



The Changing Workplace



The Changing Workplace

building better business

Tjeu Verheijen – *Workplace* Innovator | Harro Hoencamp – Partner OCS Workplaces



Everything affects the
bottom line of your business...
Tjeu Verheijen

...even your work space
relates to the result.
Harro Hoencamp

this is not a book it's a philosophy

Technologische ontwikkelingen, een veranderend leefritme, klimaatverandering, generatie Y versus baby boomers, duurzaamheid, mondiale economische crisis: het zijn allemaal zaken die van invloed zijn op de manier hoe we nu willen leven en werken.

Organisaties die het beste uit hun mensen willen halen, voor het hoogste resultaat gaan, zoeken voortdurend naar vernieuwende concepten die aansluiten bij actuele veranderingen.

'The Changing Workplace' is zo'n concept.

Tjeu Verheijen en Harro Hoencamp introduceren deze geïntegreerde aanpak die inspireert, resultaatgericht, duurzaam en kostenefficiënt is.

Onze stelling: Het beste bedrijfsresultaat wordt bereikt door een optimale afstemming van mensen, bedrijfsprocessen en technologie. Veel organisaties onderschatten hierbij de impact van de werkomgeving.





the way we work is changing...

“We werken steeds minder van negen tot vijf. Iedereen op dezelfde tijd op een vaste plek op kantoor: dat was eenmalig. Ook de manier waarop we samenwerken verandert snel.

De meeste nieuwe ideeën ontstaan wanneer we met z'n tweeën werken. Werken in kleine groepen blijkt een stuk effectiever dan werken met grote groepen. De grote vergaderzaal krijgt een nieuwe bestemming. Niet onbelangrijk: in de gemiddelde organisatie werken inmiddels vier generaties samen. De uitdaging voor veel bedrijven is om de komende jaren alle veranderingen soepel, bijna organisch, op te vangen.”

driving the change...

...ja... ik zie net je mail, geweldig idee!

the digital revolution helps us to work where we want when we want



“We kunnen op ieder moment op iedere plek met iedereen communiceren. Dus kunnen we op ieder moment op iedere plek met iedereen samenwerken. Digitale middelen maken bijvoorbeeld vergaderingen efficiënter. Nieuwe communicatiemiddelen helpen mensen het best passende communicatiekanaal en -moment te kiezen waardoor werkprocessen sneller verlopen. De impact van de digitale revolutie op onze manier van leven en werken is enorm.”

in Europe 40 million office workers retire within 10 years...

Feit: Tussen 2010 en 2015 gaan er in Nederland bijna 5% meer mensen met pensioen dan er starters op de arbeidsmarkt bijkomen. Na 2015 loopt dit percentage op naar 7%.

bron: Centraal Bureau voor de Statistiek

...only 25 million
workers will
replace them

bron: Eurostat 2004 + aannames.

“De Nederlandse arbeidsmarkt krimpt de komende tien jaar met 900.000 mensen. Om ons welvaartspeil stabiel te houden, zal onze arbeidsproductiviteit moeten stijgen met percentages die we de laatste eeuw niet hebben gezien. Daarnaast is het de uitdaging om als organisatie de jongste generaties aan je te binden. Innovatieve werkconcepten kunnen het verschil maken.”



“People, planet & profit, sustainability, cradle 2 cradle en corporate social responsibility. Steeds meer individuen en bedrijven nemen verantwoordelijkheid voor hun footprint.

Op de werkvloer betekent going green meer aandacht voor mens en milieu, wat zorgt voor een positieve sfeer en betrokken medewerkers.

