

# Vodafone - omarmt "The Changing Workplace"

Vodafone's hoofdkantoor in Maastricht ondergaat een metamorfose conform 'mobiel werken' ofwel 'The Changing Workplace'. Het gebouw waar ook het contactcenter is gehuisvest, wordt begin 2010, geheel klaar voor de komende jaren, opgeleverd. Tjeu Verheijen heeft in opdracht van Vodafone het concept 'The Changing Workplace' ontwikkeld. Het bijbehorende verandertraject, het design en de inrichting wordt in samenwerking met kantoorinrichters Office Concepts + Solutions (OCS) en Steelcase verder ingevuld.



“The Changing Workplace is een concept geheel gericht op het nieuwe werken, gekoppeld aan mobility. Hiermee praktiseert Vodafone waar het bedrijf voor staat: mobiel werken en snelheid, eenvoud en vertrouwen. Het concept is compleet, goed doordacht en gericht op inrichting die medewerkers efficiënter en effectiever laten werken.”

Tjeu Verheijen, Vodafone

# Dit is niet alleen een kantoor..

... maar ook een nieuwe organisatie-cultuur ...



De essentie van The Changing Workplace is dat een bedrijf rekening houdt met de behoeftes en het welzijn van de werknemers en het de efficiëntie en effectiviteit van werken verhoogt door het slim inrichten van de ruimte.

'Power to you' is het credo van Vodafone en wat het bedrijf betreft geldt dat zeker voor zijn medewerkers. Vodafone wil dat werknemers het beste uit zichzelf halen en biedt hiervoor de juiste omstandigheden door werk te beschouwen als een integraal onderdeel van het leven. Werken doe je niet van negen tot vijf, maar op flexibele werktijden, thuis of op de zaak, met je laptop in de trein of op een variabele werkplek op kantoor. Het concept van Tjeu Verheijen heeft Vodafone in samenwerking met OCS en Steelcase volledig doorgevoerd in het gebruik van kantoorruimte en communicatietools. The Changing Workplace gaat dan ook verder dan alleen de inrichting en het design. De strategische ligging van de panden is zeer gericht gekozen en deze zijn mede onderdeel van marketing als ook gericht op social responsibility.

## The Changing Workplace

De essentie van The Changing Workplace is dat een bedrijf rekening houdt met de behoeftes en het welzijn van de medewerkers en het de efficiëntie en effectiviteit van werken verhoogt door het slim inrichten van de ruimte. Om zo optimaal mogelijk van de beschikbare kantoorruimte gebruik te maken, worden alle vertrekken multifunctioneel ingericht en wordt ieder hoekje van



het pand effectief benut. Dit levert niet alleen kostenbesparingen op, het vergroot ook het plezier in het werk waardoor het welzijn van de medewerkers toeneemt en daarmee hun productiviteit. In Q-Port, het nieuwe Vodafone-gebouw dat begin 2009 zijn deuren opende in Amsterdam, heeft The Changing Workplace zijn vruchten al afgeworpen.

Nu wordt het concept ook toegepast in het hoofdkantoor in Maastricht dat bestaat uit twee gebouwen die verbonden zijn door een Plaza (de plek waar je een kop koffie of een gezonde maaltijd kunt combineren met je werkzaamheden). Iedere dag zijn er in het gebouw in Maastricht in totaal ongeveer 1.200 medewerkers gelijktijdig aanwezig, die kunnen werken waar en wanneer ze willen. Het ontwerp van de nieuwe inrichting is toegesneden op het optimaal in praktijk brengen van de bedrijfswaarden van Vodafone: snelheid, eenvoud en vertrouwen.

