos kunt blijven opnemen, kan de batterij worden opgeladen via de USB-interface.

De DS-2500 kan worden gebruikt in combinatie met de Olympus AS-2400 transcriptiekit die bestaat uit een voetschakelaar en hoofdtelefoon. Wanneer ook gebruik wordt gemaakt van de meegeleverde 'DSS Player Standard'- of 'DSS Player for Mac'-software beschikt de gebruiker over talloze opties om de digitale opnamen te beheren. Uiteraard draagt dit allemaal bij aan een hogere productiviteit en verzekert u zich van een aanzienlijke tijdsbesparing.

Kijk voor meer informatie over de professionele dicteeroplossingen van Olympus, waaronder de DS-2500 en AS-2400, op www.olympus.nl/voice.

Cees van Manen treedt toe tot bestuur NVG

Cees van Manen, voorzitter van Office World (www.officeworld.nl) en de Commissie Sustainable Office (www.sustainable-office.eu) is toegetreden tot het bestuur van de Nederlandse Vereniging van Groothandelaren. Cees van Manen, gepokt en gemazeld in de kantoorartikelenbranche en de wereld van brancheorganisaties, zal hiermee een structurele bijdrage kunnen leveren aan de positionering van NVG.

Het NVG (opgericht in 1950) is de overkoepelende ondernemingsorganisatie die de veelzijdige belangen behartigt van de Nederlandse groothandel en de daaraan gelieerde internationale handel. Bijna 40 brancheverenigingen en circa 200 groothandelsondernemingen zijn lid van het NVG.

Office World profileert zich als onafhankelijke merk- en marktgerichte organisatie met als voornaamste doel het versterken van de positie van de A-merken in de kantoorketen en het gezamenlijk profileren van de daarmee samenhangende attributen als kwaliteit, kennis, innovatie en duurzaamheid. Office World telt momenteel 36 leden.

OfficeXperts staan in voor de kwaliteit van hun producten. En dat willen zij aan u bewijzen! Maak gebruik van de OfficeXperts Buy & Try actie van half juni tot 31 juli 2012. Kijk voor meer informatie op www.officexperts.nu.

Voor kantoorartikelen naar OfficeXperts

OfficeXperts is een uniek concept voor de betere kantoorvakhandel in Nederland en België. Inmiddels hebben meer dan 50 kantoorvakhandels het OfficeXperts predicaat mogen ontvangen en dat kregen zij niet zomaar. Dat verdienen zij.

Een OfficeXpert beschikt over jarenlange ervaring, bewezen expertise, een breed assortiment en een regionale spilfunctie. Hij weet u als geen ander te ontzorgen. Het assortiment van uw OfficeXpert dekt al uw vragen af, zijn kennis en deskundigheid helpen u echt verder. Wat uw OfficeXpert onderscheidt van overige aanbieders is dat hij denkt in oplossingen in plaats van middelen. Zijn creatieve en slimme oplossingen stellen u in staat nog beter te doen waar ú goed in bent.

Het breedste assortiment

Uw OfficeXpert beschikt over het meest uitgebreide assortiment kantoorartikelen, waar A-merken een belangrijk deel van uitmaken. De 15 sterkste merken voor kantoorartikelen hebben hun commitment afgegeven aan OfficeXperts. Zij zorgen ervoor dat u te allen tijde kan beschikken over de beste, slimste en nieuwste producten in kantoorland.

Altijd dichtbij

Uw OfficeXpert is altijd dichtbij. Maar achter de gevel van de kantoorvakhandel gaat een grootse operatie schuil. OfficeXperts zijn aangesloten bij Quantore, één van de grootste aanbieders van kantoor- en verwante artikelen. Een sterke en groeiende organisatie, die achter bijna 600 kantoorvakhandelaren staat en voor hen al meer dan 90 jaar de inkoop en logistiek verzorgt. Zodat zij kunnen doen waar zij goed in zijn: u verder helpen.

Kijk voor meer informatie en een OfficeXpert bij u in de buurt op www.officeXperts.nu.

OfficeXperts powered by quantore

Fastprint®

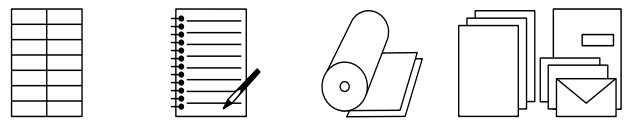
De beste keus in Office Products

Fastprint Gold
voor briljante kleuren- en huisstijl prints.

Fastprint Extra
voor scherpe, heldere en contrastrijke prints.

Fastprint Regular
voor scherpe, heldere prints.

Fastprint biedt meer dan alleen papier!



Etiketten | Schrijfblokken | PPC en CAD/GIS rollen | Fastprint Color

BührmannUbbens

Postbus 33 | 7200 AA Zutphen | +31 (0)575 59 85 98
of ceproducts@buhrmannubbens.nl | buhrmannubbens.com
Duffelsesteenweg 160 | B-2550 Kontich | +32 (0)3 450 75 30
of ceproducts@buhrmannubbens.be

Unilever

NIEUW! eXTRA GEVULD

Cup-a-Soup eXTRA

Dan kun je er weer eXtra stevig tegenaan!

Cup-a-Soup EXTRA bevat niet alleen eXtra veel soep, hij is ook eXtra stevig gevuld met pasta. Verkrijgbaar in twee heerlijke smaken.

Cup a Soup EXTRA

AVERY®

Met Avery® Ordnerrugetiketten en tabbladen vindt u sneller terug wat u zoekt.

Ordnerrugetiketten Premium 2 in 1
De etiketten zijn 100 % opaak. Handig voor het hergebruik van ordners. Met optionele kleurcodering.

INDEX MAKER™ Easy Apply
Ontwerp en print zelf het inhoudsblad en de tabs. Met vernieuwde technologie, EasyApply™. Uw tabbladen klaar in een handomdraai.

Innovatieve Producten | Gebruiksvriendelijke Templates & Software | Service & Ondersteuning

www.avery.eu

The demand of everyday use...

...requires a supplier who knows what tomorrow brings.

Vandaag al weten wat u morgen nodig heeft. Dát is de kracht van Alpha International. Als één van de grootste distributeurs van printingsupplies in Europa weten wij als geen ander hoe belangrijk het voor u als ondernemer is om efficiënt te kunnen blijven werken. En daar spelen wij dagelijks op in. Meer weten? Surf naar www.alpha-international.eu.

Alpha International
Profit from our Performance

De computer en iPhone/ iPad tegelijk bedienen met het One Keyboard

Met het compact 'One Keyboard' van importeur Backshop Healhty Computing kunt u niet alleen uw computer of laptop maar tegelijkertijd ook uw iPhone en iPad aansturen. Dit voorkomt dat tekstberichten op die hele kleine toetsjes moeten worden ingetypt.

Het One Keyboard is er in verschillende versies, die zowel met de PC als met een Mac kunnen samenwerken. De Standard-versie heeft een geïntegreerde plek voor uw iPhone, waar hij via bluetooth mee communiceert. De Slim (compacte) versie van het toetsenbord, waarbij via een iPhone-houder de iPhone in een verticale, ergonomische stand gezet kan worden, heeft als voordeel dat de computermuis in een juiste houding gebruikt kan worden. De One Keyboards werken bedraad via USB met de PC en via bluetooth met de iPhone of iPad.

Voor meer informatie: Backshop Healthy Computing BV
www.backshop.nl – 010-4702611

OysterMouse

De eerste muis geschikt voor Het Nieuwe Werken

- Geschikt voor rechts- en linkshandig gebruik!
- Ergonomisch gevormd, verstelbaar in vijf standen van 20 - 70°, rechts en links.
- Verlaagt spanning in hand-, pols- en armspieren.
- Bepaal nu zelf uw comfortabele houding.

5 knoppen + scroll • draad en draadloos • oplaadbare batterij • Plug & Play • geschikt voor PC & Mac • 1200 dpi

één muis biedt 10 verschillende posities!

BACK shop
healthy computing

Vareseweg 43 • 3047 AT Rotterdam
T +31 (0)10 470 26 11 • F +31 (0)10 471 67 75
info@backshop.nl • www.backshop.eu

Handig, maar wel heel luxueus

In de rubriek ‘Op de pijnbank’ onderwerpen we apparaten en hulpmiddelen die een rol spelen bij het kantoorwerk aan een strenge test. Voor deze test mochten we gebruik maken van een wel zeer luxe systeem: de Olympus Digital Voice Recorder DM-55.

Normaal, als we een apparaat ter test aangeboden krijgen, ontvangen we een klein pakketje. Dit keer kregen we een grote doos. Spannend! In die doos bleek een mooie aluminium koffer te zitten met daarin een wel heel compleet opnamesysteem – we kunnen het eigenlijk niet anders benoemen. Misschien is de koffer wel een beetje overkill, maar het ziet er wel heel gelikt en professioneel uit.

De koffer bevat, naast de digital voice recorder DM-550 in een strak hoesje, een mini-USB-stekker met verloopstukken voor alle Europese contactdozen (wanneer gaan ze de elektriciteitsvoorziening overal in Europa nu eens eindelijk universeel maken?), een cd met software, batterijen, in-oor speakertjes, en een etui. In dat etui zijn netjes opgeborgen twee microfoontjes inclusief tafelstatiefjes en bekabeling, en een afstandsbediening voor de recorder zelf. Bovendien bevat het pakket niet alleen een uitgebreide handleiding, er is ook een Quick Start Guide bijgevoegd - jammer genoeg is deze laatste alleen in het Engels. Maar dat die QSG erbij zit, vinden we altijd heel prettig, want snel werken. Kortom: het pakket is heel compleet, en ideaal voor het opnemen van vergaderingen, memo’s of zoals in ons geval: de veel voorkomende tafeldiscussies.

Heel veel functies

De recorder zelf is van de kwaliteit die we van Olympus kennen: uitstekend. Het apparaatje is in zoverre handig dat er heel veel functies op zitten, maar dat wij met onze dikke vingers wel eens moeite hebben met de kleine knopjes en schuifjes. Het eerste wat ons opviel was dat op het front twee knoppen zitten met de titels Podcast en Scene. Uit de eerstgenoemde titel blijkt dat we de opgenomen bestanden direct via de pc (of Mac) op het internet kunnen plakken. De recorder kan inderdaad rechtstreeks aan de pc worden gekoppeld om de opnames te kunnen afluisteren, opslaan of dus posten.

Wat niet direct uit de Handleiding blijkt, is de functie van Scene, maar na enig doorspitten blijkt dat het gaat om bijvoorbeeld het instellen van de opname- of afspeelmodus.

Van eerdere en andere versies (ook van andere merken) recorders weten we de Aan/Uit-knop gemakkelijk (blindelings) te vinden. Bij de DM-550 was het even zoeken, maar we vonden hem op de achterzijde van de kast. Aan de zijkant bevinden zich aan de rechterzijde de knoppen voor Play, Stop en Record. Op zich wel handig - als je rechtshandig bent. Aan de linkerkant van de kast bevinden zich de aansluitingen voor koptelefoon (Ear) en afstandsbediening (Remote), en achter een klepje is het slot voor de mini SD-card verborgen. Aan de onderzijde bevindt zich de aansluiting voor de mini-USB stekker, de bovenkant is gereserveerd voor de twee (want er zijn stereo-opnames mogelijk) geïntegreerde microfoons en voor de twee externe microfoontjes. Natuurlijk heeft het apparaatje ook een ingebouwde luidspreker, maar daar zijn we niet van onder de indruk (kan ook geen topkwaliteit zijn, in dat formaat, maar wel handig om snel even wat terug te kunnen horen).

Slot

Wat ook wel zo prettig is, is dat de DM-550 naast een ruim intern geheugen van 4GB ook nog een slot heeft voor een mini-SD card (512 MB tot 16GB). We hebben het in de praktijk meegemaakt dat dit geen overbodige luxe is, die ruime capaciteit. Nogal frustrerend als je ziet dat tijdens een belangrijk interview het apparaat aangeeft dat het geheugen vol is.
De bestanden kunnen worden opgenomen in MP3 of WMA-format, en versneld of vertraagd worden afgespeeld. Bovendien kun je instellen welke opnamemodus je wilt hebben: Dictation, Conference, Lecture of User Setting 1. Praktisch, want dan kun je de opnamemodus afstemmen op de situatie. Een tafeldiscussie vereist immers een andere setting dan een een-op-een interview of een memo-opname. Die opname-modus kan ook nog eens worden ingesteld, en wel in zes verschillende kwaliteiten, van LP tot en met ST XQ (in WMA-format).

'Het pakket is heel compleet, en ideaal voor het opnemen van vergaderingen, memo's of zoals in ons geval: de veel voorkomende tafeldiscussies.'

Via de pc

Wat wij als journalisten in de praktijk wel heel erg prettig vinden, is dat je de bestanden via de pc kan afspelen. Je kunt het geluid dan via de installatie van de pc laten lopen, of via een koptelefoon. Na het bestand te hebben overgezet op de pc (gemakkelijk via de USB-poort of via de mini SD-card) kan het apparaatje terug in zijn hoes. Dat voorkomt dat je het afspelen via het apparaatje zelf moet doen (niet praktisch, denk aan de dikke vingers en de kleine knopjes). Bovendien kun je, als je alleen in een concentratiewerkplek of telefoonwerkplek zit, de bestanden lekker hard afspelen – of, als je niet de beschikking hebt over een dergelijke ruimte, via de grote koptelefoon die je van huis hebt meegenomen. Want afspelen via de oorknopjes die met het apparaat zijn meegeleverd, dat is niet echt een optie. Al is het wel handig dat ze er zijn bijgeleverd. We weten uit de praktijk dat ook al wordt de opname in Super High Quality gemaakt, sommige mensen wat moeilijk te verstaan zijn. Op het apparaatje zelf kun je dan het volume opschroeven, maar dat gaat veel beter als je het bestand afspeelt via de pc. Daar zit immers vaak een betere geluidsinstallatie aan vastgekoppeld (in ons geval zeker, als fan van Spotify).

Samenvattend kunnen we stellen dat de DM-550 van Olympus, zeker in deze uitvoering, een heel compleet en zeer handig apparaat is. Met name als je leest dat er nog meer accessoires bij geleverd kunnen worden zoals een ruisonderdrukkende unidirectionele microfoon en een telefoonopnemer. De superdeluxe koffer waarin het systeem wordt geleverd, is misschien wat over the top, maar ziet er wel heel goed uit. Al had het geheel misschien ook wel in een half zo grote koffer gepast… ■

Ontzorgen: de toekomst voor de kantoorvakhandel

Ter gelegenheid van de jaarlijkse relatiedagen organiseerde Quantore samen met OfficeMagazine.nl een tafeldiscussie. De branche staat onder druk, er zijn veel bedreigingen – maar ook genoeg kansen.

Deelnemers

- Jan de Klein, directeur !pet automatiseerders en petdirect.nl
- Loek van Rhee, International Sales Manager bij Jalema BV
- Willem Oosterbeek, Business Unit Manager bij Avery Dennison Office Products
- Rob Daniels, Key Account Manager Stationery Netherlands BIC
- Robert Driessen, Inkoopmanager en adjunct-directeur Quantore
- Jaap van Selm, Regional Vice President Western Region Esselte

Gespreksleider was Michael van Munster, uitgever van onder andere OfficeMagazine.nl. De discussie vond plaats in het hoofdkantoor van Quantore in Beuningen.

Stelling 1: Online verkoop wordt zwaar overschat.

De deelnemers willen eerst enkele nuances aanbrengen. Zo stelt Jaap van Selm dat het afhankelijk is van de bedrijfstak, maakt Rob Daniels verschil tussen consumenten en bedrijven, en wil Loek van Rhee onderscheid maken tussen organisaties die alleen online verkopen en bedrijven die het als deel van de verkoopmethodiek toepassen. In dat laatste geval vindt hij het zeker overschat.

Van Selm gaat verder: "De vraag is: wat is online? Alleen als bestelmodule is één, maar werkelijke verkoop via het web is heel wat anders."

Jan de Klein stelt dat de potentie van online verkoop door een deel van de leveranciers van de kantoorvakhandel wordt onderschat. "Die zitten nog heel erg in een traditionele manier van denken dat hun producten vanuit een winkel moeten worden verkocht. Ik denk dat de potentie om via het internet verkoop te initiëren, enorm is."

Van Selm ziet daarin een rol voor de leverancier. Maar de invulling van die rol laat nogal eens te wensen over, vindt hij.

Willem Oosterbeek wijst op de twee aspecten van het verkoopproces: het kopen of het bestellen, aan de andere kant de oriëntatiefase. "In de laatste moet je vergelijken, hoe ga je dat online doen?"

Van Rhee gaat daarop in: "Mensen doen heel veel kennis online op over de producten door gewoon de beschrijvingen te lezen, en prijzen te vergelijken."

Van Selm maakt onderscheid tussen de aanschaf van en oriëntatie op nieuwe en dure producten, tegenover repetitieve aankopen van goedkope producten. In dat laatste geval is een bestelmodule handig.

Volgens Robert Driessen is online en offline al helemaal verweven met elkaar. "Afhankelijk van het beslisproces en de categorie oriënteer je je online en ga je naar een winkel om het fysiek nog een keer in de handen te pakken. Of je gaat eerst naar een winkel en zoekt vervolgens een goed adres online om te bestellen, of je gehele koopproces speelt zich online af."

Van Selm concludeert: "Degenen die op dit moment nog niets online doen, moeten heel erg oppassen dat ze de boot niet missen. Tegelijkertijd geeft het een unieke opportuniteit om je voorraad fors af te bouwen en over te laten aan een partij als Quantore, en volledig het frontend in te vullen." Van Selm maakt nog een voorbehoud: "Veel grote e-tailers zijn nog niet geïnteresseerd in kantoorartikelen omdat de omloopsnelheid niet groot genoeg is."

Daniels wijst op het feit dat ook onder andere supermarkten een steeds breder assortiment kantoorartikelen verkopen aan de consumentenmarkt.

Van Selm nuanceert: alleen de commodity's die thuis gebruikt worden, pennen en notitieblokjes, maar niet tien soorten nietmachines.

Daniels ziet toch wel een gevaar vanuit die hoek. "Vandaar dat de kantoorvakhandel zich meer moet organiseren. Om een vuist te kunnen maken tegen die grote partijen."

Stelling 2: Heeft de kantoorvakhandel nog wel bestaansrecht?