En er is meer: door duurzaam te ondernemen, besparen bedrijven op hun kosten, versterken ze hun imago en blijven ze in de markt.”

going green?!



every day
we drive to work
every day
we drive back home

“Menigeen staat al vroeg in de file om rond negen uur op kantoor te kunnen zijn. 's Avonds gaan we ook tegelijk weer naar huis. Logisch? Mobiel werken zou de files helemaal kunnen oplossen. Minder autokilometers bespaart ook veel CO₂-uitstoot. Het milieurendement is nog hoger wanneer we via nieuwe technologieën met onze collega's en relaties gaan communiceren en zakelijk reizen minder noodzakelijk wordt. Recente studies gaan uit van een reductie van 29% van de CO₂-uitstoot. The Changing Workplace biedt veel kansen als het gaat over milieuverbetering.”

the way we work is changing

» research gives us the facts

33% van de Nederlandse bevolking krijgt door rigide werktijden **te weinig slaap** en is daardoor veel minder productief. bron: Universiteit van Utrecht



70% van de **innovaties** ontstaat door **samenwerking**. bron: US Workplace survey



Tussen 2010 en 2015 gaan er in Nederland bijna **5% meer mensen met pensioen** dan er starters op de arbeidsmarkt bijkomen. bron: Centraal Bureau voor de Statistiek



75% van de Nederlandse kenniswerkers wil graag **flexibel** (niet gebonden aan vaste werktijden en locaties) werken, 25% krijgt hier daadwerkelijk de kans voor. bron: Platform voor de Informatie Samenleving

Staande vergaderingen gaan gemiddeld een derde sneller dan zittende, met dezelfde besluitvorming en resultaten. bron: TNO



29% van de forenzen werkt onderweg door. bron: Ipsos

Met optimaliseringsmaatregelen binnen de werkomgeving zijn individuele **prestatieverhogingen** tot **36%** mogelijk. bron: Fraunhofer Institut



slimme kantoorconcepten **besparen** per FTE **5 tot 10%** aan kosten ten opzichte van traditionele concepten. bron: Rabobank

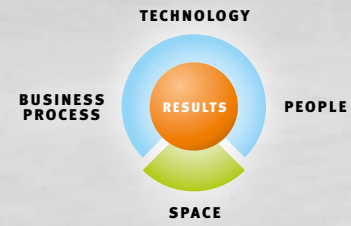
MKB-bedrijven die in **'slimme kantoorconcepten'** hebben geïnvesteerd, zagen hun totale productiviteit met **14%** toenemen. Tegen 5% voor bedrijven die daar niet in geïnvesteerd hebben. bron: EIM