## Snelheid en eenvoud

Het hoofdkantoor ligt vlakbij het station van Maastricht. Het is dus snel en gemakkelijk, te voet, met de fiets of het openbaar vervoer te bereiken voor medewerkers en bezoekers. Het gebouw is ingedeeld in fast, medium en slow zones. Individuele taken vinden plaats in de fast zone, ruimtes waar men zich goed kan concentreren. Medium zones zijn plekken waar contacten

worden gelegd, zoals de 'Digital Forest', een informele lounge ruimte. Harro Hoencamp, directeur van OCS: 'De Digital Forest ruimten zijn ontworpen door studenten van de Kunst Academie van Maastricht. Ze hebben de opdracht meegekregen om de bedrijfswaarden, zoals dynamiek, eenvoud en vertrouwen, te verbeelden. Ook willen we hiermee de vier verschillende generaties op het werk aanspreken, zij zijn degenen die het bedrijf dragen.'

Ook voor ontspanning is voldoende plek bij Vodafone, in de slow zones. In de Plaza bijvoorbeeld kan men elkaar ontmoeten en samen wat eten. Het gebouw is zo ontworpen dat men niet naar een andere etage hoeft te lopen om bijvoorbeeld te vergaderen of koffie te halen. Verheijen: 'We hebben ons ook gericht op het spontane. Even snel met een collega iets bespreken kan in meerdere informele meeting rooms die op iedere etage aanwezig zijn. Je hoeft niet eerst een meeting room te boeken. Dit is snel, simpel en plezierig. Onze omgang met ruimte draagt bij aan zowel effectiviteit en mobiliteit als aan plezier in het werk. Rust, kleur en fun zorgen voor meer productiviteit van onze medewerkers.'

Het hebben van geen vaste werkplekken vraagt ook om herkenning binnen het pand: way-finding. Iedere verdieping wordt aangeduid met een cijfer op de muur aangebracht in graffiti door een

"Office Concepts & Solutions (OCS) is Steelcase Official Partner in Zuid-Oost Nederland. Het bedrijf is specialist in interieurarchitectuur en projectinrichting en richt bedrijven en organisaties turn – key in door een optimale afstemming van interieurarchitectuur, vormgeving, kwaliteit en flexibiliteit met als doel een inspirerende werkomgeving te creëren."

... en een multitasking werkomgeving



graffiti-kunstenaar. Ook heeft elke zijde van het gebouw zijn eigen kleur. Verheijen: "Ik zit op blauw 2 bij de touch-down" klinkt wellicht vreemd, maar is snel heel duidelijk als je eenmaal werkzaam bent binnen het pand.'

### **Vertrouwen**

Vertrouwen wil zeggen dat Vodafone streeft naar transparantie en openheid. Het bedrijf vertrouwt zijn medewerkers, zij mogen thuis werken en hebben flexibele werktijden waardoor werkplekken gedeeld kunnen worden. Vertrouwen uit zich ook bij het afrekenen van de lunch of koffie, dit doe je als medewerker bij de zelfscankassa. Transparantie en openheid komen eveneens terug in het ontwerp van het kantoorgebouw, waar veel gebruik is gemaakt van glas. 'Je kunt elkaar zien, niets speelt zich af in achterkamertjes of achter dikke muren', aldus Verheijen en Hoencamp.

### **Contactcenter**

Het contactcenter van Vodafone is gevestigd in gebouw 1. Hier is plaats voor 1.100 medewerkers. Het concept 'The Changing Workplace' en de bedrijfswaarden van Vodafone zijn ook hiervan het begin tot het einde doorgevoerd.





*In de speciaal ontworpen cocoons kan er worden getelefoneerd zonder collega's te storen.*

Datum: 2008 en 2009

Locatie: Amsterdam - (NL)  
Maastricht - (NL)


Steelcase Producten:


 FrameOne, Touchdown

 Think, bezoeker-, bureau- en  
hoge counterstoel

 Actuno

 Westside

 FrameOne, Tenaro

 Polivision Roomwizard, Walk  
and Talk whiteboards



**vodafone**

Vodafone

Tel: +31 (0)43 - 355 55 55

[www.vodafone.nl](http://www.vodafone.nl)

Office Concepts + Solutions

Tel: +31 (0)73 - 68 71 071

[www.ocs.nu](http://www.ocs.nu)