De discussie spitst zich toe op het prijsaspect: artikelen zijn online vaak goed-

koper te krijgen dan in de vakhandel. Dat is een groot gevaar dat ook wordt onderkend door de producenten.
Zij zijn gebaat bij een goede mix van afzetkanalen, en pleiten voor een bepaalde prijsstelling. De Klein is sceptisch: "Totdat een bepaalde fabrikant in een regio van Europa marktaandeel verliest en er druk vanuit het hoofdkantoor komt om markt te pakken op basis van prijs."
Driessen vult aan: "Er zijn er maar weinig die een Europese prijsstelling hanteren."
Volgens Van Selm ligt dat aan de fragmentatie. "Europees gezien is de sector kantoorartikelen heel gefragmenteerd, heel lokaal ingevuld. Er is altijd een opportuniteit om in een ander land te kunnen groeien."
De Klein keert terug naar de stelling: "De vakhandel heeft wel bestaansrecht, maar zoals veel leden nu opereren, gaan ze het niet redden, 50 procent verliest binnen 5 jaar het bestaansrecht." Hij bekritiseert ook het animo onder de leden om gezamenlijk activiteiten te ontplooien: "OfficeXperts is een prachtig initiatief maar de zichtbare betrokkenheid van deelnemers is zeer gering."
Driessen vervolgt: "Je kunt je het in de kantoorvakhandel niet meer permitteren om af te wachten, dus als je geen radicale keuzes maakt, wel magazijn of geen magazijn, wel internet of geen internet, wel ICT of geen ICT, dan gaat het niet lukken."
Van Selm reageert: "Eigenlijk stel je dan de vraag: ben je ondernemer of ben je geen ondernemer?"
Van Munster draait het om: "Wat zou de kantoorvakhandel moeten doen om het bestaanrecht te behouden?"
Driessen antwoordt: "Er zijn weinig zaken generieker dan kantoorartikelen; je hoeft als basis niet heel veel uit te leggen en het is overal verkrijgbaar. Dus ideaal voor internetbusiness. Als basis heb je dus heel veel potentiële klanten via internet. Veel klanten hanteren de prijs als beslissingscriterium, maar als je bij jezelf nagaat: naar welke supermarkt ga je? Waar koop je je kleding? Dan zijn er maar weinig die zeggen: waar ik de laagste prijs betaal. Dan komen er andere aspecten bij kijken. Zo ligt er voor een kantoorvakhandelaar een enorme kans om nog steeds, en dan vaak regionaal, wat op te bouwen en een trouwe klantenkring te krijgen op andere onderwerpen dan op prijs, op de softere elementen."
Van Selm stelt dat er in bepaalde categorieën kantoorartikelen weliswaar een sterke daling is, maar dat wil niet zeggen dat die markt niet groot is en blijft. "Eén van de grootste boosdoeners in deze branche is dat iedereen hoofdzakelijk naar de prijs kijkt. Daarmee hol je het prijsniveau enorm uit. Het is dus een dubbel effect op de totale omzet: volume en prijs. Dat heeft tot gevolg dat die markt onder druk komt te staan en vandaar die shake-out, dat 50% van de vakhandels het niet volhoudt. Maar die overige 50% heeft nog steeds een heel goede boterham te verdienen als ze zich onderscheiden ten opzichte van de globals."
Dat onderscheiden kan volgens Van Selm door veel meer op emotie te werken dan op ratio.
"Zeker bij MKB-bedrijven zijn de volumes zo gering dat het geen zin heeft om altijd maar op prijs te concurreren. Dan komt het persoonlijke aspect veel meer naar voren dan het prijseffect en het gemak. Als je het van de globals niet kunt winnen, dan moet je juist differentiëren. Dat zou je kunnen doen door toegevoegde waarde te leveren in de persoonlijke sfeer, en in de emotionele sfeer. Bijvoorbeeld door lid te worden van dezelfde business club."
Driessen noemt nog enkele voordelen: "De detaillist kan de gebruiker ook uitleggen hoe hij zijn werkplek beter kan inrichten en zo efficiënter kan werken."
Van Selm vult aan: "In onze perceptie is de kantoorvakhandel vaak een winkel, en vanuit een leek gezien is dat het belangrijkste want dat zie je, maar de belangrijkste markt zit hem in de business to business."
Daniels vervolgt: "Daar moet je een persoonlijke en regionale of lokale invul-

Jaap van Selm

Loek van Rhee

ling aan geven, daarmee moet je je gaan onderscheiden, anders ga je het gewoon niet redden."
Van Rhee noemt een voorbeeld: "De bedrijven die op een industrieterrein zitten en een showroom met meubels hebben. Die ontvangen daar hun klanten om een advies te kunnen geven en te laten zien wat er allemaal mogelijk is en hoe de klant efficiënter kan werken."
Van Selm is kritisch: "Wat mij opvalt is dat de gemiddelde vakhandel nog steeds niet heel erg assertief en actief is in zijn verkoopbeleid. De vakhandel is zelfstandig in staat om te overleven, maar dat valt of staat met de eigen activiteit."
De Klein wijst op het scherpe prijsbeleid van de globals waardoor de kantoorvakhandel bijna gedwongen wordt om te volgen. "Ze gaan inderdaad bedrijventerreinen af en dwingen ons om ook proactief te acteren op prijs en huismerken."
Van Selm relativeert: "Ze weten dat als ze die korting geven, er genoeg andere elementen zijn in hun pakket waarmee ze wel die marge kunnen halen. Want ergens verdienen ze hun geld, maar ze komen binnen met een idee van wij zijn heel goedkoop. Als reactie gaat iedereen mee in die prijsstrijd in die neerwaartse spiraal. Die global gaat het dus wel winnen, als je je niet differentieert."
Driessen is het daarmee eens: "Je kunt alleen overleven als je je differentieert, uit te stappen uit de prijsspiraal; een vakhandelaar kan het zich niet permitteren om teveel aan margereparatie te doen. Daar komt die klant echt wel achter. Dus commercieel begin je als vakhandelaar misschien met een achterstand, omdat het lastig is om binnen te komen, maar op middellange termijn kun je het altijd winnen omdat de vakhandelaar een veel eerlijker propositie heeft."
Van Selm geeft aan dat dit ook aan de leverancierskant problemen oplevert: "Doordat we met elkaar mee rennen in die neerwaartse spiraal, is er naar de fabrikant minder marge, dus minder geld voor innovaties, en als je niet kunt innoveren, verschraal je. Dan wordt alles commodity. Dus als je vraagt waar een leverancier je in zou kunnen helpen, is het juist door meerwaarde te gaan leveren in duurdere producten met een emotie. En dan wordt het op een gegeven moment een impulsproduct in plaats van een rationeel product waarvoor je meer kunt vragen."
Driessen heeft bedenkingen: het internet vormt dan toch een grote bedreiging, en men bestelt wat men kent.
Van Selm geeft aan dat je ook via het web zaken perfect kunt communiceren, en ook emotie kan oproepen.
Van Rhee valt hem bij: "De presentatie hoeft niet alleen via de vakhandel, op internet kan je ook professioneel presenteren. Als je daar een mooie animatie maakt of een 3D-presentatie of een filmpje, gaat dat lukken. Maar dan moet er wel geld voor beschikbaar zijn. Want dan moet je niet in een verschraling terechtkomen, maar juist upgraden."
Oosterbeek benadrukt het belang van de buitendienstmedewerker: bij klantenbezoek kan hij gericht advies geven, en (nieuwe) medewerkers trainen. Dat vertegenwoordigt een duidelijke meerwaarde voor de detaillist.

Stelling 3: De trend van de thuiswerkplek biedt kansen voor de branche, maar als leverancier doen we te weinig om die markt te ontwikkelen.

Van Rhee is van mening dat de hele branche wel degelijk last heeft van Het Nieuwe Werken, maar ziet het, net als Van Selm, als een prachtige uitdaging.
Men is het er wel over eens dat de digitalisering, één van de belangrijkste pijlers onder HNW, grote invloed heeft op de verkoop van kantoorartikelen. Bij de inrichting van de thuiswerkplek kan de inkoop via de organisatie worden geregeld, maar het komt ook vaak voor dat mensen zelf hun eigen spullen kopen – bij de vakhandel in de buurt. En dan maakt de prijs niet zoveel uit, het gaat er dan meer om dat het bij de inrichting past en dat het emotie opwekt.
Driessen: "Je laat je thuis minder opleggen wat voor artikel je moet gebruiken. Het gaat tenslotte om jouw persoonlijke werkplek thuis."
Van Munster wijst op de grote groep zzp'ers: dat zijn allemaal potentiële klanten. Van Selm vindt dit een interessante doelgroep: "Als een zzp'er wil deelnemen aan

Jan de Klein

een forum als dit, komt die niet hier zitten met een schrijfblokje van 50 cent. Die komt met een Moleskin boekje met een mooie pen. En als hij hier wat wil uitdelen doet hij dat in een perfecte presentatieringband. Maar de markt staat onder druk, en het is nu de kunst om in die dalende markt wat volume betreft, de eenheidsprijs omhoog te krijgen en dus meer emotie en toegevoegde waarde te brengen."

De Klein vervolgt: "We zijn bezig met heel veel varianten op het gebied van de thuiswerkplek en daar hebben we ook veel grote klanten in. We proberen daar uiteraard wat van mee te pakken door het assortiment aan te passen met artikelen die passen binnen die thuiswerkplek. En dat kan online besteld worden. We beschouwen dat ook als een aparte markt. Het is ook zaak dat als er een budget beschikbaar wordt gesteld door de organisatie om een thuiswerkplek in te richten, dat de gebruiker bij jou de spullen komt halen en niet bij een Ikea of ander warenhuis met home-office spullen. Wat me wel iedere dag weer verbaast is het gemak waarmee die kleine ondernemer c.q. consument online bestelt en probleemloos 6,75 euro aan verzendkosten betaalt."

Van Selm geeft wel toe dat er wel een kern van waarheid zit in de stelling, "Omdat weinig leveranciers innovatief genoeg zijn om goede producten aan te bieden die daarop inspelen." Eén van de redenen daarvoor is dat veel producenten hun basis hebben in het buitenland, en dat je daar HNW nauwelijks nog kunt uitleggen.

Stelling 4: Diversificatie (andere producten dan 'papier') is nodig, maar het gevaar is dat je te ver afwijkt van de core business. Je kunt beter aan branding doen.

Oosterbeek stelt dat je zowel een heel breed assortiment moet bieden als herkenbaar moet zijn als deskundig leverancier van A-merken en diensten. Het één sluit het ander niet uit.

Daniels noemt de contact centers als grote spelers op dit gebied: die zitten bij de grote bedrijven op de industrieterreinen en ze proberen zoveel mogelijk producten aan te bieden. "Eigenlijk zijn het primair logistieke dienstverleners, facilitair proberen ze. En de leverancier wil gewoon dat winkelmandje vol hebben."

Van Selm ziet de reden voor de groei van die centers in de prijsdruk, ze zoeken dus compensatie met de verkoop van allerlei producten, hun assortiment wordt steeds breder.

De Klein vindt dit logisch: "Vanuit commercieel en marketingperspectief is het mixen van die productgroepen voor ons iedere dag aan de orde. Als ik eenmaal die klant heb voor kantoorartikelen wil ik hem ook voor stoelen, computers en drukwerk. En diensten: netwerkbeheer bijvoorbeeld. Ontzorgen heet dat dan. De uitdaging is dan om van al die elementen voldoende diepgang te kunnen bieden."

Van Selm is realistisch: "Diversificatie, uitbreiding van het assortiment, houdt een keer op. Dan zul je dus of naar je kosten moeten gaan kijken, of je marge moeten verbeteren, maar dan moet je wel betere en duurdere producten gaan verkopen. In principe komt private label alleen maar om de hoek zetten op het moment dat een categorie te commoditized is."

Het is dus aan de A-merk fabrikant om toegevoegde waarde te leveren.

Driessen: "Meerwaarde creëren voor het merk. Als dat die meerprijs niet legaliseert, kun je net zo goed een private label pakken."

Daniels stelt: "Als je die meerwaarde niet legaliseert, kun je net zo goed een private label pakken."

Volgens De Klein is het beter om minder te focussen op product, maar meer op oplossingen. "Maar veel producenten zitten nog heel erg in de hoek van de producten: die vertegenwoordigers komen binnen met hun koffertje met spullen en willen ordertjes schrijven."

Van Rhee gaat in op de diversificatie: "Wij bieden ook diensten aan. Wij slaan archieven op voor derden, digitaliseren het en stellen documenten weer digitaal of fysiek ter beschikking We bieden hiermee een totaalconcept op het gebied van informatiemanagement aan. Dat past perfect in onze core business en je kunt er een toegevoegde waarde mee bieden. Dit concept wordt momenteel via de vakhandel aangeboden. Onze buitendienst is recent uitgebreid en we stellen onze archiveringsspecialisten ter beschikking om met de vakhandelaar mee te gaan naar de eindklant voor een goed

Rob Daniels

Willem Oosterbeek

advies. Daarom proberen we dat voor hen wat toegankelijker te maken."
Driessen keert terug naar de stelling: "Alles wat we tot nu toe hebben besproken sluit aan bij de propositie van Office Xpert. Wij zeggen: de kantoorvakhandel moet aantonen veel meer te zijn dan een leverancier van artikelen. We hebben 15 sterke merken in het concept. Dat zijn juist de partijen die wel innoveren, die in staat zijn toegevoegde waarde te creëren. En los te komen van product en prijs en generieke internetbusiness."
Van Selm gaat verder: "Je gebruikt een goede term: concept, in plaats van product. Want als je het over product hebt, gaan mensen vergelijken met het product van iemand anders of een private label en dan kun je al een sterke prijsvergelijking neerzetten. Dan wordt het veel transparanter. Op het moment dat je er een concept van maakt, is het opeens attractief en koppel je de diverse assortimentsdelen aan elkaar waardoor mensen zeggen: nu wil ik ook alles in dezelfde kleur. Het past allemaal bij elkaar en dan heb je het over een concept in plaats van producten. En daarmee help je uiteindelijk die vakhandel met cross-selling en up-selling."

Stelling 5: Zonder 'groene' productenlijn tel je niet meer mee.
Volgens Daniels gaat het vooral om dat je als organisatie je verantwoordelijkheid neemt op het gebied van duurzaam ondernemen. "Wil je het goed doen dan moet verantwoord ondernemen geïntegreerd zijn in al je bedrijfsprocessen om zodoende de ecologische impact van je activiteiten te minimaliseren."
Driessen is sceptisch: "Waarom ga je duurzaam produceren? Omdat iedereen het doet, of omdat het wordt opgelegd? Er zijn er maar weinig die het echt vanuit hun hart doen. Het is al gauw greenwashing."
Van Selm vervolgt: "Als je het over productlijnen hebt, dan is het in veel gevallen een zoethoudertje voor al die overheidsinstanties die bepaalde eisen hebben gesteld. Maar als je sustainability als filosofie in je bedrijf hebt, dan praat je over een totaalpakket, een echt beleid. Dat is veel belangrijker dan een groene productlijn."
Hij pleit ook voor een scherpere definitie van 'groen'. "Wij zijn binnen onze branche bezig met het creëren van één uniform platform, Sustainable Office, waarbij duidelijke afspraken gemaakt zijn over de definitie van groen. Dan kun je pas met één logo naar buiten komen dat voor iedereen duidelijk is."
Men is het er over eens dat er teveel logo's en keurmerken zijn.
Driessen: "De afgelopen jaren zag je dat er allerlei groene varianten kwamen, ik ben van mening dat de toekomst is dat basisproducten groen worden uitgevoerd. En dat je dan ook niet meer praat over een meerprijs." Hij geeft aan dat Quantore ook richting de normen van Sustainable Office gaat werken.
Volgens Van Selm is het probleem dat de overheid wel oplegt maar verder niet reguleert.
"Die laat het aan de marktpartijen over en dus gaat iedereen zijn eigen ding doen."
Hij heeft ook zijn bedenkingen over de waarde van het FSC-keurmerk: dat is eigenlijk te zwak. Een ander probleem is dat de eindgebruiker nog te terughoudend is met de aanschaf van bewezen groene producten.
De deelnemers zijn het er echter wel over eens dat iedereen groene producten moet maken. Daniels gaat verder: "De basis moet groen zijn, en niet dat er een extra lijn groen bestaat.
Het moet de nieuwe norm worden."
Oosterbeek vult aan: "Elke zichzelf respecterende A-merk fabrikant houdt rekening met 'groen' bij het ontwikkelen en op de markt brengen van een nieuw innovatief product, in ieder geval verantwoord."

Stelling 6: Er zijn teveel organisaties van leveranciers van kantoorartikelen. Door die concurrentie wordt de markt kapot gemaakt.
Van Selm reageert: "Het is niet zozeer dat de prijs daardoor wordt gedrukt, het zit hem meer in het feit dat we als keten, als industrie te weinig onderscheidend vermogen creëren waardoor we alleen maar naar de prijs kijken. Dat heeft tot gevolg dat je een totale prijserosie krijgt." Hij waarschuwt dat er een andere insteek moet komen, anders zullen heel veel partijen gaan sneuvelen. "Ook grote partijen."

Robert Driessen

Voor de sterkste merken naar OfficeXperts

OfficeXperts is een nieuw concept voor alleen de betere kantoorvakhandels in Nederland en België. De 15 sterkste merken voor kantoorartikelen hebben hun commitment afgegeven aan OfficeXperts. En dat is niet voor niets. De OfficeXpert weet als geen ander zijn klant te ontzorgen. Met creatieve en slimme oplossingen helpt hij zijn klant nog beter te doen waar hij goed in is. Geholpen door jarenlange ervaring, een persoonlijke benadering en uitgebreide deskundigheid. Kijk voor meer informatie op www.officexperts.nu.

Volgens Driesssen suggereert de stelling dat veel aanbieders een harde prijsconcurrentie hebben. “Dat betwijfel ik. Ik ken productgroepen en markten waar nog maar twee of drie aanbieders zijn, maar waar een megaprijzenslag plaatsvindt omdat de markt zo transparant is.”

Van Selm vervolgt: “Het is ook niet automatisch zo dat des te minder aanbieders er zijn, des te transparanter de markt wordt. Hoe meer fragmentatie er is, hoe beter het is voor je merkbeleving en hoe beter het is voor je winstgevendheid in de totale keten. Hoe minder partijen je hebt, zeker in distributieland, over het algemeen leidt dat tot margeverschraling. Het is de balans tussen de leveranciers en de tussenhandel naar die eindgebruiker.”

Daniels denkt dat dat wel meevalt: “Dat verschilt per product. Kijk naar papiervernietigers, er zijn misschien drie, vier aanbieders.”

De Klein wijst op het enorme aantal leveranciers van pennen, en van papier. “Daar word je helemaal gek van! Ik zou minder willen, het voegt niets toe.”

Daniels antwoordt: “De essentie is, maak keuzes, focus je op de belangrijkste merken. Het zijn producten met een laag prijspunt maar de volumes zijn enorm. Iets meer aandacht op deze producten levert snel extra marge en omzet op.”

Van Rhee vult aan: “Ontzorgen, dat is de taak!” ,Driessen noemt het in dat kader “zorgwekkend” dat leveranciers de buitendienst inkrimpen.

De Klein geeft toe: “Ik heb onlangs afscheid genomen van twee vertegenwoordigers omdat die niet voldeden in de huidige markt. Die konden uitstekend relatiemanagement doen, koffie drinken bij de klanten, maar dat volstaat niet meer. Daarnaast zien we segmentering: vertegenwoordigers worden geacht focus te leggen bij acquisitie en op opdrachtgevers die boven een bepaalde omzetpotentie zitten.”

“Logisch”, vindt Van Rhee, “dat is gewoon rationeel. Maar wel wennen. Een vakhandel die onze producten en diensten actief wil aanbieden, krijgt van ons alle ondersteuning. Daartoe stellen we onze accountmanagers graag ter beschikking. Zoals gezegd, het team is speciaal daarvoor recent uitgebreid.”