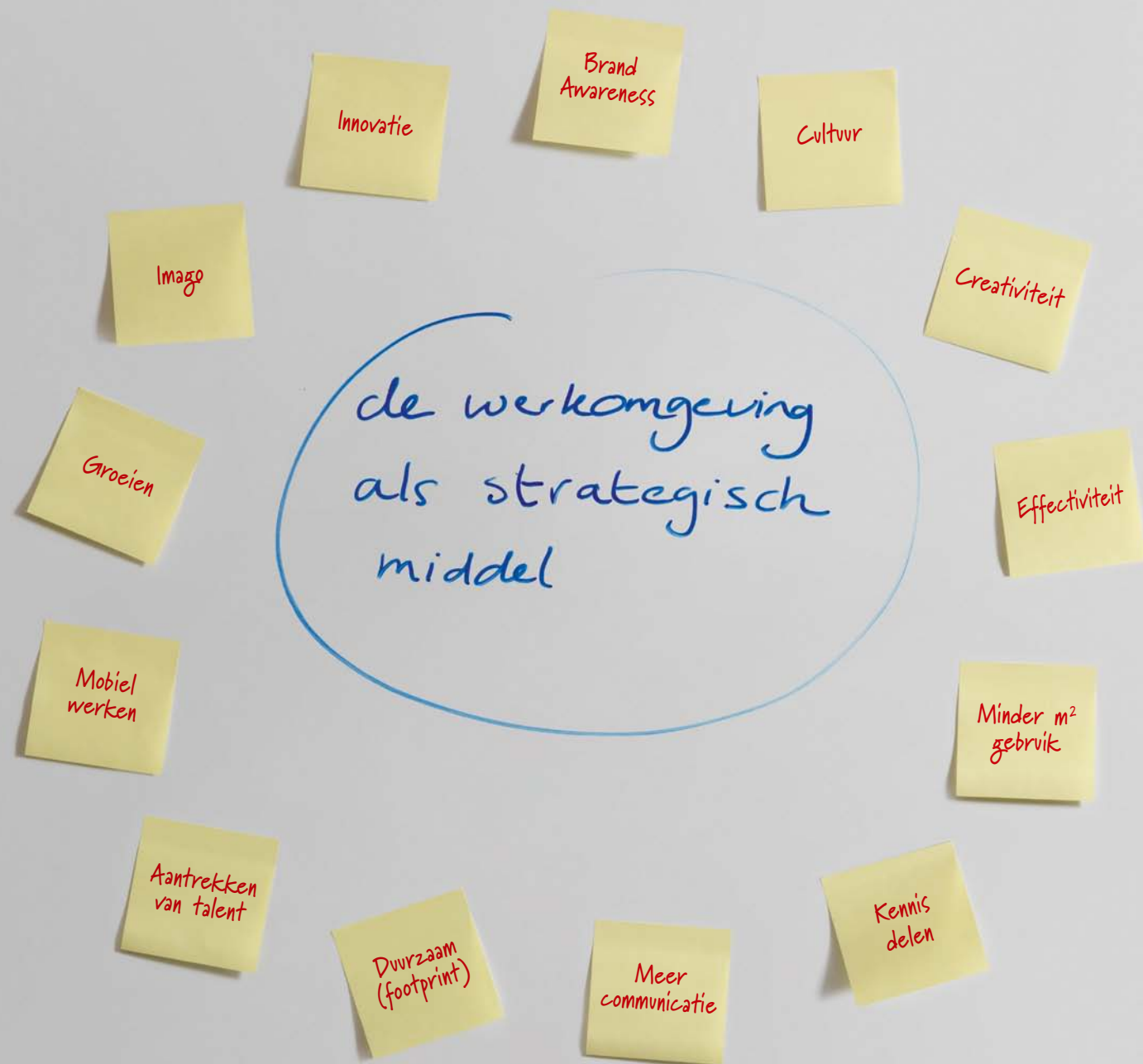


question...

how does your business strategy fit in?



“Het beste bedrijfsresultaat wordt bereikt door een optimale afstemming van mensen, bedrijfsprocessen en technologie. Veel organisaties onderschatten hierbij de impact van de werkomgeving. De juiste inrichting van de werkplek draagt in belangrijke mate bij aan het succes van de organisatie en haar mensen. De geboden werkomgeving bepaalt de aantrekkingskracht van de organisatie op nieuw talent en hoe effectief en efficiënt er wordt gewerkt. En of het bedrijf de concurrentie voor blijft.”



The Changing Workplace

“The Changing Workplace gebruikt de werkomgeving als strategisch middel van de organisatie. Elk huisvestingsvraagstuk kan vanuit veel invalshoeken worden bekeken, die elk hun strategische waarde hebben. Met een geïntegreerde aanpak (The Changing Workplace) heeft de organisatie een krachtig concept in handen om veranderingen te ondersteunen. Omdat de werkplek een faciliteit is die de werkprocessen van de organisatie ondersteunt, kunnen huisvestingsprojecten ingezet worden als een katalysator van organisatieverandering.”

the key points

The Changing Workplace staat voor een **concept** dat het werkplezier van medewerkers vergroot, hun productiviteit (fors) laat stijgen en waarmee bovendien kostenbesparingen kunnen worden gerealiseerd. Werknemers werken daar waar zij het beste hun taken kunnen uitvoeren, ongeacht locatie of tijd. Zo komen collega's sneller met elkaar in gesprek en ontstaan nieuwe ideeën. The Changing Workplace draait in de basis om drie zaken: de snel groeiende mogelijkheid om **24:7:365** te werken, **overall** kunnen werken en de optie hier als organisatie een **eigen invulling** aan te geven.

