

VAN DE REDACTIE

## Het Nieuwe Werken en Het Nieuwe Kantoor

Het Nieuwe Werken heeft een effect op onze werkplek. Welke aspecten spelen daarbij?



**H**et Nieuwe Werken is niet meer weg te denken uit ons dagelijks leven. Werken onafhankelijk van tijd en plaats: het heeft een onontkoombaar effect op de inrichting van kantoorpanden. De ruimte wordt kleiner en efficiënter gebruikt. Hoe maak je nu een goede match tussen gebouw en gebruikers?

**Auteur: Cor Dol**

Iris de Been werkt bij het kenniscentrum Center For People and Buildings en houdt zich daar vooral bezig met toegepast onderzoek. “We zien wat er op de werkvloer gebeurt met mensen als ze overgaan van een traditioneel cellenkantoor naar Het Nieuwe Werken en het kantoor dat daar bij hoort. We doen veel vragenlijst-onderzoeken naar de beleving van deze werkomgevingen. Veel interviews. Dat geeft veel kennis en data. Veel case-specifieke kennis en algemene kennis over hoe deze overgangen worden beleefd, wat knelpunten zijn, hoe dat wordt opgelost en wat er allemaal goed en fout gaat.” Zo is een uitgebreide database opgebouwd, waar het kenniscentrum analyses op loslaat en de resultaten kan delen met andere organisaties, bijvoorbeeld om te benchmarken.

Bedrijven en organisaties voeren Het Nieuwe Werken vaak in met verschillende argumenten. Om het delen van kennis en de communicatie te verbeteren. Andere argumenten zijn: toekomstgericht zijn en mede daarmee een aantrekkelijke werkgever voor toekomstige werknemers. En ja, ook om de kosten te drukken door

**“Het gaat er uiteindelijk om een omgeving te creëren waarin mensen optimaal tot hun recht komen”**

minder vierkante meters te gebruiken. Dat kan, omdat Het Nieuwe Werken immers ‘tijd en plaats onafhankelijk’ voorstaat. De beschikbare kantoorruimte moet efficiënter gebruikt worden. Uit

de database van het Center For People and Buildings blijkt dat de gemiddelde bezettingsgraad van een traditioneel kantoor rond de 40 tot 50 procent ligt, dus organisaties hebben een punt als het gaat om de ruimte beter te benutten. Over het algemeen zijn er na invoering van Het Nieuwe Werken minder werkplekken dan werknemers: bijvoorbeeld 70 werkplekken per 100 werknemers. “In die nieuwe werkomgeving zien we meer openheid, gekoppeld aan het delen van kennis en communicatie. De open ruimtes worden vaak afgewisseld met gesloten ruimtes, voor concentratie of klein overleg. Dus: activiteit gerelateerd werken. Voor verschillende activiteiten zijn diverse plekken beschikbaar.”

### Omgevingspsychologie

Maar hoe bepaal je nu hoe een gebouw of afdeling er voor de mensen die er werken optimaal uitziet? Fiona de Vos, professor aan de Universiteit van Amsterdam, is omgevingspsychologe. Ze bestudeert de interactie tussen ruimtes en mensen. “Het gaat er uiteindelijk om een omgeving te creëren waarin mensen optimaal tot hun recht komen. Of het nu gaat om een patiënt in een ziekenhuis, een student op school of iemand met een kantoorbaan, dat maakt in principe niet uit. Het gebouw moet ondersteunend zijn aan die missie. Heel vaak is dat niet het geval, hoewel het wel de intentie is. De psychologie is aanvullend aan het ontwerp en je kan er daardoor veel bewustere keuzes in maken.”