Oosterbeek concludeert: “Je krijgt een verschuiving van relatiemanager naar account manager.”

Van Rhee weer: “Je moet oplossingen bieden, de toegevoegde waarde zit hem in het ontzorgen van de klant.”

Van Selm benadrukt: “De training, de ondersteuning van de vakhandel. Voor alle fabrikanten geldt dat de vakhandel enorm belangrijk is, en dat de vakhandel in veel gevallen beter in staat is om A-merken te verkopen. Echter het probleem met de vakhandel is dat het een gefragmenteerde groep is, dat er geen homogeniteit is die je makkelijk op één eenduidige manier kunt ondersteunen of trainen. Terwijl als we alle vakhandelaren bij elkaar zouden krijgen, wij als leverancier ook veel meer ondersteuning zouden kunnen geven.”

Driessen sluit af: “Met Office Xperts zijn we druk bezig met het opzetten van een platform daarvoor (zie kader, red.). Op dit ogenblik hebben we 50 dealers aan boord. Het is nog de vraag of ze zich alle 50 bewijzen binnen deze propositie, hetzelfde geldt voor de merken, het zou zo maar kunnen zijn dat we over een paar jaar slechts 25 dealers hebben met 5 merken, maar dat is dan wel de enthousiaste kern die het snapt en waarmee we iets kunnen opbouwen. En als dat de uitkomst is van deze propositie, dan is dat prima.” ■

Voor de sterkste merken naar OfficeXperts

OfficeXperts is een nieuw concept voor de betere kantoorvakhandel in Nederland en België. De 15 sterkste merken voor kantoorartikelen hebben hun commitment afgegeven aan OfficeXperts. En dat is niet voor niets. De OfficeXpert weet als geen ander zijn klant te ontzorgen. Geholpen door jarenlange ervaring, een persoonlijke benadering en uitgebreide deskundigheid.
Kijk voor meer informatie op *www.officexperts.nu*.

OfficeXperts
Powered by Quantore

Onderscheid jezelf van de massa met WOW! De schitterend nieuwe range van Leitz. Kantoorartikelen van hoge kwaliteit in opvallende kleuren die perfect passen bij jouw persoonlijkheid. WOW op

www.leitz.com

LEITZ®
JOB WELL DONE

Quantore Relatiedagen 2012 groot succes

Op maandag 16 en dinsdag 17 april vond de 16e editie van de Quantore Relatiedagen plaats. Meer dan 500 bezoekers kwamen naar Beuningen om collega-ondernemers, leveranciers en medewerkers van Quantore te ontmoeten. Op maandagavond werden traditiegetrouw de Quantore Awards 2012 uitgereikt.

De beurs is bovengemiddeld druk bezocht en de organisatie is tevreden over het verloop van de Relatiedagen. Het thema van de Relatiedagen 2012 was Bricks & Clicks. Steeds meer ondernemers laten zich ervan overtuigen dat juist de combinatie van een fysieke winkel met een webshop succesvol is. Aansluitend op dit thema presenteerde Quantore haar nieuwe en zeer complete e-commerce platform Jive, dat zeer positief is ontvangen door Quantore-leden. Ook onderwerpen als social media, georganiseerd werken en acquisitie kwamen aan bod.

Quantore Awards 2012

Op maandagavond werden voor de 7e keer de Quantore Awards uitgereikt aan leveranciers, die het afgelopen jaar buitengewone inzet richting Quantore hebben getoond. De Award voor Leverancier van het jaar ging met recht naar Esselte. Esselte weet als geen ander toegevoegde waarde aan haar merken te verbinden, wat op zich al een commerciële pluim waard is. Maar ook op logistiek gebied heeft Esselte het afgelopen jaar bewezen het verschil te kunnen maken. Middels een leantraject zijn Quantore en Esselte in staat geweest overtollige ballast uit de supply chain te filteren en zo kosten te verminderen en de efficiency te verhogen. De Award voor Beste commerciële prestatie ging naar Hamelin Books & Pads, die met Oxford de ingeslapen markt van books and pads nieuw leven heeft ingeblazen en ervoor heeft gezorgd dat de markt op deze productgroep weer marge weet te maken. De Award voor Beste operationele prestatie ging naar Bura. BV Bura is met hun keurige manier van zakendoen, reactiesnelheid, respectvolle instelling en goede leverbetrouwbaarheid een zeer prettige samenwerkingspartner gebleken.

Op de groepsfoto ziet u van links naar rechts: Arnold Theuws (Algemeen directeur Quantore), Bert Janssen (General Manager Hamelin), Herman Lakerveld (Adjunct-directeur Bura), Jaap van Selm (Regional Vice President Western Europe Esselte) en Robert Driessen (Adjunct-directeur en manager Inkoop Quantore).

Antalis introduceert Digigreen

Antalis, de toonaangevende Europese leverancier van papier en verpakkingsmaterialen, introduceert Digigreen, een nieuw assortiment papier specifiek ontworpen voor de nieuwste technologieën en toepassingen op het gebied van digitaal drukken. Het Digigreen-aanbod staat centraal in het Digital-to-Business-initiatief –d2b – van Antalis.
Digigreen is niet alleen een 100% digitaal, maar ook een 100% groen, milieuvriendelijk papier dat naadloos aansluit bij het streven naar duurzame ontwikkeling van de Antalis-groep. Het tweezijdig gestreken papier is verkrijgbaar in twee oppervlaktes, Gloss en Silk, in een uitgebreid assortiment gramgewichten (100 tot 350 g/m²) en digitale formaten.

De markt voor digitaal drukken groeit steeds verder en biedt nieuwe mogelijkheden. Met het oog op deze marktontwikkeling heeft Antalis haar Digital-to-Business-initiatief opgezet om de verschillende spelers op het gebied van digitaal drukken technische expertise te bieden en een platform om ervaringen uit te wisselen. De uitbreiding van het productaanbod met papier dat afgestemd is op de nieuwste afdrukapparatuur vormt een integraal onderdeel van deze strategie. Om klanten te helpen de meest geschikte digitale media voor hun specifieke behoeften te kiezen, heeft Antalis een onlinegids voor digitaal papier ontwikkeld, de "Digital selector".

Meer info: www.antalis.nl

Spraakherkenning gekoppeld aan workflow

De Philips SpeechExec Speech Recognition Workflow Extension is een spraakherkenningoplossing die speciaal werd ontwikkeld voor kantooromgevingen waar auteurs en assistenten samenwerken. Philips Speech Processing, de marktleider op het gebied van dicteren, vereenvoudigt het werk van professionals verder met de SpeechExec Speech Recognition Workflow Extension.

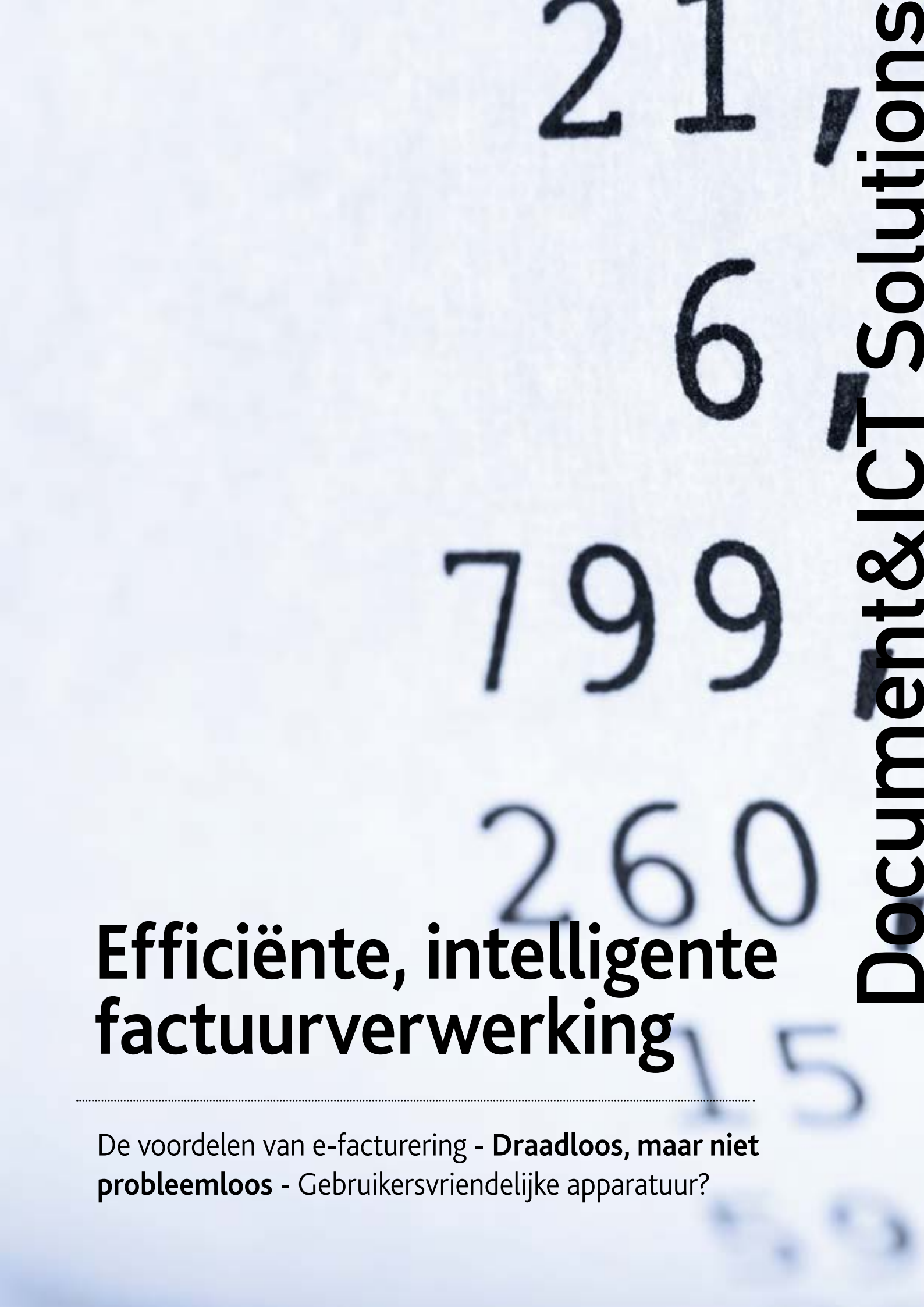
Tegenwoordig biedt spraakherkenningssoftware een herkenningspercentage van 99%. Echter, zonder automatisering van de documentstroom tussen auteurs en assistenten verliezen al deze voordelen hun nut. Het importeren van dictaten in spraakherkenningsoftware vergt vaak meer dan 10 muisklikken en, belangrijker nog, het neemt veel kostbare tijd in beslag. Met SpeechExec dient enkel de dicteerrecorder aangesloten te worden. De dictaten worden vervolgens automatisch gedownload en uitgeschreven door de spraakherkenningssoftware.

Meer info: www.philips.nl

Nieuwe leden voor Sustainable Office

Zowel 3M, BührmannUbbens als Bura zijn sinds 1 januari 2012 lid van Sustainable Office. Hierdoor staat het aantal deelnemende bedrijven aan de inkoopwijzer voor duurzame kantoorartikelen op 19. Op de website zijn inmiddels meer dan 6100 producten te vinden.
Op de website Sustainable Office kunnen eindgebruikers producten vinden die voldoen aan de criteria van AgentschapNL. De website geeft inkopers een handvat om snel duurzame kantoorartikelen in te kopen. De producten kunnen via diverse zoekopdrachten worden gezocht: op productnaam, EAN-code en leveranciersnaam. Bij de producten staat een korte en lange omschrijving van het product.

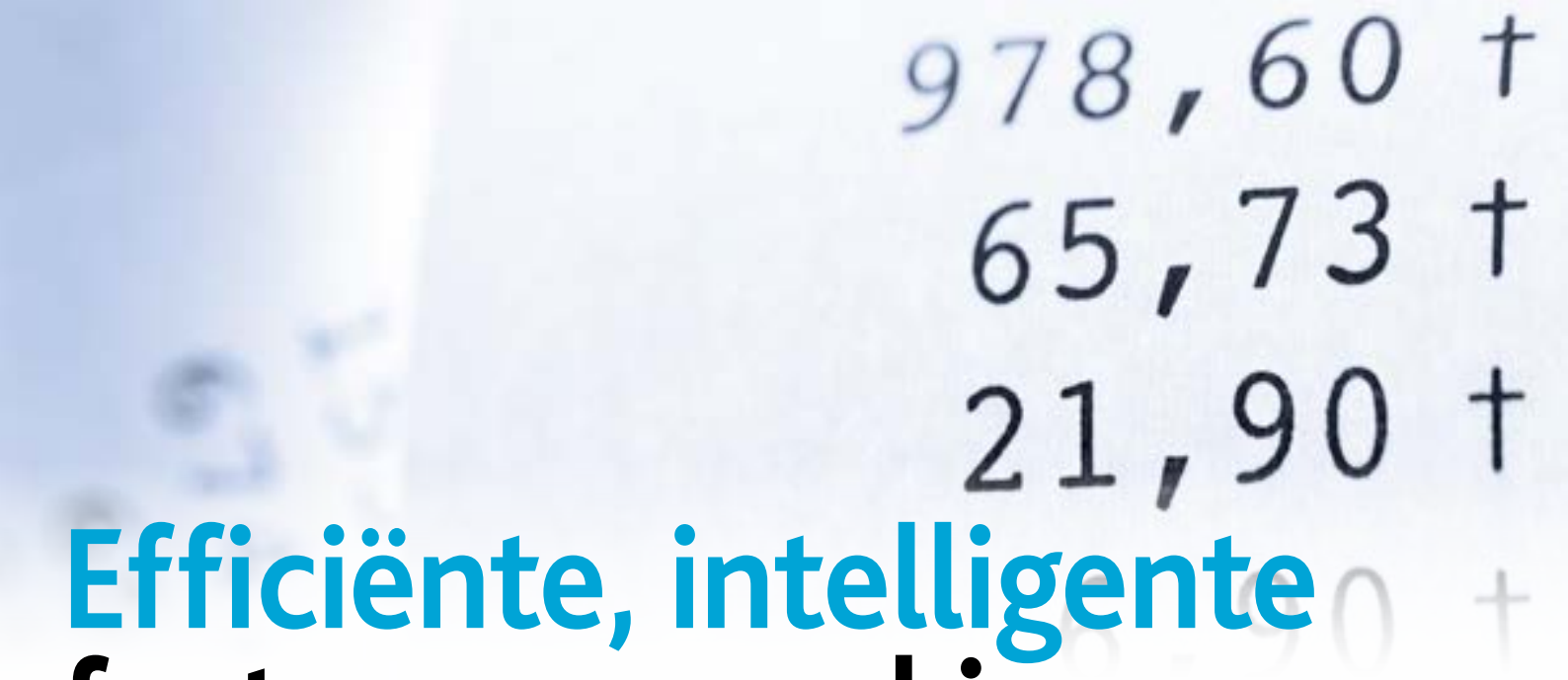
Leden Commissie
De Commissie Sustainable Office bestaat uit de volgende leden: Lyreco, Office Depot, Staples, Hamelin, Jalema, Esselte, Quantore en Pasklaar Communicatie. Voorzitter is Cees van Manen. Het initiatief wordt breed ondersteund door OFFICE World, OSTAN en Novaka. Het Ministerie van I&M, AgentschapNL en MVO Nederland zijn agendalid van de commissie.
www.sustainable-office.eu
Secretariaat van de commissie is gevestigd bij brancheverenigingOFFICE World, 070 - 318 00 31, E: info@officeworld.nl
Sustainable Office is ook te vinden op Linkedin en op Twitter @SustOffice



Document&ICT Solutions

Efficiënte, intelligente factuurverwerking

De voordelen van e-facturering - **Draadloos, maar niet probleemloos** - Gebruikersvriendelijke apparatuur?



Efficiënte, intelligente factuurverwerking

Wat is belangrijk in een succesvolle automatisering van factuurverwerking?

Organisaties met veel inkomende facturen hebben de inkomende factuurstroom vaak al geautomatiseerd. De organisaties die dit naar volle tevredenheid doen, richten zich op de drie meest kritische elementen van dit proces: geautomatiseerde invoer van gegevens, het matchen van facturen en een geïntegreerde workflow. Met de focus op deze elementen worden de kosten van factuurverwerking aanzienlijk verlaagd en optimaal gestroomlijnd.

Volgens het rapport van de Aberdeen Group's 2010 e-Payables, zijn de kosten van het verwerken van een inkomende factuur 10 keer groter bij een organisatie die dit proces niet geautomatiseerd heeft (ongeveer 25 euro) dan bij een organisatie die dit wel geautomatiseerd heeft (ongeveer 2,50 euro).

Dit onderzoek is uitgezet bij 1.000 crediteurenadministraties en heeft 16 maanden in beslag genomen. De conclusies van dit onderzoek zijn, dat naarmate crediteurenadministraties meer zijn geautomatiseerd en gecentraliseerd, dit leidt tot aanzienlijke voordelen zoals:

- 83% lagere kosten
- 82.7% snellere verwerking
- 51% minder uitzonderingen
- 50.5% minder te late betalingen.

Geautomatiseerde factuurverwerking is cruciaal om niet alleen handmatige en inefficiënte processen te elimineren maar ook om inzicht te krijgen in aangegane verplichtingen, verbeteren van de nauwkeurigheid en het versterken van de leveranciersrelaties. Om op crediteurenadministraties met een minimale bezetting, de potentiële besparingen en voordelen van een geautomatiseerde factuurverwerking te realiseren, is vereist dat een bedrijf zich focust op het stroomlijnen en optimaliseren van de volgende, meest arbeidsintensieve, aspecten van factuurverwerking.

'Factuurverwerkingskosten gereduceerd met 83% door automatisering'

Factuurontvangst, Opslaan & Codering: Handmatig invoeren geeft kans op fouten en kost veel meer tijd

Het reduceren van de menselijke factor bij het invoeren van factuurgegevens en het maken van een volledige ERP integratie vermindert de verwerkingskosten van een factuur. De verbetering begint met de mogelijkheid om alle leveranciersfacturen en bijbehorende documenten elektronisch te ontvangen, te verwerken en op te slaan. Dit betreft papieren facturen, gescande facturen omgezet naar een PDF file, facturen binnengekomen middels EDI en andere types van e-facturen. Door een digitaal archief vermindert u het risico om waardevolle documenten te verliezen en behoren alle welbekende scenario's van het zoeken in lades en archiefkasten naar verkeerd opgeslagen facturen tot de verleden tijd. Medewerkers van de crediteurenadministratie, of ze nu naast u zitten of aan de andere kant van de wereld

Meer voordeel

Terwijl bij de gemiddelde crediteurenadministratie automatische verwerking van facturen nog ontbreekt, gebruiken andere bedrijven hun geautomatiseerde factuurverwerking om een concurrentievoordeel te behalen.

- 83% Lagere kosten
- 82.7% Snellere verwerking
- 51% Minder uitzonderingen
- 50.5% Minder te late betalingen

Bron: E-Payables 2010: An Exit Strategy to the Paper, Quagmire, Aberdeen, September 2010

werken, kunnen onmiddellijk elke factuur opzoeken en analyseren in een efficiënt, digitaal, archief systeem.