24:7:365

“Werk kan tegenwoordig voor een groot deel plaats- en tijdonafhankelijk gedaan worden. Voeg daarbij de groeiende aandacht voor een goede verhouding tussen werk en privé en je hebt de belangrijkste ingrediënten voor de trend dat de werkdag zich steeds minder afspeelt tussen 9 en 5. Ieder zijn eigen leefritme.”



work where you want

“Communicatietechnologie maakt onze wereld kleiner en eenvoudiger. De opkomst van internet, e-mail en bedrijfsnetwerken zorgt ervoor dat we ons werk ook in een virtuele omgeving kunnen doen. Het maakt dat mensen steeds mobieler worden als het gaat over hun werkplek.”



customized habitat

“In organisaties waar iedereen steeds meer ruimte krijgt voor zijn of haar eigen verantwoordelijkheid, groeit het belang van het versterken van de bedrijfscultuur. Hoe borgen bedrijven de verbinding tussen de drijfveren van hun medewerkers en de waarden en doelen van het bedrijf? Het antwoord verschilt van bedrijf tot bedrijf. Maatwerk dus.”



24:7:365

14:45

a run in the
afternoon
gives me
energy
for the rest
of the day



> 24:7:365

> work where you want

> customized habitat

22:15



Je ziet elkaar niet en toch vorm je een team.
Plaats- en tijdonafhankelijk werken geeft
samenwerken een nieuwe dimensie.
Tegelijkertijd geeft het ruimte voor ieders
ideale verhouding tussen werk en privé.

08:45



wherever I feel like working, I do...

> 24:7:365

> work where you want

> customized habitat



...but
sometimes
I don't

In een mobiel werken-concept hebben mensen meer controle over hun tijd en zijn zelfstandiger. Het werk wordt vaker gedaan op het moment dat de werknemer zich het meest prettig voelt. Met meer werkplezier als belangrijke bonus.

power to the brand

feel at home at the office

Het merk is een van de belangrijkste bezittingen van een organisatie. The Changing Workplace geeft organisaties veel handvatten om het eigen merk en de eigen merkwaarden, te versterken. Mobiel werken is de sleutel naar een resultaatgerichte bedrijfscultuur.

- > 24:7:365
- > work where you want
- > customized habitat



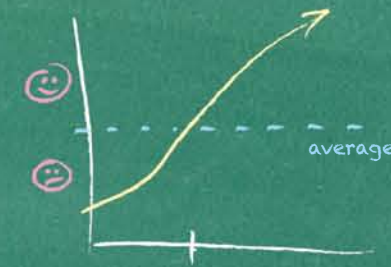
Door als organisatie de eigen identiteit in het kantoorconcept te verweven, wordt de nieuwe werkomgeving snel en intuïtief eigen gemaakt door alle medewerkers.



Bottom Line: what's in it for me?

The Changing Workplace is een kans voor iedere organisatie. En zeker voor die bedrijven die geïnteresseerd zijn in enthousiaste medewerkers, een betere bedrijfsorganisatie en flinke besparingen.

De belangrijkste belofte? Meer resultaat.



positive, productive and enthusiastic workforce

Bij The Changing Workplace draait het qua bedrijfsfilosofie over vrijheid, vertrouwen en eigen verantwoordelijkheid. Ruimte geven. Met als uitkomst: meer projectmatig werken en meer zelfstandigheid en meer resultaat.



More transparency stimulates every organisation

Door het transparant maken van de werkomgeving worden de bedrijfsprocessen en de organisatiestructuur helder. Omdat mensen hun werk ook meer naar eigen inzicht kunnen sturen, wordt de organisatie *leaner and meaner*.



enormous cuts in costs and square meters (m²)

The Changing Workplace leidt tot flinke besparingen in kosten. Qua vierkante meters kantooroppervlak bespaart een slim concept minimaal 25% ten opzichte van een traditionele werkomgeving.



Power to Corporate Social Responsibility (CSR)

The Changing Workplace geeft organisaties de mogelijkheid hun doelstellingen op het gebied van **Corporate Social Responsibility** duidelijker neer te zetten.

the case

Vodafone

CASE: > 2.600 kantoorgebruikers

FACTS: > van 45.000 m² naar 24.000 m² kantooroppervlakte

> van 110 desks naar 60 *shared* desks per 100 medewerkers



vodafone

“Vodafone beschouwt werk als een integraal onderdeel van het leven. The Changing Workplace is vertaald naar onze business, ons merk, onze mensen en onze werkomgeving. Op deze manier verdwijnen de grenzen van tijd en locatie en werken we daar waar we het meest productief zijn. ‘Mobile working’ noemen we dat bij Vodafone. Just another day at the office is nooit meer van toepassing. Als ik naar kantoor ga, is dat altijd met veel plezier. Mobile working in een woord? Wow!”

