

LNV Menukaarten

Van huisvestingsdoelstellingen naar huisvestingsoplossingen

Y. Martens, maart 2006, Delft: Center for People and Buildings

Inleiding

Doelstelling van het onderzoek is het verkennen van de mogelijkheid om een 'LNV-menukaart' te ontwikkelen voor kantoorhuisvesting. Deze menukaart moet klanten keuzevrijheid bieden bij het creëren van een eigen werkomgeving, afgestemd op werkprocessen en cultuur. Tegelijkertijd moet de menukaart duidelijke grenzen stellen aan die keuzevrijheid. Denk hierbij aan het beperken van het aantal 'gerechten' door standaardisatie van stramienmaten, oppervlaktes, ruimtetypen etc. De menukaart moet keuzevrijheid koppelen aan efficiëntie en flexibiliteit en aansluiten op het huisvestingsbeleid dat door LNV geformuleerd is.

Een aanvullende overweging voor het ontwikkelen van een generieke menukaart is het expliciteren van kennis. Nu bestaat de kans dat IFZ-adviseurs en andere betrokkenen bij elk project opnieuw nadenken over veelvoorkomende onderwerpen zoals het oppervlak van een stilletkamer of de inventaris van een projectruimte. Door dergelijke kennis vast te leggen in een menukaart wordt het mogelijk om kennis te hergebruiken, en daardoor sneller programma's van eisen te ontwikkelen.

Om de menukaart te ontwikkelen voert het Center for People and Buildings (CfPB) een vooronderzoek uit. Er wordt daarbij gekeken naar theorieën over maatsystemen, typologie, en patroontalen. Tegelijkertijd wordt, heel praktisch, gekeken naar het gebruik van menukaarten bij andere organisaties. Doel van de rapportage is een basis te vormen voor discussie over inhoud, vorm en toepassing van de LNV menukaart. Daarbij wordt getracht drie vragen te beantwoorden:

- 1 Waaruit bestaat de inhoud van een menukaart? Welke onderwerpen komen er aan de orde? Worden er alleen dimensies vastgelegd, of gaat een menukaart bijvoorbeeld ook in op materialisering, inventaris en bouwfysica?
- 2 Hoe kunnen menukaarten worden toegepast bij de implementatie van nieuwe kantoorconcepten? Op welk niveau in de organisatie worden er keuzes gemaakt en op welke wijze? Het kan variëren van een hiërarchisch model waarbij het management keuzes voorschrijft, tot uiteenlopende democratische modellen waarbij medewerkers in workshops zelf keuzes maken.
- 3 In welke vorm worden menuopties gecommuniceerd naar de klant? Cruciaal is dat aanbieder en klant dezelfde taal spreken en de menuopties op dezelfde wijze interpreteren. Om dit te bereiken moet er gekeken worden naar visualisatie en terminologie.

In hoofdstuk 2 verkennen we de mogelijke doelen van een menukaart. Hoofdstuk 3 belicht de menukaart vanuit een breder perspectief en daar vinden we verwante methoden in de



architectuurpraktijk. In hoofdstuk 4 besteden we aandacht aan menukaarten zoals ze in de praktijk worden gebruikt. Hoofdstuk 5 behandelt de casus van het LNV hoofdgebouw, waar al wordt gewerkt aan een menukaart. Ten slotte wordt in hoofdstuk 6 een checklist met aandachtspunten geformuleerd en wordt aangegeven wat nodig is om inhoud, vorm en toepassing te kunnen vaststellen.

Meer informatie:

E: info@cfpb.nl

W: www.cfpb.nl