Factuur Matching tegen inkooporders en goederenontvangsten: Handmatige matching belemmert de productiviteit en betalingsprocessen

Het meest complexe, tijdrovende en vaak frustrerende aspect van factuurcontrole is het vergelijken en matchen van facturen ten opzichte van inkooporders en goederenontvangsten. Een medewerker moet elke factuur invoeren, controleren en vergelijken met de inkooporder, regel voor regel. Met front-end scannen en vastleggen van de factuur gevolgd door geautomatiseerde, geavanceerde matching op regelniveau kunt u handmatig werk en vertraging verminderen terwijl communicatie met de leverancier wordt vereenvoudigd. Facturen zonder afwijkingen worden automatisch verwerkt en facturen met onacceptabele afwijkingen gemarkeerd voor analyse. Toelaatbare afwijkingen binnen vooraf vastgestelde grenzen zoals vrachtkosten en orderkosten kunnen automatisch worden gecodeerd en goedgekeurd. Alle andere afwijkingen worden doorgestuurd naar de juiste medewerker voor analyse en verdere verwerking. Dit resulteert in een zeer intelligent en gestroomlijnd factuurverwerkingsproces waarbij alleen bij substantiële afwijkingen, ingrijpen en analyse nodig is voor de goedkeuring en betaling.

Goedkeuring Workflow: Lange, op papier gebaseerde goedkeuringen verhogen de administratieve lasten

Het handmatig invoeren, matchen en verwerken van facturen wordt vaak voorafgegaan of gevolgd door een volledige goedkeuringscyclus waar papieren facturen worden rondgestuurd in een organisatie voor beoordeling en goedkeuring.

Met een geautomatiseerd factuurverwerkingsproces worden de facturen automatisch doorgestuurd naar de juiste medewerker voor goedkeuring op basis van vooraf gedefinieerde regels. Deze medewerker kan zich nu richten op een eenvoudige goedkeuring of analyse van de afwijkingen.
Verzendlijsten, in combinatie met autorisatie en coderingsregels, kunnen het proces verder optimaliseren en zijn de basis voor audit rapporten en bewijs van naleving van de interne en externe wet- en regelgeving.

De bottom line

Het selecteren en implementeren van een software oplossing, die uitblinkt in deze drie gebieden, zal u snel helpen de belangrijkste voordelen van het automatisch verwerken van facturen te realiseren: lagere kosten en hogere winstgevendheid, kwaliteit, nauwkeurigheid en controle.
En vergeet vooral niet uw leveranciers te betrekken bij het implementatie proces. Indien uw leveranciers zien dat het aantal dagen dat een factuur bij u openstaat afneemt, zullen zij u een ander voordeel van automatische factuurverwerking aanbieden, namelijk betalingskorting. ■

Auteur: TIE Kinetix
Website: http://businessintegration.tiekinetix.com/nl

De voordelen van e-facturering

Steeds meer ondernemingen gaan over op het via mail verzenden van facturen, ofwel het e-factureren of e-invoicing. De reden daarvoor kan verschillen per bedrijf, maar het is wel zeker dat het elektronisch versturen van facturen duidelijk voordelen heeft ten opzichte van de traditionele, via papieren documenten, manier van factureren.

Maar hoe ga je als onderneming nu te werk als je wilt overstappen van papieren naar digitale facturering? Waar krijg je mee te maken en waar moet je rekening mee houden? We noemen de belangrijkste issues.

Voordelen

Eerst het beste nieuws: e-factureren of e-invoicing heeft de volgende voordelen:

- beparing op kosten: het meest zichtbare aspect van e-facturering met betrekking tot kostenbesparing is het feit dat er geen papier meer aan te pas komt. Maar ook het verwerken van die papieren documenten (het handmatig invoeren van de gegevens in het boekhoudsysteem) scheelt tijd – en dus kosten. Onderzoeken in de praktijk hebben aangetoond dat er met e-facturering tot 75 procent van de daarmee verband houdende kosten kunnen worden bespaard.
- besparing op tijd: we noemen dit apart, want met het handmatig invoeren van factuurgegevens kunnen gemakkelijk fouten worden gemaakt. Met e-facturering worden die bijna geheel vermeden. Die fouten leiden gewoonlijk tot zogeheten disputen tussen opdrachtgever en leverancier, en er gaat veel tijd verloren met het oplossen van deze meningsverschillen. Ook het controleren van handmatig ingevoerde gegevens (ter vermijding van die disputen) is een tijdrovende aangelegenheid. Uit de hierboven al genoemde praktijkonderzoeken is gebleken dat e-facturering maximaal maar liefst 80 procent tijdwinst kan opleveren.
- de dienstverlening naar de klant wordt sterk verbeterd: omdat er (vrijwel) geen fouten meer worden gemaakt bij het factureren ontstaan er ook geen disputen meer, en kunnen zaken sneller worden afgehandeld. De communicatie tussen de opdrachtgever en de klant verloopt geheel transparant.
- de gehele operatie wordt duurzamer: er komt geen papier, printer of postkamer meer aan te pas, er hoeft dus ook niets meer te worden getransporteerd.

Voorwaarden (wetgeving)

Helaas kun je niet zomaar een pdf'je maken van een rekening en die via de mail naar de klant sturen. Die nota moet wel aan dezelfde voorwaarden voldoen als zijn papieren tegenhanger – en meer. In 2006 heeft de Europese Unie een richtlijn opgesteld (2006/112/EC) waar elektronische facturering aan dient te voldoen. Het probleem is dat de diverse lidstaten van de EU hun eigen invulling en aanvulling aan die richtlijn hebben gegeven. Er is dus binnen Europa geen eenduidig systeem. In 2013 moeten echter alle lidstaten voldoen aan die richtlijn. Nederland loopt - zoals zo vaak - voorop met de invoering van de bepalingen in de richtlijn, en heeft al in 2009 de wetgeving op het gebied van e-facturering eenvoudiger gemaakt. Eén van de bepalingen is dat de klant vooraf geen goedkeuring meer hoeft te vragen aan de leverancier of hij de factuur digitaal mag aanbieden. Daarnaast is er nog maar één eis waar het de methodiek

van uitwisseling betreft: de bedrijfsprocessen dienen zo te zijn geregeld dat de authenticiteit, integriteit en leesbaarheid van de factuur door de gebruikte methodiek (zie onder: Soorten van e-facturering) wordt gegarandeerd. Uiteraard geldt ook voor digitale facturen dat die moeten worden bewaard, intern of bij een extern archief zoals E-Archiving.

Soorten van e-facturering

Net zoals er veel verschillende boekhoudprogramma's bestaan, zijn er ook een aantal modellen voor e-facturering. We beperken ons hier tot de twee in Nederland meest gebruikte systemen: 'one-to-one' en 'consolidator'. Voor kleine bedrijven zoals zzp'ers met slechts één of enkele opdrachtgevers is het 'one-to-one'-model best bruikbaar. Hierbij wordt namelijk voor elke zakelijke relatie een aparte verbinding gemaakt. De interface is dus uniek, en heeft als voordeel dat de onderlinge afspraken op maat kunnen worden opgesteld. Krijgt de leverancier echter meerdere opdrachtgevers, dan wordt het een probleem om telkens, voor elke opdrachtgever, een unieke interface op te stellen: dit wordt een onoverzichtelijke chaos. Hij of zij kan dan beter overstappen op het 'consolidator'-model.
Bij het 'consolidator'-model wordt de verwerking van de e-facturen uitbesteed aan een externe, daarin gespecialiseerde partij. Deze partij, de consolidator, heeft meerdere interfaces waarmee de informatie van opdrachtgevers kan worden vertaald naar een platform. De consolidator beheert dit platform, zorgt dat het up-to-date blijft en dat eventuele nieuwe interfaces geïntegreerd worden in het systeem – om de opdrachtgevers van dienst te kunnen zijn en blijven. Tevens kan een consolidator zorgen voor e-archivering. Natuurlijk moet de opdrachtgever voor deze diensten betalen en is het dus duurder dan zelf doen, maar de consolidator neemt hem of haar wel een heleboel rompslomp uit handen.
Uiteraard zijn er meerdere partijen die deze consolidator-diensten kunnen verzorgen, en hebben ze alle hun eigen platform. Het goede nieuws is dat ze onderlinge afspraken hebben gemaakt om het verkeer tussen de diverse platformen mogelijk te maken, de zogeheten 'roaming'-overeenkomsten. Bekende consolidators in Nederland zijn onder andere Certipost, Basware en OB10. Deze consolidators maken gebruik van het feit dat brancheorganisaties zaken regelen voor hun leden en advies geven, bijvoorbeeld over e-facturering.

Implementatie

De reden dat een organisatie overgaat van papieren op digitale facturering kan zijn dat er kosten en/of tijd worden bespaard, dat de klanttevredenheid omhoog

'Het overstappen van papieren naar digitale facturering heeft uiteraard gevolgen voor de organisatie en de bedrijfsprocessen'

moet of dat er duurzamer moet worden gewerkt. Andere belangrijke redenen kunnen zijn dat de klant of leverancier er om vraagt, of dat de organisatie efficiënter wil gaan werken. Voordat het traject wordt gestart, moet de organisatie zich eerst enkele vragen stellen:

- hebben we de huidige manier van factureren goed georganiseerd en gestructureerd?
  Is dit het geval, dan is een overgang naar digitaal eenvoudiger.
- wat is de werkelijke reden voor de overstap, en is die plausibel?
  Als je alleen overgaat omdat het je personeel scheelt, dan ben je niet goed bezig.
- kan de IT-afdeling en de apparatuur die we nu gebruiken, het systeem wel aan?
  Hebben we voldoende (deskundig) personeel, en kan het netwerk de extra belasting wel aan?
- is de ontvanger van de factuur wel in staat deze digitaal te verwerken?
  Zie boven onder Soorten van e-facturering: als de ontvanger zijn bedrijfssystemen niet op orde heeft (denk ook aan e-archivering, encryptie en dergelijke), gaat het niet lukken.
- is het wel de moeite waard om over te stappen?
  Als er maar twee of drie facturen per week de deur uit gaan, moet je je afvragen of het wel loont.
- staat het personeel wel achter de overstap?
  Dit is in veel veranderprocessen – zo niet alle – de kritische factor waardoor het project slaagt of mislukt. Mede daarom is het wellicht raadzaam om bijvoorbeeld eerst te starten met de digitalisering van het uitgeven van facturen. Dan kunnen de medewerkers wennen aan de manier van werken, en worden de afnemers (waarvan er ongetwijfeld al enkele gevraagd hebben om een digitale versie van de facturen) tevreden gesteld.

Impact op de organisatie

Het overstappen van papieren naar digitale facturering heeft uiteraard gevolgen voor de organisatie en de bedrijfsprocessen. Voor wat betreft de organisatie kunnen we stellen dat het de onderneming het imago verschaft van een modern, efficiënt bedrijf dat zijn klanten dan wel leveranciers onderscheidend van dienst is met een snelle verwerking van de administratie. Concreet houdt de overstap in dat er op personeel bezuinigd kan worden: zoals al eerder vermeld, kan het automatisch verwerken dan wel ontvangen van facturen en orders aanzienlijke tijdwinst opleveren (lees: minder fte's nodig).
Als het gaat om de bedrijfsprocessen, zijn er diverse voordelen van digitale facturering die de workflow kunnen verbeteren. Zeker als het systeem gekoppeld is aan een ERP-systeem en/of boekhoudpakket. Bovendien zijn de gegevens direct en overal binnen het bedrijf op te vragen: er hoeven geen ordners te worden gezocht en doorgespit. Vragen van klanten of leveranciers kunnen direct worden beantwoord en het aantal fouten wordt drastisch, zo niet geheel, verminderd.

Kortom: het overstappen van papieren naar digitale facturering heeft veel voordelen, maar men moet wel rekening houden met de ins en outs van de implementatie. Raadzaam is in ieder geval om eens te gaan praten met een collega-ondernemer die al overgegaan is op digitaal. ■

Ton van Helvoort

Canon en Océ in Nederland beginnen met de integratie

Canon maakt bekend dat Ton van Helvoort is benoemd om leiding te geven aan de integratie en de organisaties van Canon en Océ in Nederland. De integratie zal per direct van start gaan. Martin Trampe zal tijdens het integratieproces zijn verantwoordelijkheden als Managing Director voor Canon in Nederland voortzetten.
Deze bekendmaking volgt op de wereldwijde aankondiging, waarin Canon aangaf versneld te beginnen met de integratie van Canon en Océ. Canon is sinds dit moment meerderheidsaandeelhouder van Océ.
Om in Europa een meer eenduidige en effectieve organisatie te realiseren, is integratie van de twee bedrijven noodzakelijk. Door de kracht van Canon en Océ te bundelen is het bedrijf nog beter in staat ook in de toekomst een winstgevende omzetgroei te realiseren.

Meer info: www.canon.nl

Konica Minolta introduceert bizhub 215

Konica Minolta voegt de bizhub 215 toe aan haar assortiment. Deze multifunctionele zwart-wit printer (MFP) is geschikt als communicatie hub, voor kleine tot middelgrote teams en werkgroepen binnen organisaties van elke omvang. De MFP print en kopieert met een snelheid van 21 pagina's per minuut, scant in kleur en faxt. Dit alles in zowel A4- als A3-formaat. Vanwege de compacte afmetingen is de bizhub 215 ook inzetbaar in kleine kantoren. De MFP heeft een flexibele papiercapaciteit die kan worden verhoogd naar een maximum van 1.350 vellen, zonder dat er tijdverlies optreedt door onderbrekingen voor het bijvullen van papier. Het apparaat is flexibel, verschillende papiersoorten kunnen worden ingevoerd in vijf verschillende papierlades en bronnen. Tot de opties behoren dubbelzijdig-printen in zowel A3- als A4-formaat.
De bizhub 215 scant standaard in kleur en kan naar verschillende bestemmingen scannen zoals e-mail of een plek op het netwerk via FTP en SMB. Volledige netwerkintegratie is optioneel en de MFP biedt daarnaast TWAIN-scanning. Met de standaard scan-to-USB-functie kan elk document op het laatste moment, voor bijvoorbeeld een vergadering of zakenreis, eenvoudig opgeslagen worden op een USB-stick vanaf de bizhub 215, zonder tussenkomst van een computer. Gebruikers besparen tijd en zijn niet langer afhankelijk van de aanwezigheid van bijvoorbeeld een computer.
Voor eenvoudige kopieer- en scantaken kan de bizhub 215 worden uitgerust met een optionele duplex-documentinvoer. Hierdoor worden originele documenten gescand met snelheden tot 46 pagina's per minuut en dubbelzijdige documenten automatisch verwerkt.
De bizhub 215 voldoet aan de hoogste eco-standaarden,dankzij het lage energieverbruik en de geïntegreerde Simitri HD toner met biomassa. Hiervoor is de bizhub 215 gecertificeerd met de Blue Angel en de Energy Star ecolabels.

Meer info: www.kn.nl

Vogel's Professional introduceert videoconference-meubel

Vogel's Professional introduceert een meubel speciaal ontwikkeld ten behoeve van videoconferencing. Het meubel biedt ruimte voor een of twee displays en alle benodigde apparatuur, inclusief camera en luidsprekers.

Bij de ontwikkeling van het nieuwe videoconference-meubel PFF 5100 is veel aandacht besteed aan het design. Het meubel is stijlvol te integreren in nagenoeg elke ruimte. Door de ingebouwde wielen is het meubel bovendien gemakkelijk te verplaatsen. Het aluminium paneel aan de voorzijde van het meubel is eenvoudig uit te nemen waardoor toegang ontstaat tot het interieur, alwaar een codec en andere randapparatuur geplaatst kunnen worden. Middels een display interface kunnen eenvoudig een of twee displays geïnstalleerd worden. De interface is niet inbegrepen omdat deze afhankelijk van de montagemaat en het aantal displays kan verschillen. Met een speciale houder kunnen eenvoudig een camera en luidspreker op het meubel gemonteerd worden. Vogel's heeft tevens een bijpassende videoconference-luidspreker ontwikkeld. Deze biedt een ongekend zuivere weergave van (stem)geluid en het draagbereik is veel groter dan bij conventionele luidsprekers. Naast videoconferencing is het meubel ook uitermate geschikt om als kiosk te gebruiken met een display in verticale positie of als luxe displaystandaard waarin randapparatuur opgeborgen kan worden.

Meer info: www.vogels.com

Draadloos, maar niet probleemloos

Van Ergonomique kregen we weer een aanbieding om een product van hen uit te proberen. Dat is de werkwijze van dat bedrijf: ze laten je iets uitproberen, in de hoop dat het zo goed bevalt dat je het aanschaft. Dit keer kregen we de ErgoTouch wireless laser ter test opgestuurd.

Deze rubriek heet Op de pijnbank, en we proberen allerlei producten uit om te beoordelen of het een toegevoegde waarde heeft voor kantoorwerkzaamheden. Zo kan het apparaat het werken gemakkelijker maken, of een extra ergonomische factor toevoegen. Van de ErgoTouch wireless laser kunnen we het laatste wel beamen, het eerste beslist niet.

Zoals trouwe lezers van deze rubriek ongetwijfeld wel weten, ben ik geen voorstander van draadloze invoerapparatuur. Het werken zonder die belemmerende draden zou zeker prettiger zijn, als het apparaat dan ook maar probleemloos zou functioneren. En daar schort het in de praktijk nogal eens aan.

Op zich ziet de ErgoTouch er best goed uit: de stabiele houder voor het toetsenbord is voorzien van een polssteun - ergonomisch verantwoord! - en ook de muis heeft een eigen plateau met polssteun. Echter: juist die houder en het plateau verplichten je, op dezelfde plaats te blijven werken. Het draadloze zou er toch juist voor moeten zorgen dat je meer vrijheid hebt? Mijn huidige toetsenbord is weliswaar met een draad verbonden met de pc, maar ik kan het gemakkelijk terzijde schuiven als ik bijvoorbeeld een papieren document wil doorlezen, of eindredactie wil doen op prints. En datzelfde geldt voor mijn muis, met mousepad. Maar omdat die ErgoTouch in zo'n keurslijf zit, is dat een stuk moeilijker.

En dan de bediening. De ErgoTouch is officieel plug&play, dus batterijen in het toetsenbord en de muis plaatsen, USB-stekker van het 'zendstation' in de pc, en hoppa. Inderdaad werkt het dan. Meestal. Zoals bij alle draadloze invoerapparatuur moet je ook bij dit toetsenbord en deze muis dat verdraaid kleine knopje onderop het apparaat (sic!) indrukken om het ding te activeren, contact te laten maken met het 'zendstation'. Dat is overigens ook weer een nadeel: in plaats van twee dingen, heb je nu drie dingen op je toch al steeds kleiner wordende werkblad - en dan ook nog eens een ding met een draad! Maar dat activeren lukt je dus niet als je zoals ik wat dikke vingers hebt. Daar heb je een potlood of stylus voor nodig. Gelukkig slaagde ik er in één keer in om beide invoerapparaten te activeren, al kan ik nu wel weer een nieuwe punt aan mijn potlood slijpen. So far so good.