Tjeu Verheijen – *Project Manager*
The Changing Workplace @ Vodafone



Welcome!

“Vodafone Nederland heeft begin 2010 een volledig verbouwde kantoorlocatie in Maastricht geopend. Het telecombedrijf is eind 2008 gestart met de doorvertaling van mobile working naar de kantoorlocatie aan de Maas. Met mobile working wilde Vodafone meerdere strategische doelen bereiken. Het telecombedrijf wilde dat de werkomgeving veel meer ging doen voor waar het bedrijf voor staat: mobiel werken en ‘Speed, Simplicity and Trust’. Ook wilde Vodafone een impuls voor de *brand awareness* en bedrijfstrots realiseren. Het bedrijf was ontevreden over hoe het gewenste imago in de werkomgeving werd versterkt. Vodafone wil aantrekkelijk zijn en blijven voor young professionals. Ook in de markt was merkversterking aan de orde. Vodafone wilde haar werkprocessen efficiënter en effectiever maken: de klant meer centraal.”

“Drinking our own champagne”

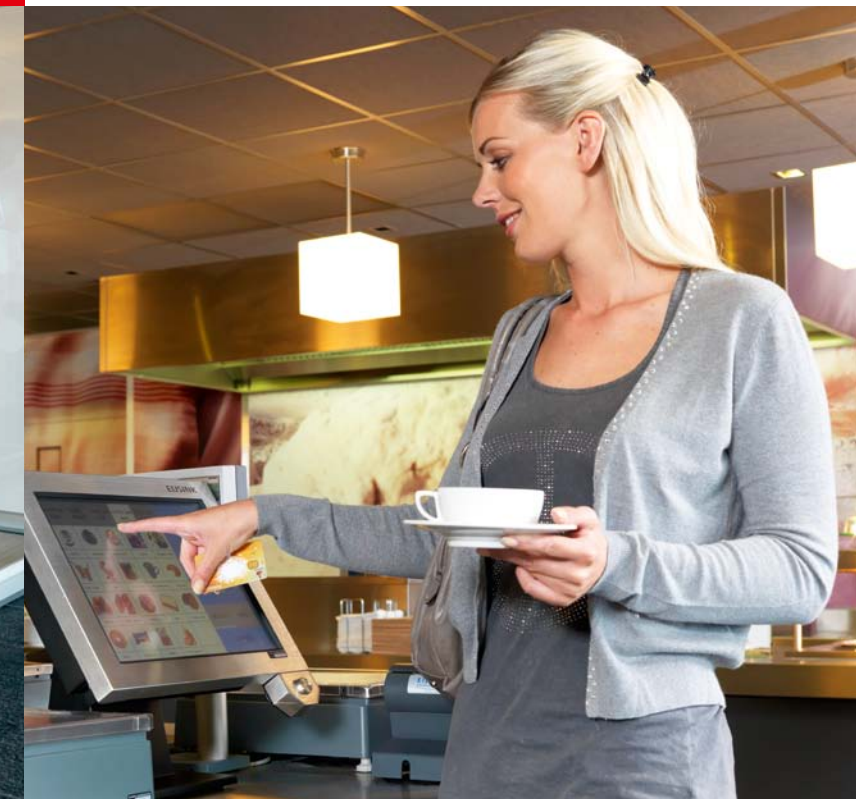
Ger Coolen – Chief Technical Officer (CTO), over de noodzaak om producten en diensten die de organisatie vermarkt, eerst intern te testen en door te voeren.

“Vodafone wil de manier waarop mensen werken, leven en communiceren veranderen. Daarom zoekt Vodafone continu naar nieuwe wegen om de wereld te verbinden. ‘The Vodafone Way’ onderstreept deze belofte aan klanten door te definiëren hoe de organisatie wil werken: met Speed, Simplicity en Trust. Mobile working versterkt op allerlei mogelijke manieren deze gekozen waarden, de merkwaarden.”