### Wat heb je nodig?

De grootschalige intrede van Het Nieuwe Werken heeft voor een nieuw hoofdstuk in de omgevingspsychologie gezorgd. Meer doen met minder ruimte. “Het Nieuwe Werken heeft er voor gezorgd dat we nieuwe concepten uitrollen, waarin we veel beter kijken naar waar mensen elkaar moeten raken en waar niet. Opnieuw dus activiteit gerelateerd werken. Alleen het lastige is, is dat er veel wordt uitgerold onder de vlag van Het Nieuwe Werken zonder dat er goed gekeken is naar wat men wil ondersteunen. Wat hebben mensen nodig om hun werk goed te

kunnen doen?”, stelt Fiona de Vos een retorische vraag. Iris de Been: “Het is belangrijk te kijken wat de doelstellingen zijn van de organisatie of het bedrijf zelf. En wat past bij de cultuur? Het heeft geen zin om klakkeloos een concept over te nemen van een andere organisatie. Je kunt als organisatie wel roepen dat je meer kennisdeling wilt, maar wat beoog je daar mee? En hoe zou je dat willen? Past het eigenlijk wel bij je organisatie? We merken dat daar niet altijd even goed over wordt nagedacht.”

### Participatie

Hoe moet het wel? “De mate van participatie bepaalt zeer sterk de mate van acceptatie,” aldus Fiona de Vos. Oftewel: veel praten en overleg met de eindgebruikers van een gebouw of ruimte om er achter te komen wat zij nodig hebben. Nog belangrijker is de visie achter de verandering. “Wat wil je bereiken? Als het inderdaad gaat om een kostenreductie, wees daar dan ook maar eerlijk over. Vervolgens kun je kijken hoe je de zaak vervolgens goed oppakt: welke afdelingen en functies heb je in huis, hoe werken die samen en is dat optimaal? Voordat je gaat nadenken over nieuwe huisvesting, zou ik eerst de werkprocessen onder de loep nemen.” Zo kun je de core business van een bedrijf of organisatie versterken met huisvesting en inrichting.

### Kleuren en klimaat

In de afrondende fase zijn zaken als geuren en kleuren, geluid en privacy belangrijk. “Met name voor werkplekken in open ruimtes kan geluid erg storend zijn. Telefoongesprekken zijn door het menselijk brein niet te negeren en het kost dan veel energie om je daar voor af te schermen.” Anderen zijn visueel snel afgeleid. Kleuren kunnen te rijk, maar ook te arm zijn. “Er is een optimaal punt, maar dat verschilt per persoon. Klimaat is ook heel belangrijk.” Het binnenklimaat komt ook als opvallend punt naar voren uit de database van het Center For People and Buildings. “Echt een knelpunt”, vertelt Iris de Been. “Specifiek bij flexibele kantoren zien we dat

concentratiemogelijkheden en privacy een stuk minder worden gewaardeerd in vergelijking met het traditionele cellenkantoor. Het is essentieel dat de ICT-faciliteiten en het archief zo zijn ingericht dat zij flexibel werken goed ondersteunen. Als dit niet het geval is, dan komt dit in interviews met medewerkers direct naar voren als knelpunt. En niet alleen de werkomgeving zelf, maar ook het gedrag in de werkomgeving is erg belangrijk om een flexibel concept te laten slagen.” Dus: rekening houden met elkaar, elkaar aanspreken, geen plekken claimen, etcetera.

**“Branding kan er toe bijdragen dat mensen die in een gebouw hun werk doen, geïnspireerd en trots zijn”**

### Branded Workspace

Branded Workspace is het kiezen van een ontwerp en inrichting die volledig afgestemd is op het merk van een organisatie. Dat werkt merkversterkend. Gasten van het gebouw voelen waar een organisatie voor staat als ze binnenkomen en de hele beleving klopt bij wat een organisatie wil uitstralen. “Branding kan er toe bijdragen dat mensen die in een gebouw hun werk doen, geïnspireerd en trots zijn. Maar bovenal moet de ruimte op hún wensen afgestemd zijn en ter ondersteuning en optimalisatie van het werkproces”, bepleit Fiona de Vos. In de ontwerpfase geeft dat al genoeg stof tot nadenken en praten. Fiona ziet er een belangrijke rol voor de facility manager: hij of zij kan de wensen van de eindgebruiker borgen in het proces.