Maar toen probeerde ik dit stukje te typen met dat fraaie, ergonomisch verantwoorde toetsenbord. Jammer dan, enkele vrij belangrijke toetsen werkten niet. Na enig aandringen reageerde de t uiteindelijk wel, soms. En dat is toch vrij moeilijk typen, als je synoniemen moet verzinnen voor woorden die je toetsenbord niet aankan omdat er bepaalde no-go letters in zitten. Dus maar weer gauw mijn eigen, vertrouwde invoerapparaten geïnstalleerd.

Toegegeven, er zullen best draadloze invoerapparaten bestaan die wél naar behoren functioneren, maar ik ben ze nog niet tegengekomen. Voor die 175 euro die de ErgoTouch kost, kan ik meerdere andere, wel werkende toetsenborden en muizen aanschaffen. Weliswaar mét draad, maar ook daar zijn heel praktische oplossingen voor, ergonomisch verantwoord. ■

A4 vs. A3 MFP's – groter is niet per definitie slimmer

Organisaties maken al jaren gebruik van multifunctionele netwerkprinters (MFP's) om snel een groot aantal afdrukken te maken. Maar waarom schaffen organisaties hiervoor nog grote A3-apparaten aan als ze nooit of nauwelijks op A3-formaat printen of kopiëren?

Volgens Lexmark kunnen de behaalde vooruitgang in A4-multifunctionele producten (MFP's) en de groeiende focus op milieu en efficiëntie binnen bedrijven leiden tot vermindering in gebruik van de traditionele A3-copiers. Steeds meer organisaties stappen over op slimme A4 MFP's vanwege het groeiend aantal verbeterde functies, zoals snellere afdruktijden, papiercapaciteit, netwerkaansluitingen en andere werkgroep-functionaliteit.

Een groeiend milieubewustzijn, gecombineerd met de economische ontwikkelingen heeft veel bedrijven ertoe aangezet om de kosten en het energieverbruik van hun IT-hardware te analyseren. Zo streeft de Europese Commissie er bijvoorbeeld naar om de CO2-uitstoot door IT-voorzieningen tot 2020 met 20 procent te reduceren en een groei van 20 procent in energie-efficientie te realiseren.

Minder dan 4% van de documenten wordt afgedrukt op A3-formaat

Analysecijfers[1] laten zien dat slechts een fractie van de documenten afgedrukt wordt op A3-formaat. A4 MFP's zijn veelal eerste keus omdat ze praktischer en milieubewuster zijn dan de gemiddelde A3-apparaten in dezelfde snelheidsklasse. Daarnaast zijn A3-copiers duurder in de aanschaf en hebben over het algemeen hogere onderhoudskosten.

In het begin van de 21e eeuw domineerden A3-apparaten de markt nog met een marktaandeel van 60 procent. Sindsdien is deze sterke positie in de kantooromgeving – als gevolg van de genoemde ontwikkelingen en veranderingen in papierformaat – hard achteruit gegaan. De statistieken[2] van openbare aanbestedingen laten zien dat 96 procent van het papier dat binnen het kantoor gebruikt wordt A4 is en 4 procent A3.

Goede balans

Hoewel de meeste organisaties inzien dat er bijna geen vraag is naar de mogelijkheid om op A3 af te drukken, zal de behoefte er nu en dan toch zijn. Daarom is het belangrijk om toch altijd een paar A3-apparaten tot de beschikking te hebben.
Door goed na te denken over de strategische inzet vanMFP's in het kantoor en de integratie ervan in de MPS-infrastructuur, kunnen bedrijven ervoor zorgen dat de juiste printtechnologieop de juisteplaats terecht komt en documentmanagement zo eenvoudig en efficiënt mogelijk gemaakt wordt.

Uiteindelijk is, wat MFP's betreft, groter niet altijd slimmer of zelfs noodzakelijker. Door deze holistische benadering van de inzet van printvoorzieningen, kunnen bedrijven oplossingen nauwkeuriger inzetten op basis van de behoeften, met behoud van functionaliteit tegen een gereduceerde prijs. Kortom, iedereen wint. ■

Auteur: Niels Priem, General Manager, Lexmark Benelux

Bron: InfoTrends A3 / A4 Market Trends Analysis April 2011, NewField IT-Study: The A3 Document - Perception vs. Reality 2006 / Lexmark Research: A4 netwerk MFP's vergeleken met A3-copiers uit dezelfde printsnelheidsklasse

Gebruikersvriendelijk?

De ICT-technologie en alles wat daar omheen hangt, ontwikkelt zich in een razend tempo. Denk niet alleen aan computerprogramma's, maar ook aan navigatiesystemen, mobiele apparatuur en communicatiemiddelen. De gebruiker hijgt achter die ontwikkelingen aan, alleen de echte nerds kunnen het bijhouden en kijken zelfs al vol verwachting uit naar de nieuwste gadget of versie. De producenten vallen over elkaar heen om nieuwere technologie te ontwikkelen om de concurrentie maar voor te blijven in de ratrace om de consument.

Wat in die race vergeten wordt, is het feit dat veel gebruikers afhaken of allang zijn afgehaakt in die race. Het zal ze een zorg zijn welke nieuwe app of versie de markt wil gaan vervoeren, ze willen gewoon een apparaat dat werkt en hen helpt bij hun dagelijkse taken. Het risico dat ze door collega's of op verjaardagen als loser of sufferd worden beschouwd, nemen ze dan maar voor lief.

Onnodige kosten

Vrijwel alle producenten van ICT- en communicatieapparatuur gaan geheel voorbij aan het concept 'gebruikersvriendelijk'. Ze gaan er klakkeloos van uit dat iedereen zit te wachten op hun nieuwste pareltje voor de markt, met nog meer snufjes, functies en mogelijkheden. Akkoord, er zijn mensen die niet kunnen wachten tot de winkel 's ochtends open gaat en ze de nieuwste smartphone kunnen aanschaffen en daarmee hun vrienden jaloers kunnen maken. Maar zit de 'gewone' gebruiker daar op te wachten? Het jaagt hem eigenlijk alleen maar op kosten die feitelijk onnodig zijn – want hij heeft ongetwijfeld al een goed werkend apparaat in handen. Frappant is dat die gebruiker vaak nog niet een kwart van de functies en mogelijkheden van zijn huidige apparaat toepast: hij pakt alleen wat hij nodig heeft. Dat er nog 86 andere functies op zitten, is leuk maar nutteloos. De race gaat immers om wie het meest met zijn apparaat kan - of zou kunnen, als hij de gehele gebruiksaanwijzing zou doorspitten. Of liever: een cursus in het gebruik van het ding zou volgen want er zitten zoveel mogelijkheden op dat het nauwelijks nog te overzien is.

Die nieuwe apparaten zijn vaak zo duur omdat de producent de ontwikkelingskosten eruit wil halen (ROI, weet u wel?). Die producent gaat er ook vaak van uit dat die figuren die per se voorop willen lopen in de techno-race het apparaat toch wel aanschaffen, ook al is het duur en voegt het niet heel veel toe aan de eerdere versie. Sterker nog, wie herinnert zich niet de tv-beelden van de types die helemaal uit hun plaat gaan als ze de nieuwste iPhone hebben mogen kopen, na eerst drie nachten voor de winkel te hebben gekampeerd?

Usability testing

Apple begon met producten die aansloegen bij het grote publiek. Niet omdat ze zoveel functies hadden, maar omdat Steve Jobs uitging van de gebruiker: hoe is het apparaat gemakkelijk te benutten? Inmiddels kun je je afvragen of dit uitgangspunt ook door Apple niet is vergeten, maar dat terzijde. Wat de producenten eigenlijk zouden moeten doen, is die gebruiker weer centraal stellen, en die trend zie je ook al doorbreken. De toepassing van aanraakschermen is al een hele verbetering, maar de menu's zijn nog steeds veel te complex voor de gemiddelde gebruiker. Steeds meer producenten zijn overgegaan op zogenoemde 'usability testing'. Dat geldt overigens niet alleen voor apparaten, ook websites worden vóór activering of introductie aan een gebruikerstest onderworpen.

Die gebruikerstest is niet alleen nuttig en passend, maar zelfs noodzakelijk in de snel veranderende wereld van digitale technologieën. Er zijn nog steeds ondernemingen die zich beperken tot kwaliteitstesten voor hun

producten of websites, maar die worden gehouden door hun eigen personeel, dat het product al kent – heel goed kent. Ze dienen zich eigenlijk druk te maken over de ervaring van de echte eindgebruiker. Als die een website of product gebruikt op een manier die de ontwerper niet voor ogen had bij het samenstellen, dan zal die gebruiker hopeloos verdwalen, gefrustreerd raken en die site nooit meer bezoeken of dat product nooit gebruiken. Weer een klant kwijt. En nog erger: hij zal anderen vertellen van zijn onprettige ervaring.

Het nieuwe kernwoord voor de R & D branche zou 'customer-centric' moeten zijn: stel de eindgebruiker centraal. En maak gebruik van gewone, externe mensen om die producten te testen, pas 'usability-testing' toe en maak het een vast onderdeel van de introductie van nieuwe producten.
In feite zijn er twee manieren van gebruikstesten: vóór en na de introductie in de markt. Waar veel gebruik van wordt gemaakt in de R & D- en marketingwereld, is het zogeheten one-on-one testing.

De beste manier van testen is immers het een-op-een bevragen van een gebruiker naar zijn of haar ervaringen met het product of de website. De moderator selecteert een grote groep mensen en vraagt hen stuk voor stuk naar hun opvattingen over het product aan de hand van een aantal taken en opdrachten. Die doelgroep is uiteraard geselecteerd op basis van potentiële kopers. Het idee achter one-on-one testing is dat je iemand die het product hoogstwaarschijnlijk wel zou aanschaffen een aantal vragen voorlegt waaruit moet blijken dat ze het product redelijk snel zouden kunnen gebruiken, maar zeker ook waarom het product doet wat het doet.
De andere manier van testen is achteraf, als er al een dummy of eerste versie gemaakt is. Deze test (ook wel 'guerilla testing' genoemd) wordt gehouden onder een tamelijk willekeurig gekozen groep gebruikers. Hierbij worden de testers uitgenodigd in een bedrijfsgebouw om daar kennis te maken met het nieuwe product. Dit is een nuttige test maar dient echt alleen in de eerste stadia van het ontwerp te worden gehouden omdat de testers

niet vooraf zijn gescreend en de test gewoonlijk niet in een laboratorium-setting wordt gehouden.
Via deze test kunnen de onderzoekers de acties en reacties van de 'proefkonijnen' op de voet volgen, en direct ingrijpen als de gebruiker een handeling doet die niet 'in het draaiboek' staat. Ze kunnen de gebruiker dus meteen vragen waarom hij of zij die handeling verrichtte – en daar hun voordeel mee doen.

Onderzoekstools

Net zoals bij elk degelijk onderzoeksproject zijn aan het testen op gebruikersvriendelijkheid twee factoren verbonden: de juiste tools en de juiste populatie voor het laten uitvoeren van de test. Een computer of een tekening op papier is gewoonlijk voldoende voor eenvoudige testen omdat het de respondent de mogelijkheid biedt om te reageren. Wil je echter anderen laten zien wat er gebeurt, of heb je een opname nodig om die later te kunnen evalueren, dan heb je behoefte aan een camera en software. Je zou zo bijvoorbeeld een complete videoconferencing-installatie kunnen gebruiken om de test nauwkeurig te kunnen volgen, ook in het hoofdkantoor in Japan.

De meest kritische factor bij het formeel testen van gebruikersvriendelijkheid, na een geschikte stimulans voor de test, is de juiste respondent. Hoeveel kun je leren van een test van computers als je voor de proefpersonen alleen mensen selecteert die heel goed kunnen omgaan met automatisering in de breedste zin van het woord? Hoe waardevol is de uitslag van de test als je alleen maar mensen hebt geselecteerd die al gek zijn van het merk? Dit zijn slechts twee van de vele vragen die je jezelf moet stellen als je een populatie samenstelt voor een test.

N

Veel mensen zijn er nog steeds van overtuigd dat het aantal proefpersonen ('N') voor een test zo groot mogelijk moet zijn. Helaas gaat dit niet op voor het testen van de gebruikersvriendelijkheid van een product. Het doel van een dergelijke test is immers niet om te bepalen wat op dit moment het gemiddelde van een overtuiging of mening bij het grote publiek is. Het gaat erom, de bruikbaarheid van een product door de gemiddelde persoon te bepalen.
Volgens Jakob Nielsen, die door sommigen de 'godfather of usability' wordt genoemd, heb je maar vijf mensen nodig om 85 procent van de factoren die de bruikbaarheid van een product (in zijn stelling een website) bepalen, te identificeren. Ook bij het testen van andere productgroepen is deze stelling bewezen, maar waar het om gaat is dat je geen heel grote groep proefpersonen nodig hebt. Als je er 10 verzamelt, dan heb je vrijwel al je antwoorden. Het eindrapport is dan toch voldoende onderbouwd – en waardevol.

Het onderzoek naar gebruikersvriendelijkheid van producten is uitermate belangrijk omdat het organisaties en ondernemingen helpt bij het nemen van bedrijfskritische besluiten om betere producten te maken voor hun klanten. Of je nu een printer maakt of een website, het is altijd belangrijk dat de producent een optimaal beeld heeft van wat de eindgebruiker wil, wat hem bezighoudt en wat hij verwacht van het product. Maar bovenal: hoe hij het product gebruikt in zijn dagelijkse bezigheden op het werk of privé. Want als 'de gebruiker' (voor zover die al bestaat) het product niet prettig vindt werken omdat het niet beantwoordt aan de basiseisen van gebruikersvriendelijkheid, dan gaat hij ook de volgende versie niet kopen. Een voorbeeld? Denk maar eens aan Windows Vista, dat na vijf (!) jaar ontwikkeling door de consument werd afgeschoten en al snel werd opgevolgd door het veel betere - want veel gebruikersvriendelijke, Windows 7. ■

Vrij naar een blog van Scott Vanderbilt, Research Manager bij Digital Media/ Emerging Platforms

Huawei introduceert full-view telepresence-oplossing

Huawei, een van 's werelds grootste ICT-leveranciers, introduceert zijn nieuwe telepresence-oplossing. De nieuwe oplossing is uitgerust met drie geïntegreerde full-view schermen en heeft een zeer geringe afstand tussen de schermen. Hierdoor krijgen gebruikers een zeer realistische weergave van videoconferencing en hebben ze het gevoel naar één scherm te kijken. De oplossing is beschikbaar in het vierde kwartaal van 2012.

De nieuwe full-view telepresence-oplossing bestaat uit drie kwalitatief hoogwaardige schermen, waardoor deelnemers vanuit verschillende locaties bijna naadloos, overzichtelijk in een oogopslag zichtbaar zijn. De videoconference-oplossingen die momenteel op de markt zijn, hebben meestal een afstand van twaalf centimeter tussen schermen. Dit onderbreekt de 'kijkervaring' van de gebruikers. Huawei's full-view telepresence-oplossing lost dit probleem grotendeels op door de afstand tussen de schermen te verminderen tot 5,5 millimeter, een twintigste van de momenteel gebruikelijke afstand van telepresence-schermen.

Meer info: www.huawei.com

's Werelds eerste ErgoSensor-monitor voor een gezonde werkhouding

MMD, het toonaangevende technologiebedrijf en merklicentiepartner voor Philips-monitoren, onthulde onlangs 's werelds eerste ErgoSensor Monitor. Deze monitor helpt gebruikers een gezondere werkhouding aan te nemen. Het handhaven van een juiste houding wordt gemakkelijk vergeten als u dagelijks uren doorbrengt achter een computerscherm. De innovatieve Philips ErgoSensor-monitor is 's werelds eerste intelligente scherm dat advies geeft over de beste zithouding (zonder dat de suggesties irritant worden!). Ook helpt de monitor vermoeide ogen, een zere nek of een pijnlijke rug te voorkomen. Stuk voor stuk kwalen waar mensen die veel achter een bureau zitten regelmatig aan lijden. De ErgoSensor houdt op drie manieren, via een processor die gekoppeld is aan een CMOS-sensor, toezicht op het welzijn van mensen. De technologie is volledig verwerkt in de monitor en heeft geen extra software nodig. Via geavanceerde algoritmes voor mens- en omgevingsinteractie, analyseert deze technologie beelden en tonen om vervolgens een melding op het scherm te maken. De op maat gemaakte waarschuwingen voor optimaal comfort betreffen onder andere: afstand tot het scherm, correcte houding en pauzes voorstellen. Net als veel andere Philips-monitoren is de Philips ErgoSensor voorzien van TCO Edge-certificering.

Meer info: http://ergosensormonitor.com

Sharp introduceert drie nieuwe A3-MFP's

Sharp breidt de reeks bestaande zwart-wit-A3-MFP's uit met de MX-M264, MX-M314N en de MX-M354N, drie nieuwe zwart-wit-modellen voor drukke werkgroepen die documenten in grotere volumes produceren, waarvoor effectieve scanfuncties belangrijk zijn. Met de introductie van deze nieuwe MFP's – die standaard voorzien zijn van een innovatief touch LCD-kleurendisplay - zet Sharp een volgende stap in de richting haar marktaandeel in de Benelux te vergroten.

Dubbelzijdig afdrukken en kopiëren in zwart-wit, uitgebreide scan- en netwerkfuncties en eenvoudig in bediening: de nieuwe MX-M264, MX-M314N en de MX-M354N zwart-wit A3-multifunctionals die Sharp introduceert beschikken over alle onmisbare functies voor de moderne kleine kantoren en werkgroepen. Afhankelijk van het model kunnen 26, 31 of 35 pagina's per minuut afgedrukt worden. De apparaten beschikken standaard over functies voor het scannen van A3 in kleur. Met de functie scannen via het netwerk is het mogelijk om documenten te scannen naar een PC, FTP-server of rechtstreeks naar een e-mailadres. Via een touch LCD-kleurendisplay van 7-inch zijn alle documenten, functies en instellingen eenvoudig te gebruiken. Bovendien vereenvoudigt het optionele uitschuifbare toetsenbord het invoeren van gegevens en het versturen van e-mails.

Meer info: www.sharp.nl

KYOCERA MITA wordt KYOCERA Document Solutions

KYOCERA MITA heeft vanaf 1 april 2012 haar bedrijfsnaam veranderd in KYOCERA Document Solutions. De naamsverandering is in lijn met de groei van het bedrijf als een wereldwijde leverancier van solutions.

De nieuwe bedrijfsnaam is de laatste stap in een transformatie die al een aantal jaren geleden is ingezet. Wereldwijd zijn er KYOCERA Managed Document Services teams geformeerd. De groei van KYOCERA MDS weerspiegelt de steeds grotere rol van de Global Services afdelingen die in elk land zijn gevormd om het stijgende aantal wereldwijde klanten te bedienen. Deze positieve ontwikkelingen veranderden het bedrijf waardoor een nieuwe naam zowel passend als noodzakelijk is.

Meer info: www.kyoceradocumentsolutions.nl.