The Vodafone Way

“Wat we als Vodafone zijn, zie je terug in onze manier van werken”

Jens Schulte-Bockum – CEO, over hoe mobile working op allerlei mogelijke manieren het merk versterkt.



Speed – Vodafone focust op speed to market. In de praktijk betekent dit veel aandacht voor de bedrijfsorganisatie, eigen verantwoordelijkheid en samenwerken.

Simplicity – Vodafone maakt de dingen graag simpel voor klanten, partners en collega's. Mobile working zorgt ervoor dat collega's sneller met elkaar in gesprek komen en nieuwe ideeën ontstaan.

Trust – Controle is uit, vertrouwen is in. Vodafone wil ervaren worden als betrouwbaar en transparant. Walk your talk. Vertrouwen in de praktijk, zelf je lunch afrekenen.



Power to produce

“In de snel ontwikkelende mobiele telecommunicatiemarkt is Vodafone continue bezig diensten, producten en services te verbeteren. Haar doel is overal ter wereld de beste aanwezigheid en de beste verbindingen tegen de beste tarieven te bieden. Want alleen op die manier kan Vodafone de leider in communicatie blijven die het is. Innovatie brengt deze ambitie onder handbereik. En samenwerking is de kritische succesfactor. Mobile working faciliteert en inspireert mensen om samen te werken, kennis te delen en ‘pusht’ het resultaat.”

“Organisaties die transparantie echt beleven en invullen, zijn de winnaars van morgen”

Paul Smits – Director Human Resources, Property & Security, over het faciliteren en inspireren van mensen om samen te werken.



'Hello world'



Mobile working @ vodafone

Het kantoor als **ontmoetingsplaats:** voor inspiratie en motivatie. Een plek waar collega's elkaar tegenkomen, kunnen netwerken, vergaderen en brainstormen.

Real contact
less travel miles

Met **45 videoconferencingruimtes** is contact met collega's en co-workers in Nederland en daar buiten snel geregeld. Om het gebruik zo makkelijk mogelijk te maken, zijn er op iedere werkvloer kleine en grote conferencingruimtes beschikbaar. Een online reserveringssysteem optimaliseert het gebruik.



Support the rhythm of life

solution

Als we alles in kaart brengen wat we op een dag, een week, een maand, een jaar of ons hele leven doen, dan herkennen we onze eigen leefpatronen. De patronen en de snelheid waarmee onze leefpatronen elkaar opvolgen, vormen ons leefritme. We weten dat er een duidelijk verband is tussen de manier waarop je taken aanpakt, de tijdsbeleving daarbij, de controle die je daarop denkt te hebben en de mate waarin je je gelukkig voelt. Ons leefritme verandert steeds sneller. Daarom stelt Vodafone zichzelf voortdurend twee vragen. Hoe kunnen de oplossingen van Vodafone mensen helpen bij het optimaliseren van hun leefritme? En wat zijn de drijfveren van het leefritme van de mensen bij Vodafone?



Iedere generatie zijn eigen leefritme. Onze patronen vallen niet altijd meer samen met die van anderen. Maar op kantoor werken we samen...



... en bepalen we bijvoorbeeld zelf de intensiteit en tijdsduur van een meeting. Of hoe we geïnformeerd willen worden.

Work in progress



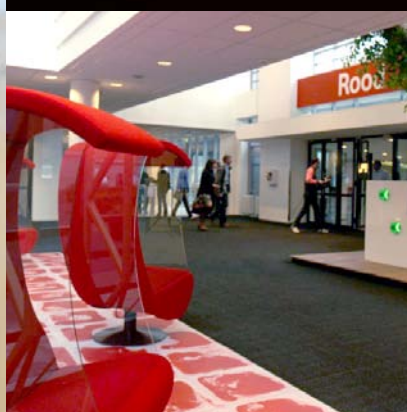
Met de keuze voor mobile working is Vodafone een 'less paper office' geworden. Pennen op rantsoen.