Steelcase Nederland

Worklife Amsterdam

Tel: +31 (0)20 311 84 10

[www.steelcase.nl](http://www.steelcase.nl)

Steelcase België & Luxemburg

Worklife Brussel

Tel: +32 (0)2 726 04 26

[www.steelcase.be](http://www.steelcase.be)

De 'Pitstop', ofwel het trainingcenter, op de eerste verdieping is een medium zone waar het gehele team samenkomt om kennis te delen. Verheijen: 'Af en toe alle koppen bij elkaar steken verhoogt de kennisoverdracht onderling en de betrokkenheid van ieder individu. Wil je een een-op-eengesprek dan kan dat in de coaching corners die op iedere verdieping aanwezig zijn.'

Vodafone maakt gebruik van VoIP. Alle contactcenter-gesprekken lopen via het internet, dit heeft als voordeel dat er slechts één infrastructuur nodig is. Veel van de klantencontacten verlopen ook via de e-mail. Alle contactcentermedewerkers kunnen stuk voor stuk door het raam naar buiten kijken. Verheijen: 'Als je naar buiten kijkt, ga je vanzelf ontspannen en dat leidt tot betere gesprekken met degene aan de andere kant van de lijn. Ook is er door gebruik van materialen en indeling veel rust op de werkvloer gecreëerd. De productiviteit van een contactcentermedewerker gaat zo omhoog. Het welzijn van onze medewerkers is belangrijk en daar hebben wij in het ontwerp van tevoren over nagedacht, bijvoorbeeld door veel daglicht binnen te laten. Bijkomend voordeel is dat men Vodafone een top plek vindt om te werken. Zo kunnen we de beste mensen aantrekken.'

Rekening houden met het milieu is een andere belangrijke pijler bij Vodafone en de materiaalkeuze is dan ook cradle to cradle (C2C). Hoencamp: 'Bij het inrichten hebben we zoveel mogelijk C2C toegepast. En we hebben samengewerkt met Steelcase, koploper in duurzaam en C2C product ontwikkeling. Alle Steelcase producten zijn ontwikkeld zonder gebruik te maken van schadelijke stoffen en zijn dan ook ontworpen om de beste prestatie te leveren op het gebied van de luchtkwaliteit op kantoor. In de 'Digital Forest' van het contactcenter zijn bijvoorbeeld alleen natuurlijke producten gebruikt. We hebben samegewerkt met Womanpower, het eigen initiatief en de overkoepelende organisatie van een aantal kleine bedrijfjes van vrouwelijke ondernemers in Nepal. Vodafone ondersteunt hen door ze aan fair trade werk te helpen.'

### Cijfers

Dankzij 'The Changing Workplace' en de clean desk policy delen 100 medewerkers nu 60 werkplekken en zijn de facility kosten met bijna 50 procent gedaald in het hoofdkantoor van Vodafone. Verheijen legt uit: 'Mobiel werken heeft natuurlijk ook veel financiële voordelen. Interne verhuizingen doen we niet meer, als je een nieuwe functie hebt, ga je wellicht in een andere zone werken maar meer veranderd er niet. We hebben het aantal printers weten te reduceren met meer dan 60 procent. Ook het printgedrag verandert langzaam, waarbij kleurenprints bijna helemaal zijn verdwenen. Tevens is er in de afgelopen 6 maanden heeft Vodafone 5.000 kilo minder papier ingekocht. Dit is een daling van 27% ten opzichte van vorige periode. Een besparing van 1 mln velletjes A4-papier of 85 bomen. Iedere werknemer heeft in plaats van zes strekkende meter opbergruimte nu nog één strekkende meter en een locker. Veel is opgeruimd, weggegooid en gedigitaliseerd. Door deze manier van werken is onze totale kantooroppervlakte in Nederland met 45 procent gedaald. Ook hebben we de kans gehad om met financiële steun van de gebouweigenaren de panden te optimaliseren en ze op strategisch goede locaties te verwerven. 80 Procent van de inrichting is volgens het cradle to cradle-principe ingevuld, wat natuurlijk zeer hoog is.'