Vogel's projector plafondsteunen

Vogel's Professional introduceert een compleet nieuwe serie plafondsteunen voor projectoren. Deze projectorsteunen zijn speciaal ontworpen voor de nieuwe generatie projectoren met een gewicht tot maximaal 25 kg. De serie omvat basissteunen en in hoogte verstelbare sets met uitschuifbare buizen. Alle steunen beschikken over een universele projectorinterface. Deze interface is voorzien van een unieke functie om de projector nauwkeurig in te stellen op het projectieoppervlak. Daarna blijft de projector exact in positie. Met extra fixeerfuncties kan de gewenste positie worden gewaarborgd. De in hoogte verstelbare sets kunnen worden gebruikt als de hoogte van het plafond niet bekend is of als meer flexibiliteit gewenst is. Deze steunen worden in drie lengtematen geleverd, voor een variabele aanpassing van 300 tot 1350 mm. Het CIS® kabeldoorvoersysteem over de volle lengte van de buis maakt het wegwerken van kabels na installatie mogelijk. Er is voldoende ruimte aanwezig om alle benodigde kabels eenvoudig weg te werken.
De projector plafondsteunen van Vogel's zijn ideaal voor toepassing in openbare gebouwen waar een veilige en snelle plafondmontage belangrijk is.

Meer info:www.vogels.nl

Toshiba tekent overeenkomst voor energie-efficiënte kantoorapparatuur

Toshiba tekent, samen met 16 andere bedrijven in de printindustrie, een vrijwillige overeenkomst om het plan energie-efficiënte kantoorapparatuur van de Europese Unie te ondersteunen. Deze overeenkomst helpt klanten om een goede beslissing te nemen met betrekking tot de duurzaamheid van afdrukapparatuur. De producenten verstrekken namelijk gedetailleerde informatie over de milieuprestaties van de apparatuur.

Toshiba's jarenlange inzet voor het wereldwijd verbeteren van het milieu wordt onderstreept door het tekenen van de Europese overeenkomst: "Industry Voluntary Agreement to Improve the Environmental Performance of Imaging Equipment Placed on the European Market". Deze overeenkomst leidt naar verwachting tot een energiebesparing van ongeveer 1 tot 1,5 TWh per jaar in de 27 landen van de Europese Unie.

Toshiba committeert zich aan de afspraak dat minimaal 90% van alle producten die Toshiba op de Europese markt brengt, voldoen aan de specificaties van de ENERGY STAR®v1.1 en de vereisten voor dubbelzijdig afdrukken. Verder bieden al de Toshiba producten standaard de mogelijkheid van N-up printen, waardoor meerdere pagina's van een document op één vel papier worden afgedrukt. Het ontwerp van de producten voldoet aan strikte criteria-eisen om de gebruikte materialen maximaal te kunnen hergebruiken.

De organisaties die de overeenkomst hebben getekend zijn overeengekomen gedetailleerde informatie met betrekking tot de milieukenmerken van de producten aan klanten te verstrekken, zodat zij in staat zijn milieubewuste beslissingen te nemen.

Meer info: www.toshibatec-tnis.com

Minder kantoor, meer marktplaats

49% Nederlandse schoonmakers heeft lichamelijke klachten - **ForumFMIS: Ondersteunende pijler**

Minder kantoor, meer marktplaats

Als gevolg van de ontwikkelingen op technologisch gebied kunnen steeds meer mensen 'mobiel' werken. Met als gevolg dat er minder kantoorruimte nodig is. Maar dit heeft ook allerlei andere consequenties.

Zelfs de meest vastgeroeste manager kan niet meer ontkennen dat de ontwikkelingen en verspreiding van allerlei technologische zaken onze werkpatronen significant heeft veranderd. Waar je ook komt, om wat voor reden dan ook (vakantie, vergadering, romantisch afspraakje), er zijn altijd wel mensen in de buurt die gebruik maken van een iPad of smartphone. En menigeen van die personen zal dit doen voor zijn of haar werk: ze zijn dus eigenlijk aan het werken. Want het werk is waar je bent.

'Het bewijs is overal om ons heen: het causale verband tussen werk en een vaste werkplek wordt steeds minder logisch'

Prikklok

Het bewijs is overal om ons heen: het causale verband tussen werk en een vaste werkplek wordt steeds minder logisch. De prikklok wordt afgeschaft, het gaat niet meer om de aanwezigheid, maar om de prestatie van de medewerker. Die medewerker moet overigens wel gefaciliteerd worden voor die nieuwe manier van werken. Zelf een plekje opzoeken waar je kunt gaan zitten werken is niet optimaal, zowel qua ergonomie als voor wat betreft een ander aspect van Het Nieuwe Werken: meer taakgerichte werkomgevingen. Daarom hebben veel kantoorhoudende organisaties nu zogeheten activity-based werkplekken ingericht. Die inrichting is afhankelijk van de manier van werken in die organisatie, en dus per bedrijf verschillend. Zo zijn er inrichtingen die een afspiegeling zijn van een hoge mate van autonomie met een lage interactie, en inrichtingen voor een lage mate van autonomie en juist veel interactie. Denk aan groepsruimtes voor teamwork, met veel overleg en brainstormsessies bij creatieve werkprocessen, en zeg maar een cellenkantoor voor individuele werkers. En alles wat daar tussenin zit.

Solo

Een belangrijke gevolgtrekking van deze manieren van werken is dat werk dat individueel gedaan kan worden – solo, en niet gebaseerd op een intensieve, continue interactie met collega's – niet per se op een kantoor gedaan hoeft te worden. Een tweede consequentie is dat de fysieke, collectieve werkomgeving ('het kantoor') de eigenschappen krijgt van een plek waar uitwisseling plaatsvindt: het kantoor als een marktplaats voor informatie en kennis.

Daarom zijn veel kantoorhoudende organisaties overgegaan van de traditionele inrichting naar een meer taakgerichte – en hebben ze nogal wat vierkante meters afgestoten dan wel heringericht. Want er kwam ruimte vrij omdat de (facility) managers er vanuit gingen dat het niet logsich is om plekken te reserveren voor mensen die 'solo' kunnen werken, al of niet permanent. De verantwoordelijkheid voor het vinden van een geschikte werkplek werd bij de werknemer neergelegd, men vond dat niet meer de taak van de organisatie.

Deze opvattingen zijn met graagte ontvangen in zowel de private als de publieke sector omdat er niet alleen zakelijke maar ook politieke voordelen te behalen zijn. Menige business case gaat er tegenwoordig vanuit dat als er geen ruimte hoeft te worden gefaciliteerd voor mensen die niet per se op kantoor hoeven te zijn, de totale benodigde kantooroppervlakte ook veel minder wordt. De besparingen aan huurpenningen (of zelfs compleet vastgoed) en exploitatiekosten hebben

het mogelijk gemaakt dat grote hoeveelheden minderwaardige of verouderde (of, wellicht om die redenen, langdurig leegstaande) kantoorruimte wordt vervangen door kleinere maar wel meer moderne accommodaties. Die transformatie of renovatie betaalt zichzelf gewoonlijk binnen enkele jaren terug omdat er goed gebruik van wordt gemaakt: het is een interessante werkplek dan wel ontmoetingsplek voor de nieuwe werkers.

Win-win

Op zich is dit een win-win situatie voor alle betrokken partijen: leveranciers van diensten en goederen, ontwerpers, verandermanagers, vastgoedeigenaren, maar ook de medewerkers zelf, de werkgevers én de facility managers. De technologie maakt een belangrijk onderdeel uit van deze nieuwe manieren van werken. Echter: dat de ontwikkelingen (smartphone, tablet, wifi, enzovoort) dat 'vrije werken' mogelijk hebben gemaakt, wil niet zeggen dat de ICT nog steeds de rol speelt die het vroeger had. Hoewel hij nog steeds een sleutelrol heeft – de ICT faciliteert de communicatie, de toegang tot bestanden en het delen van documenten – ligt nu echt de nadruk op het faciliteren, in plaats van dat hij een vaststaande, door de techneuten bepaalde manier van werken afdwingt. Die sleutelrol wordt echter steeds belangrijker, ook al is die veranderd. De steeds verder gaande ontwikkelingen maken het op afstand samenwerken steeds gemakkelijker, en bieden zo een concurrerend alternatief voor het fysieke kantoor als plaats van uitwisseling. De veranderingen vinden continu plaats, en de transformatie van de werkplek als antwoord op mobiel werken vormt nu een echte stroming.

Keuze

En daar zit hem nu net de kneep. Ging men er voorheen vanuit dat mensen de mogelijkheid om thuis (of waar dan ook) te mogen – en kunnen – werken, met beide handen zouden aangrijpen, tegenwoordig hoor je steeds vaker dat de mede-

werkers daar eigenlijk anders over denken, genuanceerder. Natuurlijk stellen ze het op prijs, en weten ze op waarde te schatten dat ze de keuze hebben om thuis te werken. Zeker als ze nog jonge kinderen hebben, of mantelzorger zijn, om maar twee voorbeelden te noemen. Maar het merendeel van de medewerkers wil liever in een collectieve setting werken, zelfs wanneer ze zogeheten 'solo' taken te verrichten hebben of wanneer hun samenwerking virtueel is.

De redenen voor deze wens van samenwerken zijn verschillend. In eerste instantie zou je denken aan het sociale contact (de gezelligheid), maar er zijn ook motivaties die minder sociaal zijn: zo kan men 'gezien' willen worden bij het uitvoeren van een zware opdracht met als achterliggende gedachte dat dit de carrière bevordert. Of dat men dankzij de interactie met collega's op innoverende ideeën komt, informatie verkrijgt, de kans heeft om te laten zien wat je kunt en weet, het mentoren van jongere collega's, of juist tips krijgen van oude rotten, de kans op toevallige ontmoetingen en spontane samenwerkingsverbanden, de motivatie die een zakelijke omgeving biedt, en de bronnen die je direct bij de hand hebt.

Maar zeker ook de persoonlijke, menselijke behoefte die direct invloed heeft op de prestaties van mensen: het verkeren in een sociale en professionele omgeving, de voordelen kunnen genieten van een structuur en een mate van formaliteit, en zeker niet in het minst: het gevoel, ergens bij te horen. De collectieve werkomgeving gaat niet alleen om het uitwisselen van informatie en kennis, hij vormt ook een marktplaats voor banen en opdrachten, evenals een achtergrond voor sociale interactie.

Rationalisatie

De transformatie van de werkomgeving leidt tegenwoordig tot een kantoor-rationalisatie. Organisaties zijn druk bezig hun portfolio's aan te passen: minder bedrijfspanden, maar wel betere, liefst geconcentreerd op één locatie in één pand of een soort van campus. Hoewel dit vaak resulteert in een groter geheel dat betere facilitaire voorzieningen kan bieden voor de medewerkers en een groter gemeenschapsgevoel kan opleveren, heeft het ook nadelen voor de medewerkers, zoals langere reistijden. Dit zou minder van belang zijn, ware het niet dat veel mensen er prijs op stellen, face-to-face met collega's te werken in een collectieve omgeving. Als je, om op kantoor te komen, eerst langdurig in de file moet staan, of lang met het openbaar vervoer moet reizen, heeft dit een negatieve invloed op het welbevinden van de medewerker, en mogelijk ook op zijn werk-leven balans. Want het sociale leven naast het werk lijdt daaronder, denk aan deelname in een orkest of sportteam.

Actief deel

En dan zijn er nog de demografische veranderingen: de dagen van werkende mannen en vrouwen die alleen het huishouden

deden, zijn voorgoed voorbij. Vrouwen nemen actief deel aan het arbeidsproces, werken samen met mannen. Dat houdt echter ook in dat veel gezinnen worstelen met de verplichtingen die het ouderschap oplevert en die van het werk. Dat kan spanningen geven, zeker met de financiële verplichtingen van een eigen huis. Ouders moeten blijven werken om hun gewenste levensstandaard op peil te houden. Dan kan op afstand werken een oplossing bieden, want dit bevrijdt de mensen van de onmogelijke eis om op twee plaatsen tegelijk te zijn. Maar is dit wel de ideale oplossing? Voor sommigen wel, voor anderen blijkt het minder geschikt. Want zoals we al eerder zagen, willen mensen graag in een sociale omgeving werken, tenminste voor een groot deel van de werktijd. En bij het thuiswerken (of onderweg) zijn er allerlei storende factoren zoals kinderen, huisdieren, partners die ook thuis werken, de was, boodschappen, enzovoort. Bovendien: is die thuiswerkplek wel geschikt om langere tijd aan te gaan zitten werken? De rechte stoel en de keukentafel zijn angstbeelden voor de ergonoom.
Sommigen nemen dan hun toevlucht tot café's, bibliotheken, treinen en zelfs vliegvelden. Als je dit combineert met het gegeven dat veel mensen actief willen werken in een voorspelbare, collectieve, professionele omgeving, dan kun je deze scenario's beschouwen als de oorzaak van het disfunctioneren van veel mensen.

Hubs

Vandaar het succes van de speciaal ingerichte werkplekken op centrale locaties, zogeheten hubs dicht in de buurt van woonwijken en gewoonlijk met een uitstekende bereikbaarheid, waar organisaties werkplekken kunnen huren voor hun medewerkers, naast hun eigen centrale bedrijfspand. Alle partijen profiteren hiervan. De organisaties hebben minder werkplekken nodig in hun bedrijfspand, maar faciliteren voor hun personeel wel werkplekken die beter voor hen te bereiken zijn en waar ze toch in gezelschap zijn van gelijkdenkenden.

De mogelijkheden die de technologie biedt, vormen de basis voor het werken-waar-je-maar-wil. Maar ze bieden ook de kans om in een sociale omgeving te werken, met echte mensen om je heen, in een zakelijke omgeving waar je een passende werkplek voor de specifieke task-at-hand kunt vinden. De hubs die her en der worden ingericht, bieden werkgevers de kans om de energie, het enthousiasme en de productiviteit van hun medewerkers te blijven stimuleren. Wat deze trend voor invloed heeft op de taken van de facility manager, zal de toekomst moeten uitwijzen. Hij of zij kan immers onmogelijk alle locaties waar de medewerkers denken te kunnen werken, monitoren. Het kan ook niet zo zijn dat een organisatie al die mogelijke werkplekken gaat keuren. Maar dat deze stroming een grote impact heeft op het beheer van de organisatie, dat staat vast. ■

5 argumenten voor goede training en opleiding

Schoonmaken is een vak. Daarom moet opleiding en training worden gegeven aan schoonmakers. Bij de uitvoering van algemene schoonmaakwerkzaamheden krijgt een nieuwe collega vaak de opdracht om de instructies van de voorman maar op te volgen. En daarmee zijn dan de introductie en de opleiding voltooid.

Het is echter noodzakelijk dat elke nieuwe medewerker introductie krijgt van de te volgen schoonmaakmethode, de te gebruiken machines, middelen en materialen. Daarnaast dient de schoonmaker een toelichting te krijgen op het schoonmaak- en frequentieprogramma. Zorg ervoor dat deze informatie is na te lezen op kaarten die aan de kar hangen of in de werkkast aanwezig zijn.

Schoonmakers met specialistische taken, bijvoorbeeld in hoogwaardige industrieën en in de zorgsector, hebben een uitgebreidere opgeleiding nodig. Een opleiding is echter geen doel op zich. Het is een middel waarmee een aantal doelen wordt gerealiseerd:

- Kennis van: machines, gezondheidsrisico's, technieken, milieubelasting e.d.
- Efficiëntie: door de opgedane kennis wordt op efficiënte wijze een goed schoonmaakresultaat gerealiseerd
- Motivatie: de medewerker raakt meer gemotiveerd, want hij ervaart dat er concreet in hem wordt geïnvesteerd, omdat hij dus klaarblijkelijk belangrijk is voor de organisatie. Het vergroot de kansen op doorgroei binnen de organisatie en/of de branche.
- Sociale vaardigheid: goed schoonmaken is meer dan reinigen alleen, ook de sociale vaardigheden van deze dienst- en serviceverlenende collega's worden beoordeeld, ongeacht of deze een interne of externe schoonmaker is. De interne klant ervaart dat een vriendelijke schoonmaker beter reinigt dan een 'hork'.
- Professionaliteit: opleiding is een beoordelingscriterium ten aanzien van de professionaliteit van de onderneming. Bestaande en potentiële opdrachtgevers, bonden, adviesbureaus en de arbeidsmarkt hechten waarde aan dit onderdeel van het sociale beleid. Bij grote (Europese) aanbestedingen wordt hiernaar geïnformeerd.

Bron: De meest gestelde vragen in de schoonmaak; isbn 9789013042894

Nieuwe Bosch Recording Station Appliance

De nieuwe Bosch Recording Station Appliance is een veelzijdige, alles-in-een oplossing voor IP-videorecording. De Appliance omvat een complete infrastructuur die het bewakingstoezicht beheert. De toepassing combineert een NVR-server (Network Video Recorder), opslagcapaciteit, client-werkstation en geïntegreerde videomanagementsoftware in een gebruiksklaar systeem. Het systeem is gebouwd op een beproefd en betrouwbaar platform en is de ideale oplossing voor gedistribueerde netwerkomgevingen tot 64 IP-camera's per locatie. Het is eenvoudig te installeren, in te stellen en te bedienen, en er is geen certificering of speciale opleiding vereist.
Diverse functies maken de BRS Appliance bijzonder geschikt voor installaties die hogere beveiligingsniveaus vereisen. Een automatische log-off, met een configureerbaar tijdsinterval van inactiviteit, verhoogt de bescherming tegen onbevoegde toegang. Ook kunnen er voor elke camera twee verschillende opnametijden voorafgaand aan en na het alarmtijdstip worden ingesteld, terwijl de audio per gebeurtenis geconfigureerd kan worden. De BRS Appliance is verkrijgbaar als standalone, all-in-one tower PC met alle componenten in één toren en als server-unit voor rekmontage. Alle modellen zijn voorzien van licenties voor 8 IP-camera's en uitbreidbaar tot 64 kanalen. Tot de toepassingsgebieden horen banken, winkels, scholen,

benzinestations en elke andere installatie die verspreid is over meerdere locaties.

Meer info: www.boschsecurity.nl

Mondial Movers geeft Nederland verhuistips

De verhuizers van Mondial Movers weten als geen ander waar je tijdens een verhuizing tegenaan kan lopen, maar niet iedereen schakelt voor zijn verhuizing een Erkende Verhuizer in. Om de Doe-het-zelf verhuizers een handje te helpen geeft Mondial Movers, via haar eigen Youtube-kanaal, volop tips om een verhuizing met minder stress te laten verlopen. De verhuistips via YouTube zijn praktijkgericht en geven antwoord op vragen als "Hoe pak ik serviesgoed in?" Of "Hoe vouw ik toch zo'n vreemde doos? " Of "Moet ik altijd tape gebruiken?". Deze en nog veel meer vragen worden op vakkundige wijze beantwoord door de gediplomeerde verhuizers van Mondial Movers. In eerste instantie worden er nu 11 instructiefilms gemaakt en die zullen de komende weken via YouTube geïntroduceerd worden aan het publiek. Mondial Movers zal waarschijnlijk in de toekomst nog meer van dit soort films laten maken.