Door het gebruik van verschillende faciliteiten eenvoudig te houden, is de kans op een succesvolle implementatie van het mobiele werken vergroot.

Veel werkruimtes zijn ingericht op het spontane: even snel met een collega iets bespreken, kan in meerdere informele meeting rooms die op iedere etage aanwezig zijn.

Who's afraid of green, blue and red?

Kleur en kleurgebruik zijn belangrijk voor de sfeer op kantoor en voor de efficiency waarmee gewerkt wordt. Bij welke kleur of kleurencombinatie iemand zich het prettigst voelt, is een persoonlijke zaak. Vodafone kiest voor kleur. Iedere kleur zijn eigen effect. Blauw is een kleur die rust brengt. Groen: werkt ontspannend en geeft frisheid en energie. Geel brengt een positieve sfeer. Vodafone-rood is een krachtige, vrolijke kleur die energie geeft.



Let's talk business...

1.

“De communicatielijnen zijn verkort. Uit medewerkersonderzoek blijkt meer betrokkenheid bij het merk, het bedrijf en bij de collega's. 81% van de werknemers ziet mobiel werken (plaats- en/of tijdsafhankelijk werken) als een belangrijke arbeidsvoorwaarde. **72% geeft aan dat ze door mobiel werken meer productief** is geworden.”

2.

“Door mobile working en een praktische clean desk policy delen 100 medewerkers gemiddeld 60 shared desks. **Per shared desk is gemiddeld ruim 5 m² aanwezig.**”

3.

“Vodafone's **marktaandeel** in de Nederlandse telecommarkt is significant gestegen.”

4.

“Vodafone's 'footprint' op het milieu is verminderd. Nieuw duurzaamheidsbeleid, gekoppeld aan mobile working, heeft geleid tot een afname van het aantal leaseauto's en meer medewerkers die met het openbaar vervoer reizen. Hierdoor is het brandstofverbruik in een half jaar tijd met 22% gedaald. Tegelijkertijd is dus de CO₂-uitstoot verminderd. **Het aantal gevlogen kilometers is met 50% afgenomen.**”

5.

“Time to market is omlaag gegaan, onder andere door transparantere bedrijfsprocessen. Er wordt meer gedaan op minder m². **In totaal is de hoeveelheid kantooroppervlakte met 46% afgenomen.**”



Mobile working volgens Tjeu Verheijen

AANTREKKEN/BEHOUDEN TOPTALENT

KOSTENBESPARING OP HUISVESTING

BETER VOOR HET MILIEU

(GEBRUIK CRADLE 2 CRADLE-PRODUCTEN EN INVOEREN DUURZAAMHEIDSBELEID)

HOGERE WERKNEMERS- EN KLANTTEVREDENHEID

STIMULEERT INNOVATIE

BETER CONTACT MET STAKEHOLDERS

MEER BETROKKENHEID BIJ HET MERK

MIDDEN IN HET LEVEN



Scan de bovenstaande Quick Response code voor meer informatie over The Changing Workplace

Auteurs

Tjeu Verheijen – *Easycraat*

Harro Hoencamp – *Partner OCS Workplaces*

Concept, design en coördinatie

Doeft merk en communicatie

Wim van Beuzekom – *tekst & concept*

Gerard Buitendijk – *concept & art-direction*

Daphne Ploeg – *projectmanagement*

Fotografie

BC-Fotografie – *Pag. 6-7, 12-13, 18-19, 20, 23.2, 26-27, 34-50*

Getty Images – *Pag. 8-9, 10-11, 23.1, 24-25*

Hollandse Hoogte – *Pag. 15*

Steelcase – *Pag. 23.3, 28-29, 29.2*

Druk- en bindwerk

Fennema Drukkers i.s.m. Boekbinderij Patist

ISBN13 XXX-XXXX-XXXX-XXXX

NUR XXX

Oktober 2010 © OCS Workplaces, 's-Hertogenbosch



i → we



**ADAPTING
WORKPLACES
TO THE
RHYTHM OF LIFE**