

Een fijn kantoor moedigt aan tot beter werk

Annemieke Diekman

Meer aandacht voor de werkomgeving kan de productiviteit van werknemers flink verhogen en absenties terugdringen

Vijfjaargeleden moest telecombedrijf Plantronics als gevolg van de wereldwijde economische crisis inkrampen. In het Verenigd Koninkrijk betekende dat een teruggang in huisvesting van drie gebouwen naar slechts één. 'Dat hadden we in ons lange bestaan nog nooit gedaan', vertelt Philip Vanhoutte, managing director Europa, Midden-Oosten en Afrika. 'Ik maakte mij grote zorgen over de nieuwe werkomgeving.'

Net in die tijd liep de met Vanhoutte bevriende Tim Oldman met plannen rond een onderzoeksdatabase op te zetten. Oldman, nu ceo van onderzoeksbureau Leesman, wilde informatie verzamelen onder werknemers van bedrijven over hun werkomgeving, over hun bezwaren en wensen op dit gebied. Dit vanuit de achtergrond dat er veel gemeten wordt in kantoren, vooral op het gebied van kosten, maar er geen maatstaf is voor de manier waarop een kantoor functioneert.

'Ik wilde met Plantronics wel als proefkonijn dienen en heb mijn 350 werknemers de digitale vragenlijsten van Leesman toegestuurd', vertelt Vanhoutte. Die vragen liepen uiteen van tevredenheid over de koffie tot ICT-voorzieningen en klimaatbeheersing. 'Jong en oud, man en vrouw, in een lage of hoge functie en in verschillende landen — allemaal konden zij hun wensenlijstje kenbaar maken in volgorde van urgentie.'

Vanhoutte heeft er veel aan gehad. 'Je laat als het ware een röntgenfoto van je bedrijf maken en hebt in één keer in kaart waar het aan ontbreekt in de werkomgeving die je hebt gecreëerd voor je werknemers. En, net zo belangrijk, alle werknemers voelen zich gehoord. Het is niet de mening van een paar zeurpieten. Er kwam bijvoorbeeld uit dat een op de drie werknemers nooit zijn vrienden of familie op zijn werk zou willen uitnodigen — laat staan een klant. En in Duitsland was zelfs een op de twee zeer ontevreden over de akoestiek, die volgens hen het dagelijkse werk ernstig hinderde.'

Plantronics
De werkomgeving is flink aangepakt en dat heeft geleid tot minder absentie en een hogere loyaliteit van werknemers

Sinds dat eerste onderzoek is bureau Leesman de afgelopen vijf jaar fors gegroeid en doet het inmiddels wereldwijd onderzoek onder werknemers van grote corporaties, financiële instellingen en de overheid. 'Slechts 54% van de respondenten heeft een productieve werkomgeving. Daar valt veel in te verbeteren', zegt Gideon van der Burg, manager Leesman Benelux. 'Leesman heeft in korte tijd een grote database opgebouwd met informatie over het nut van een goede werkomgeving. Dat heeft geleid tot een benchmark gebaseerd op vier indicatoren waaraan bedrijven kunnen aflezen hoe ze scoren.'

Wat maakt een werkplek aantrekkelijk voor werknemers en draagt bij aan een hogere productiviteit? En wat zijn de grote ergernissen op de werkplek die de productiviteit in de weg staan? 'In een goede werkomgeving kun je individueel gefocust werken aan een bureau, telefoongesprekken voeren op je eigen werkplek en er zijn voldoende rustige ruimten voor zowel geplande meetings als ongeplande', noemt Van der Burg enkele voorwaarden.

Ook zijn er kwalitatief goede faciliteiten op de werkvloer. Met stip op één staan goede koffie- en thee faciliteiten, gevolgd door een schone werkomge-



Tips

1 Top drie taken waar- in de werkomgeving moet verbeteren: individueel geconcentreerd werken, telefoneren en vergaderen



2 Zorg voor een goede sociale infrastructuur. Samenwerken is belangrijk, dus maak het mogelijk

3 Omarm nieuwe technologieën zoals audiovisuele middelen, videoconferenties en boekings-systemen



4 Het welbevinden van werknemers is gebaat bij een goede akoestiek en een goed binnenklimaat

ving. Ook hechten werknemers veel belang aan een goed bureau, een goede stoel en dito computer en telefoon.

'Een telecombedrijf met ruim zevenhonderd mensen had per zes mensen een koffieapparaat', vertelt Van der Burg. 'De nieuwe ceo zag in dat de werkomgeving niet ideaal was. Hij wilde meer sociale interactie creëren en verving de 120 standaardkoffieapparaten door zes koffiecorners met goede koffie. Er ontstonden meer ideeën en dat kwam het werk en de productiviteit ten goede.'

Werknemers kunnen zich ook flink ergeren aan hun werkomgeving. Dan gaat het vooral om slechte klimaatbeheersing, minimale of geheel afwezige cateringvoorzieningen, geluidsoverlast en de afwezigheid van recreatieve voorzieningen in of nabij het werk.

Specifieke aandacht voor de werkomgeving is in Nederland nog een tamelijk onontgonnen gebied. Veel bedrijven worstelen volgens Van der Burg met de vraag hoe ze het vraagstuk tastbaar kunnen maken. 'Het vraagt een andere mindset. De hamvraag is: zie je je kantoor als kostenpost of als middel om succesvol te worden? Je moet niet alleen in kosten denken, maar ook strategisch naar je medewerkers kijken. Je moet erachter zien te komen of de werkomgeving ze in staat stelt goed en productief te werken.'

Nu de economische crisis voorbij is, lijkt de aandacht voor een goede werkomgeving wel toe te nemen. Volgens Van der Burg merkt Leesman dat aan een snelle stijging van het aantal respondenten in de database.

Bedrijven die volgens de benchmark van Leesman hoog scoren, doen het op alle vlakken beter. De sociale infrastructuur is beter georganiseerd, met voldoende zogenoemde 'wij-gebieden', waar informele spontane ontmoetingen kunnen plaatsvinden. Daarnaast heeft deze top vijftien voldoende rustige plekken waar men geconcentreerd alleen of samen kan werken, is de uitstraling van het kantoor goed en zijn het binnenklimaat en de akoestiek in orde. En koffie en thee zijn er natuurlijk goed. Bedrijven die dit voor elkaar hebben, kunnen rekenen op trots en loyaliteit van de werknemers.

Dat merkt ook Vanhoutte van Plantronics. Na de onderzoeksanalyse heeft hij de werkomgeving flink aangepakt. Er is vooral veel veranderd op het gebied van akoestiek en de sociale infrastructuur is fors verbeterd. 'Dat heeft geleid tot een lagere absentie en een hogere loyaliteit van de werknemers. Maar het heeft ook een groeiend enthousiasme bij sollicitanten tot gevolg. Die zien dat wij hier veel aandacht aan besteden en dat ze daarom 'verdomd graag' bij ons willen komen werken.'

ILLUSTRATIE: ARNOLD WIEL VOOR HET FD

AW