Meer info: www.mondial-movers.nl

49% Nederlandse schoonmakers heeft lichamelijke klachten

Europese studie Tork: "100.000 schoonmakers dagelijks met ziekteverlof"

Ziekteverlof komtvakervoor onderschoonmaakpersoneel dan in vele andere Europese sectoren.Gemiddeld melden 100.000 schoonmakers zich per dag ziek.Lichamelijke klachten, zoals rug- en gewrichtspijn zijn een van de belangrijkste redenen voor het ziekteverzuim. Dit blijkt uit onderzoek van Torkonder schoonmakers in Nederland, Duitsland, Zweden en Frankrijk.
Beroepsgebonden spier- en skeletaandoeningen (MSD) –pijn in gewrichten, rug of schouders – zijn de frequentste problemen waar schoonmaakpersoneel mee te kampen heeft. De fysieke taken die dit beroep met zich meebrengt, vormen de oorzaak van het probleem. Zo verhoogt dit onder andere het risico op MSD door zware hef-, draag- en draaibewegingen en ook repetitieve bewegingen.

De Nederlandse schoonmaker
Bijna de helft van de Nederlandse schoonmakers (49%) geeft aan wel eens lichamelijke klachten door werk te hebben. Bijna een kwartmoet zich minstens een keer per jaar ziek melden door deze klachten. Een derde van de respondenten zegttijdens hun werk regelmatig zware voorwerpen te moeten tillen of verplaatsen. En vier op de tien schoonmakers (42%) heeft door het sjouwenwel eens last van de rug.
Frank Westdorp, Product en Market Manager Tork bij SCA Benelux:"Het is hoog tijd dat ook wij, leveranciers van producten en diensten aan de industrie, ons steentje bijdragen om hetziekteverzuim verder terug te dringen en de arbeidsomstandigheden van het schoonmaakpersoneel te verbeteren. Elke dag worden onze producten verzonden, gedragen en opgetild door onze klanten – de schoonmakers. Het is daarom tijd om het werk van de schoonmaker net iets gemakkelijker te maken".

Meer dan de helft van de Nederlandse schoonmakers geeft aan dat hun werk lichter zou worden door eenvoudigte tillen en verplaatsbare verpakkingen. "Hierin kunnen wij onze verantwoordelijkheid nemen. Wij presenteren daarom een range aan verpakkingen onder de naam ' Easy Handling' die makkelijk te tillen, te vervoeren en op te bergen zijn. Deze verpakkingen zijn ontworpen na observaties van schoonmaakpersoneel in diverse landen", aldus Westdorp.

Over het onderzoek
Het onderzoek is -in opdracht van Tork - uitgevoerd door Kien Onderzoek door middel van een online vragenlijst onder ruim 170 Nederlandse en Vlaamse professionele en semiprofessionele schoonmakers.

Resultaten onderzoek en feiten
De Europese schoonmaaksector heeft een jaarlijkse omzet van bijna 62 miljard euro. Het aantal werknemers kent gemiddeld 5% jaarlijkse groei over het voorbije decennium en bedraagt momenteel bijna vier miljoen, blijkt uit cijfers van de Europese Federatie van industriële schoonmaakbedrijven.

Nederland
Officiële statistieken van Nederland tonen aan dat het ziekteverzuim van schoonmakers op 5,7% ligt.
Duitsland
Statistieken uit Duitsland tonen aan dat schoonmaakpersoneel elk jaar gemiddeld 24-27 dagen betaald ziekteverlof opneemt. Dat is 4-5 keer zoveel dagen als onderzoekers, advocaten en ingenieurs met een gemiddelde van 5-7 dagen.2 Volgens de studie heeft 72% van de Duitse deelnemende schoonmakers een dokter bezocht omwille van MSD.3
Zweden
Uit Zweedse statistieken blijkt dat 63% van de vrouwelijke schoonmakers bevestigen dat hun werk stressrijke houdingen vereist.66% vindt dat ze eenzijdige bewegingen maken en 54% geeft aan dat het werk zo zwaar is dat ze fysiek overbelast is.5 Vijfentachtig procent van de Zweedse schoonmakers die deelnamen aan de studie bevestigen dat ze vaak ofsporadisch pijn hebben.6ellingen tot kantoren, scholen en industrieën.
Tot de producten behoren dispensers, papieren handdoekjes, toiletpapier, zeep en servetten alsmede industriële poetsrollen en keukenpapier. Dankzij expertise in hygiëne, functioneel design en duurzaamheid is Tork marktleider geworden. Tork is een wereldwijd merk van SCA en een toegewijd partner voor klanten in meer dan 80 landen.

Duurzaamheid
SCA levert duurzame oplossingen met toegevoegde waarde voor onze klanten op basis van veilige, duurzame en milieuvriendelijke inkoop, productie en ontwikkeling. Recent is SCA erkend door derden voor haar duurzame activiteiten middels toelating tot de Dow Jones Sustainability Index 2011, de WWF Environmental Paper Company Index 2011 en Ethisphere – De lijst met de wereldwijd meest ethische ondernemingen van 2011.

Ga voor actueel Tork-nieuws en innovaties naar: www.tork.nl

Ondersteunende pijler

De populariteit van het Facility Management Informatie Systeem (FMIS) groeit gestaag. Blijkbaar heeft 'de markt' het nut ingezien van zo'n systeem. OfficeMagazine.nl organiseerde een tafeldiscussie over dit onderwerp. Hieruit kwam onder meer naar voren dat het zowel wordt onderschat als overschat.

Stelling 1: De aanschaf van een FMIS heeft geen enkele zin als een organisatie werkt volgens de concepten van Het Nieuwe Werken.

Renske van der Heide kan zich niet voorstellen dat iemand het eens is met deze stelling!

Hans Verschuren gaat verder: "Een FMIS kan helpen bij het introduceren van HNW. Ik denk dat je de stelling dus juist moet omkeren. Je meet niet meer op aanwezigheid, maar op output. En als je output wilt hebben, moet er ook wel input zijn. Dus moet worden vastgelegd wat mensen doen, hoe ze het doen, enzovoort. Je hebt dus wel degelijk meetinstrumenten nodig."

Volgens Jang Mee Bosman krijg je een verschuiving van de inzet: "Als je HNW introduceert om de vierkante meters te reduceren, dan wordt de module vastgoed iets minder belangrijk, terwijl de module voor het reserveren van ruimte belangrijker wordt, en het bijhouden van wie welke apparatuur heeft."

Martijn Brus noemt een ander aspect: "Als klanten willen beginnen met HNW, willen ze ook self-service. Want dat hoort erbij, vinden ze. Je ziet juist dat ze door deze trend gaan nadenken over een FMIS maar nog niet helemaal weten wat ze ermee moeten."

Jos Knops ziet een verschuiving in functionaliteit die gevraagd wordt door de klanten. "Het gaat daarbij om die klant die op andere tijden op andere plekken gaat werken en andere eisen stelt aan de toegankelijkheid van de dienstverlening. Voor die klant is het helemaal geen FMIS, het is een handig instrument dat hij nodig heeft om effectief en efficiënt zijn werk te kunnen doen. Om zijn productiviteit te maximaliseren. En dat is heel iets anders dan het traditionele, backoffice gerichte FMIS waar de FM en de technische specialisten met allerlei softwaresystemen werken." Naar zijn mening is een FMIS niet ideaal om productiviteit te meten, ook al is die afhankelijk van targets die wel gemeten kunnen worden. "Vaak heb je daar ERP-systemen voor, tijdregistratie of andere systemen. Productiviteitsmeting hoort in een ERP-systeem of een urenregistratiesysteem, maar alles wat te maken heeft met voorzieningen en faciliteiten, of dat nu een werkplek, vergaderzaal of dienst is, dat is facilitair ondersteunend aan HNW. Maar ik zou wel een knip willen maken tussen het meten van productiviteit en het aanbieden van ondersteunende faciliteiten."

Van der Heide sluit zich daar bij aan: "Je FMIS is dan meer een communicatiemiddel tussen je facilitaire organisatie, je ondersteunende dienstverlening, en de mensen die het werk verrichten."

De discussie gaat verder over de thuiswerkplek: moeten de gegevens daarvan ook in een FMIS?

Bosman geeft aan dat als een organisatie besluit dat dit onderdeel uitmaakt van het totale facilitaire proces, dat een FMIS dan een goede tool is om dat te ondersteunen.

Calijn de Wit wijst erop dat een FMIS er niet alleen is om processen te ondersteunen, maar ook om inzicht te krijgen in je huisvestingskosten. "Meer dan 40% van je totale kosten zijn huisvestingskosten. Dan wil je inzicht in hoeveel werkplekken je nodig hebt, dus hoeveel vierkante meters, wat is het gebruik

Deelnemers:

- Ewout Noordermeer, Ultimo Software Solutions BV
- Ben Kassels, FAMAS BV
- Hans Verschuren, Axxerion Facility Services
- Renske van der Heide, TOPdesk
- Martijn Brus, newDirections
- Jang Mee Bosman, FMission
- Calijn de Wit, NPQ
- Jos Knops, Planon BV

De discussie werd geleid door Michael van Munster, uitgever van onder andere OfficeMagazine.nl.

Plaats van handeling was Hotel en Conferentiecentrum Hof van Wageningen.

van de ruimtes, wat is de leegstand? Een FMIS geeft inzicht in de kosten die daaraan verbonden zijn. dus zou juist HNW de reden kunnen zijn voor de aanschaf van een FMIS."
Knops relativeert: "De bezetting van werkplekken in Nederland haalt volgens mij nog net niet de 50%, en omdat mensen anders gaan werken, meer outputgericht, betekent dat ook veel meer dynamiek in de dagelijkse processen, en in de kantoren. Als je die hele dynamiek niet op een goede manier ondersteunt en faciliteert met diensten en systemen, dan wordt het natuurlijk één grote chaos. En daar zie ik dus duidelijk een grote rol voor een FMIS. Maar het hangt er ook vanaf hoe ver je wil gaan met dat faciliteren en registreren. Als je elke zitzak en asbak wilt registreren dan moet je je eigenlijk afvragen wat is het doel daarvan?"
Van Munster gaat daar op in: "Maar daar ligt dus een grote taak voor jullie als adviseurs: om de klant te vertellen wat het voor hem kan betekenen, en hoever hij moet gaan."
Brus is het daar helemaal mee eens: "Als je HNW als drijfveer neemt, dan heb je wel een aantal gevaren waar je op moet letten."
Bosman stelt de leveranciers aan tafel de vraag of ze op dit moment modules of functionaliteiten aan het ontwikkelen vanwege HNW. Knops geeft aan dat er ontwikkelingen plaatsvinden op het gebied van toegankelijkheid, zoals beheer over afstand via SaaS.
Noordermeer vindt dat er een duidelijk verschil is tussen een FMIS voor grotere en voor kleinere organisaties: die hebben een geheel andere dynamiek. "Dan spelen toch een paar andere behoeftes en dan is het laagdrempelig gebruik van het systeem een voordeel." Je moet volgens hem dus nieuwe technologie blijven ontwikkelen, maar daarnaast ook een soort FMIS-light oplossing kunnen bieden. Hij concludeert: "Digitaal vastleggen van informatie neemt juist in belang toe: wat heb ik gedaan, wat moet er gebeuren? En dat geldt voor alle schaalgroottes, of je nu een heel eenvoudig ondersteunend proces hebt, of met heel grote complexe organisaties te maken hebt."
Volgens Knops moeten we de operationele services hierbij zeker niet vergeten. "Het meten van gebruiksintensiteit heeft ook impact op de wijze waarop je je achterliggende operationele dienstverlening invult, denk aan schoonmaak. En daar zie je ook heel duidelijk de gevolgen van het gebruik van een FMIS bij de implementatie van HNW."

Stelling 2: De aanhoudende economische crisis maakt een FMIS overbodig: steeds meer taken worden weer geïnsourcet, dus is er ook geen monitoring meer nodig van die activiteiten.

Knops reageert meteen: "Dat betekent dus dat je het weer zelf gaat doen, het schoonmaken bijvoorbeeld. Daarvoor geldt weer: als het niet gebruikt wordt heb je geen schoonmaak nodig."
Verschuren gaat verder: "Maar dan wil je toch blijven meten wie wat doet, hoe je het doet, hoe lang je erover doet? Bij een externe partij heb je een contract liggen met

eventueel boetes, bonus/malus regelingen en dergelijke. Intern ga je er wat anders mee om, maar dan moet je nog steeds weten wat er gebeurt, hoeveel, en tegen welke kosten. Een FMIS wordt dan juist belangrijker!"
Noordermeer vervolgt: "Een FMIS is niet alleen een tool om je leveranciers mee te monitoren. Als gevolg van de economische crisis is instandhouding nu belangrijk: je gaat niet meer zo snel investeren in nieuwbouw, vervanging van spullen, je wil dus beter grip hebben op je bedrijfsmiddelen: wat heb ik in huis, wie neemt wat mee naar huis vanwege HNW? Je wil heel goed grip op je onderhoud zodat je langer kunt doen met die bedrijfsmiddelen. Je wil daar ook planmatiger mee omgaan, je wil meer de lange termijn in de gaten houden vanwege je begroting op je asset planning, dat is juist de reden om in een economische crisis met zo'n product te werken."
Verschuren weer: "Je wil weten waar je op kunt besparen en waar je je geld aan uitgeeft."
Van der Heide vult aan: "En dan maakt het niet uit of je zaken hebt uitbesteed aan derde partijen of dat je het zelf doet. Je hebt altijd schoonmakers nodig, maar je wilt wel weten of dat er 6 of 7 moeten zijn."
Van der Heide ziet nog een andere reden, naast de economische crisis. "Het is niet alleen cost-driven, de markt is ook veel volwassener geworden. De facilitaire wereld is veel professioneler aan de slag gegaan. Veel meer procesmatig, veel minder ad hoc. Als je meer wil plannen, meer wil structureren, dan moet je een FMIS aanschaffen."

Stelling 3: Als een FMIS wordt aangeschaft om duurzaam te kunnen werken, is dat de verkeerde reden.
Knops geeft aan dat veel kantoorhoudende bedrijven worstelen met (het invoeren van) duurzaamheid en MVO. "En ze vragen zich af hoe ze dat moeten implementeren. FM en vastgoedmanagement zijn dan twee pijlers die daar een heel concrete bijdrage aan kunnen leveren. Door te kijken hoe je omgaat met energiestromen, met afvalstromen, wat is dan je CO2-emissie? Hoe sta je dan in je benchmark, hoe kun je daar op rapporteren? Hoe kun je daar fiscaal je voordeel uithalen? En daarin zie ik zeker een rol voor een FMIS want heel veel van die basisinformatie die je daarvoor nodig hebt, kun je in een FMIS lezen en gebruiken om duurzamer te opereren. Maar of dat de belangrijkste aanleiding is om een FMIS aan te schaffen, dat zie ik nog niet zo heel erg veel in de markt. Mede omdat veel organisaties die duurzaamheid hoog op de agenda hebben staan, al een of andere vorm van FMIS in gebruik hebben."
Verschuren reageert: "Maar als je zegt dat de reden duurzaamheid verkeerd is, dan is het natuurlijk een onzinstelling."
Bosman relativeert: "Wat nog vaak gebeurt is dat mensen een

Ultimo Software Solutions bv
Waterweg 3
8071 RR Nunspeet
T +31 341 42 37 37
F +31 341 42 11 72
E sales@ultimo.net
I www.ultimo.net

ULTIMO
SOFTWARE SOLUTIONS

Linkedin.com/company/ultimo-software-solutions-bv
Facebook.com/UltimoSoftwareSolutions

Flexibele software voor doelmatig beheer

FMIS willen om een bepaald doel te bereiken zonder dat ze verder nagedacht hebben of een FMIS daar wel het beste tool voor is. Er zijn steeds meer systemen, we willen steeds meer meten, steeds beter kunnen sturen, en elke keer moet je je afvragen: wat wil ik en is een FMIS daar dan de beste tool voor? En niet zeggen: ik ga eerst een FMIS kopen omdat ik duurzaam wil gaan werken, of dat ik mijn kwaliteit van dienstverlening wil gaan verbeteren. Het FMIS wordt dan meer het doel en niet het middel. Zo kun je de stelling ook lezen, en dan ben ik het er inderdaad wel mee eens."

Van der Heide vervolgt: "De klant weet vaak niet precies wat hij met een FMIS wil. Hij heeft wel een bepaald doel voor ogen: dat hij bepaalde resultaten eruit wil halen. Maar als je met ze gaat praten, doorvraagt, dan blijkt dat ze veel minder wilden gaan vastleggen dan ze in eerste instantie in gedachte hadden. Het gaat dus om goed met de klant te praten over wat hij wil, hoeveel tijd hij erin wil stoppen, dat soort zaken."

Knops gaat hierop in: "Het is helder dat het ene systeem beter is in een bepaald gebied dan een ander. Maar dat staat niet in de weg dat de verwachting van de klant vaak anders is dan wat hij geleverd krijgt. Dat heeft ook te maken met een stuk volwassenheid van de markt. We zien ook dat die markt zich daarin positief ontwikkelt, zeker in Nederland. We zien dan ook dat die markt steeds meer gaat vragen om wat we best practice toepassingen zullen noemen. Dat voorkomt dat we telkens weer het wiel opnieuw moeten uitvinden en dure implementatietrajecten moeten doorlopen. De klant vraagt de leverancier om met een best practice toepassing te komen waar hij veel ervaring mee heeft. En als we hem aan moeten passen dan doen we dat. Maar niet steeds weer bij 0 beginnen."

Stelling 4: Het gevaar van een FMIS is tunnelvisie: er wordt alleen naar afzonderlijke taken gekeken en niet naar het gehele plaatje. Daarom moet een systeem zo uitgebreid mogelijk zijn.

Noordermeer wil de stelling in tweeën splitsen: "Stel je hebt zaken uitbesteed en je gaat helemaal los op het meten van prestaties op basis van de afgesloten contracten. Als je alleen maar daarnaar kijkt en niet naar de geboden dienstverlening, de zachte kant ervan, dan vind ik dat negatief. Maar dat vind ik een fout in de sturing en daar wordt een FMIS eigenlijk voor gebruikt. Andersom vind ik het niet, ik vind niet dat een FMIS tunnelvisie oplevert. Integendeel, ik denk juist met de moderne tooling dat het heel goed mogelijk is om naar het grotere plaatje te kijken. Dat je niet alleen parallelle werkprocessen hebt, maar die steeds meer met elkaar integreren. De meeste systemen bieden de mogelijkheid om een helikopterview te krijgen. En waar nodig in te zoomen naar iets achterliggend."

Verschuren is het met hem eens: "Een FMIS is helemaal niet bepalend voor tunnelvisie ja of nee. Sterker nog, je kunt het omdraaien: je kunt juist van eilandvorming afstappen. Je hebt je vastgoedafdeling, je HRM-afdeling, je facilitaire afdeling, die kunnen allemaal als eilandjes fungeren, en als het zo bevalt, prima, maar er zijn ook oplossingen waarbij het allemaal in één kunt doen, juist een geïntegreerde oplossing kunt bieden waarbij je tunnelvisie juist gaat voorkomen. Een FMIS is daar nooit leidend in, hoe jij je zaak runt en hoe je met bepaalde zaken omgaat. Het is er ondersteunend in."

Volgens Bosman willen mensen vaak alleen maar datgene zien wat ze nodig hebben. "En dan vergeet je wel eens om links en rechts naar je buren te kijken waardoor je het overview kwijt bent." Verschuren maakt het onderscheid tussen uitvoerend en management. "Een huismeester die verantwoordelijk is voor het vervangen van een lampje is helemaal niet geïnteresseerd in een compleet dashboard met allerlei informatie, die is daar ook helemaal niet bij gebaat. Terwijl zijn teamleider, of zelfs zijn directeur, daar wel in geïnteresseerd is. Dus tunnelvisie an sich hoeft niet negatief te zijn. Maar dat is de keuze van de klant. Echter: als hij die keuze maakt, moeten wij hem vertellen welke consequenties dat heeft."

Knops keert terug naar de stelling: "De behoeften van de markt veranderen, en je ziet dat die systemen zich ook in de breedte ontwikkelen. Zolang we de behoefte van de klant maar voorop blijven stellen. Veel organisaties starten nu met een deelproces, om eerst daar maar eens ervaring mee op te doen, te kijken of het bevalt – en of het rendement oplevert. En later schalen we op en bouwen we door. Je zit dat deze aanpak aan terrein wint, en dat is op zich een heel verstandige insteek."

Bosman vult aan: "Het moet nooit 'zo uit-

gebreid mogelijk', het moet zo uitgebreid als nodig is voor die specifieke klant."
Het blijkt dat de klant goed moet worden begeleid in die keuze: regelmatig vergeet die klant om zaken als HRM en inkoop, en zeker IT te betrekken in het voortraject.
Brus geeft aan: "In de fase voor een aanschaf zie je dus wel eens tunnelvisie. En dan ga je inderdaad nadenken over gefaseerde implementaties, in modules."
Ben Kassels vraagt zich af in hoeverre iemand die de selectie mag doen voor een FMIS goed voorbereid en volledig op de hoogte kan zijn van alle mogelijkheden. "We komen regelmatig bij mensen aan tafel en die reageren dan van o, kan dat ook allemaal? Vaak gaat voor hen dan een hele wereld aan mogelijkheden open."
Van der Heide is kritisch: "je maakt vaak mee dat klanten verwachten dat het een oplossing is voor zo'n beetje alles. En dat is niet zo, het is een tool, ondersteunend aan je processen. Maar het begint met je processen, de rest volgt. En je schaft natuurlijk niet een tool aan omdat je niets te doen hebt, er is altijd iets gaande. Je moet besparen, of je gaat fuseren, professionaliseren of wat dan ook. Er wordt te gemakkelijk over gedacht: men komt bij ons aan tafel zitten en zegt: doe mij dat maar, dan zijn we klaar."
Bosman is het er mee eens: "Mensen onderschatten wat er allemaal moet gebeuren."
Verschuren vult aan: "En ze overschatten het systeem."
Van der Heide: "Maar dat ligt niet aan het tool, dat ligt aan de manier waarop je ermee omgaat. En je processen hebt ingericht en je taken hebt verdeeld. En hoe je omgaat met verantwoordelijkheden en dat soort zaken."
Bosman gaat verder: "Men vergeet nog wel eens de beheerfase. Dat is de fase waarin je van een systeem dat fantastisch is opgeleverd, één grote chaos kunt maken. Het gebeurt helaas nog te vaak dat mensen vergeten een functioneel beheerder aan te stellen. De beheerfase is misschien wel de belangrijkste fase."
De Wit wijst op de taak van een FMIS-leverancier: "Die kent de applicatie goed. Het implementatietraject eindigt sowieso met het in beheer nemen van het systeem. Wij zijn er ook heel erg mee bezig om de ondersteuning bij het beheer te bieden. Los daarvan, een chaos ontstaat omdat je verschillende data moet bijhouden. Wat wij proberen is het steeds meer te integreren met andere systemen, zoals een ERP-systeem. Dan heb je al een heel stuk basis in je applicatie staan waardoor die op andere plekken worden belicht en je meer aansluit bij het primaire proces van het bedrijf. Het is dus niet meer een losstaand facilitair stukje, het maakt integraal onderdeel uit van je bedrijfsproces. Het gaat

NPQ FM Solutions

Regulierenring 16, 3981 LB, Bunnik
Postbus 148, 3980 CC, Bunnik
T +31(0)30 659 7411
I www.NPQfm.com
E marketing@NPQmail.com

npq

om integratie, dat je gebruik kunt maken van allerlei andere data zoals in je ERP-systeem. Dat is steeds meer de toekomst."

Stelling 5: Het FMIS wordt te vaak gebruikt als excuus dan wel als tool om bezuinigingen en inkrimpingen te motiveren.

Bosman reageert: "Als het juist de reden is om een FMIS aan te schaffen, dan zit er een visie en een doelstelling achter. Als je een FMIS aanschaft en het goed inricht en beheert, dan kun je zeker bezuinigingen realiseren omdat je een stuk efficiency kunt bewerkstelligen. Dat kan dan consequenties hebben voor de inzet van mensen, op andere plekken of gewoon anders."

De Wit ziet het breder: "Door de implementatie van een FMIS worden de werkzaamheden meer verlegd naar de regie, in plaats van naar de uitvoering."

Kassels geeft een andere reden: "Een aantal jaren geleden was het een tool en iemand vond het wel leuk om zo'n tool te hebben. Ik denk dat die tijd wel definitief achter ons ligt. En of dat alleen maar wordt ingezet om bezuinigingen en inkrimpingen te realiseren, dat betwijfel ik. De reden om professioneel met zo'n systeem te gaan werken zit hem meer in de richting van de chaos of de fusie."

Noordermeer vervolgt: "Het gaat erom of de mensen van te voren een goede doelstelling hebben met de implementatie ervan. Of dat nu duurzaamheid is, kostenbeheersing, of een helikopterview of HNW, er moet ergens een business case zijn. Als mensen aan de voorkant niet de business case helder hebben, gaat het niet lukken. Je moet weten waar je naartoe werkt, maar sommige opdrachtgevers onderschatten wat erbij komt kijken. De aanschaf van een FMIS is één ding, maar het gaat ook over beheer en projectmanagement."

Bosman is het ermee eens: "Van financiele systemen hebben ze dat wel door, over FMIS wordt duidelijk minder nagedacht. Men gaat er een beetje vanuit dat het plug & play is."

Knops geeft een reden voor die onderschatting: "Wij zitten vaak in ondersteunende oplossingen voor de bedrijfsprocessen, dan zit je sowieso al lager in de pikorde. Hoe lang zijn de facility managers al niet bezig om meer zichtbaar te worden in de boardroom en op sea level? Voor veel organisaties is de toegevoegde waarde van deze ondersteunende processen van groot belang, maar op veel plekken is het natuurlijk ook geen hogere wiskunde waar wij ons mee bezig houden, het is vaak rechttoe-rechtaan. Dat is ook een beetje waardoor er tegen de investeringsbereidheid in het ERP-domein anders wordt aangekeken. Men is eerder bereid een paar ton af te tekenen voor een ERP-systeem dan voor een FMIS."

Noordermeer sluit af: "Wie veel investeert, heeft daar ook veel profijt van." ■

Axxerion

Axxerion Facility Services B.V. - Ressenerbroek 26b - 6666 MR Heteren
Telefoonnummer: 026-4742420 - **WWW.AXXERIONFS.NL**

Meer helderheid in relatie tussen beplanting en luchtkwaliteit

Beplanting draagt bij aan verlaging van de achtergrondconcentraties van fijnstof en NO2. In een verkeersintensieve stedelijke omgeving moet de beplanting echter wel voldoen aan specifieke voorwaarden om de luchtkwaliteit niet negatief te beïnvloeden. Juist in deze situaties is het vakmanschap van een deskundig groenbedrijf voor een juist ontwerp, sortimentskeuze en beheer essentieel. Brancheverenigingen VHG is ingenomen met de duidelijkheid die het CROW rapport 'Beplanting en Luchtkwaliteit' hierover biedt.

Het openbaar groen biedt vele voordelen voor mens en omgeving. Dit uitgangspunt staat ook voorop in de publicatie van CROW. Over het effect van groen op de luchtkwaliteit liepen de meningen tot voor kort uiteen. Bomen en planten vangen een bepaalde hoeveelheid fijnstof en NO2 af maar belemmeren in bijzondere situaties de luchtdoorstroming. Hierdoor kunnen langs drukke verkeersaders in dicht bebouwde gebieden de concentraties fijnstof boven de Europese normen uitkomen. De CROW publicatie geeft nu uitsluitsel hoe dit precies zit.

Verbetering van de leefomgeving

Groen draagt op veel punten bij aan een betere leefomgeving, zo blijkt ook in deze publicatie. Naast de al bekende effecten van groen, blijkt dat grote groengebieden zoals bossen wel degelijk de achtergrondconcentraties aan fijnstof verminderen. Vanwege de beperkte ruimte in de stad bevelen de onderzoekers daarom ook aan grote oppervlaktes bos direct in de omgeving van steden aan. Het directe effect van groen op de fijnstofconcentraties in de bebouwde kom en langs grote verkeersaders is beperkter doordat de emissies hier de opnamecapaciteit door beplanting overstijgen. Maar hier tegenover staan de andere positieve effecten van groen zoals verkoeling, waterberging, gezondheidsbeleving, veiligheid en esthetiek. Brancheverenigingen VHG pleit daarom te blijven investeren in groen.

Vakmanschap en maatwerk

Het ontwerpen, aanleggen en beheer van groen in de stedelijke omgeving is een vak apart. Zeker in intensief gebruikte stedelijke gebieden is

sprake van grote fijnstofemissies van verkeer met gezondheidsrisico's voor de bewoners en bezoekers. Juist in deze situatie kan het groenbedrijf adviseren welke beplanting maximaal fijnstof opneemt en welke de luchtcirculatie minimaal verstoort. Ook zal hij met het ontwerp hiermee rekening kunnen houden, zoals de afstand tussen de bomen, de hoogte van beplanting en afstand tot de weg. En tot slot voor een effectief beheer zodat de omstandigheden voor langere tijd ook optimaal blijven.

Nieuwe module Lange Termijn Asset Planning

In samenwerking met Ultimo gebruikers Waterschap de Dommel, Dunea, Essent Warmte en adviesbureau Mainnovation is onlangs een nieuwe module Lange Termijn Asset Planning (LTAP) voor de Ultimo Maintenance Management software ontwikkeld. Met behulp van de module kunnen maintenance organisaties een langetermijnbegroting opstellen voor onderhoud, renovatie en vervanging van assets, gebaseerd op de kosten en condities. Ondersteund door grafische scenario's kan men vervolgens onderbouwde keuzes maken. Met deze module zet de maintenance manager een extra stap van beheren, uitvoeren & rapporteren naar meten, voorspellen & budgetteren en wordt de brug tussen Maintenance en Financiën gedicht. De module Lange Termijn Asset Planning biedt de maintenance manager de mogelijkheid om over meer jaren de instandhouding van assets te begroten. Gebaseerd op de levenscyclus en gewenste condities van assets worden keuzes gemaakt voor onderhoud, renovatie en vervanging in de loop der tijd.

Voor meer informatie over beschikbaarheid kunt u contact met Ultimo opnemen via 0341-423737 of sales@ultimo.net.

Mondial Friesland Verhuizingen Beste Verhuisbedrijf van Nederland

Mondial Friesland Verhuizingen, heeft de award in de Mondial Movers competitie voor Beste Verhuizer van Nederland voor 2012 gewonnen. Frans Hoekstra van Mondial Friesland Verhuizingen heeft de prijs uit handen van de Houtense burgemeester Cor Lamers mogen ontvangen.

Ieder jaar wordt er door een onafhankelijke jury op basis van onder andere klantenreferenties, kwaliteit van het wagenpark en opleidingsniveau van het personeel, de Beste Verhuizer van het Jaar gekozen. Juryleden Leon van der Post en Douwe Boersma bepalen aan de hand van strenge criteria welke verhuizer de prijs wint. Mondial Friesland Verhuizingen heeft een reputatie hoog te houden bij zowel particuliere verhuizingen als bij het verhuizen van kantoren en bedrijven. Via haar deelneming in Mondial Movers zijn ze ook sterk vertegenwoordigd in de zorgsector. Reacties van tevreden klanten zijn trouwens altijd “on-line” af te lezen op de website van Mondial Movers. Het is de enige website binnen de verhuisbranche waar onafhankelijke waarderingen van klanten staan opgetekend..

Meer info: www.frieslandverhuizingen.nl en www.mondial-movers.nl

Directeur Frans Hoekstra van Mondial Friesland Verhuizingen, algemeen directeur Tom Stuij van verhuisorganisatie Mondial Movers en burgemeester Cor Lamers van de gemeente Houten..

Hogere pensioenleeftijd zet ergonomie opnieuw met stip op de agenda

De roep om gezonde werkomgevingen neemt steeds serieuzere vormen aan. Niet alleen leiden gezonde werkomgevingen tot meer creativiteit en productiviteit, ze beantwoorden ook aan de vraag van minister Kamp om medewerkers op een gezonde manier langer door te laten werken. Het onlangs gepresenteerde onderzoek van Fellowes ‘Ergonomie op de wijzigende Nederlandse werkplek laat zien hoe Nederland er op dit moment voor staat.

Ergonomie is het aanpassen van de omgeving aan de mens. Met de juiste houding en de juiste materialen kunnen klachten worden voorkomen. Minister Henk Kamp van Sociale Zaken stelt ruim 4 miljoen euro ter beschikking om te stimuleren dat medewerkers op een goede en gezonde manier kunnen doorwerken tot na hun vijfenzestigste. Daarnaast is de generatie van de ‘Babyboomers’ (50+) sterk vertegenwoordigd in de huidige en toekomstige beroepsbevolking. Ook voor hen is het belangrijk gezond en vitaal te blijven. Bovendien vraagt de onzekere economische situatie om kostenbesparing en verhoging van de productiviteit en ook hierin speelt ergonomie een rol.
Uit het onderzoek blijkt dat werkgevers actiever kunnen zijn in het aanbieden van deze hulpmiddelen. Terwijl 56 procent van de medewerkers gebruik maakt van speciaal vervaardigde ergonomische producten, is maar de helft daarvan door de werkgever vergoed. Dit komt doordat bedrijven er gewoonweg niet voor willen betalen of doordat medewerkers veronderstellen dat de werkgever hier niet aan bij wil dragen. Om het werkgevers gemakkelijker te maken zich aan de richtlijnen te houden en om werknemers te helpen bij het aanvragen van een risicoanalyse, heeft Fellowes een speciale website, Professor Ergo, ingericht. Hier kunnen direct risico-analyses van de werkplek gemaakt worden door medewerkers en kunnen werkgevers tips en tricks voor een ergonomisch ingerichte werkplek vinden.

Zie ook www.ergo.fellowes.com.

Hersenstichting Nederland

Dienstensector maakt het echt te gek

Het vakgebied Facility Management maakt drukke tijden door. Aan de ene kant is het vak en de vereniging (FMN) zich aan het ontwikkelen en aan de andere kant zien we dat opdrachtgevers steeds meer vragen om echte toegevoegde waarde en passende hospitality. En let hierbij echt op de woorden 'echte' en 'passende'. Want in Nederland zijn we zo goed alles met een algemeen sausje te bedekken waarmee we het denken te weten en te redden en daarna op onze achterste benen te staan als het niet goed blijkt te zijn.
Het kan nog erger. Kijk naar de stoelendans rondom de schoonmaak. Een bedrijfstak die zich helaas de afgelopen jaren toch nog niet sterk genoeg ontwikkeld heeft (lees: http://www.newdirections.nl/new-nieuws/bericht:boek-dweilen-met-de-kont-omhoog). Opdrachtgevers moeten besparen, bedrijven moeten omzetdoelstellingen halen en de kwaliteitsdoelstellingen blijven als oud vuil op straat liggen. De dupe lijkt nog steeds de schoonmaker te zijn die onderbetaald wordt. En tot overmaat van ramp gebruiken de bonden deze problematiek om zichzelf weer een gezicht te geven. Wat goedkoop! Nee, veeg die trap nu echt van boven schoon. De markt doet het niet ondanks allerlei afspraken en 'Gedragscodes'. Opdrachtgevers: Vraag kwaliteit en betaal er voor en de rust is nabij! Het kan ook nog veel erger. De maffia staat bijna op de stoep als je sommige aanbestedingen bekijkt. Bij een opdrachtgever is de kwaliteit weggezakt, de zittende leverancier wordt daar 10 maanden voor einde contract op gewezen (kans) en meegegeven wordt dat het vooral ligt aan de kwaliteit (niet trainen en begeleiden) van de medewerkers. Ontkenning alom. De leverancier krijgt de kans en de opdrachtgever schrijft in september een tender uit om te komen tot een mogelijk nieuwe contractant voor een drietal jaren. In de offerte van de zittende leverancier wordt aangeboden dat mocht de opdracht verlengd worden hij bereid is de medewerkers te 'wisselen'. U begrijpt het al! De opdracht wordt niet gegund aan de zittende leverancier en hij houdt de nieuwe contractant wel aan de afspraken ten aanzien van verplichte overname van personeel.

Waren die personeelsleden dan toch een 'vuiltje' en ging het ook hier weer puur om omzet en niet om kwaliteit. In ieder geval niet om de kwaliteit naar opdrachtgever, medewerker en opvolger.Dus opdrachtgevers, ook hier harder optreden en weg met die afspraken die geen 'waarde' hebben.Maar goed, dienstenleveranciers. Een stempel 'MAFFIA' is ook een kwaliteitsbeeld met 'echte' 'waarde'!!!

Hans G. J. Topée
Directeur/eigenaar newDirections

In control met Ultimo Facility Management

Met de Ultimo software vergroot u de doelmatigheid en klantgerichtheid van de ondersteunende processen van uw organisatie. Daarnaast houdt u grip op de bijbehorende inzet van schaarse resources en bent u in staat om de regie te voeren over het facilitair beleid. Met Ultimo bent u op elk moment 'in control'.

Ultimo is een gebruiksvriendelijke totaaloplossing voor Facility Management, Maintenance Management, IT Service Management en Fleet Management. Dankzij de modulaire opbouw, flexibiliteit en schaalbaarheid is de software geschikt voor elke organisatie.

ULTIMO

SOFTWARE SOLUTIONS | WWW.ULTIMO.NET

Polar Ice® *by* Human Office

De Polar Ice is niet alleen een mooi vormgegeven spannings -en data unit. Hij is tevens ook erg slim vormgegeven, doordat hij modulair opbouwbaar is met bijvoorbeeld: Data, USB, VGA/DVI, HDMI en audio.

Door de slimme tafelklem met quick-release kan de Polar Ice eenvoudig en zonder gereedschap vanaf de bovenzijde van het bureaublad bevestigd en verplaatst worden.

Een ander voorbeeld van flexibiliteit is Plug and Play. U kunt hierdoor bijvoorbeeld gebruik blijven maken van de bestaande databekabeling en ook de units zijn hierdoor makkelijk uitwisselbaar.

Bel voor meer informatie of surf naar onze website.

026 - 31 95 710 | www.humanoffice.nl

a **Human Office** *works better!*