

Onderwerp: **Congres Buildin'green, keynote ir. Djelko van Es**

Datum: 21 januari 2016

## De relatie tussen welzijn en de gebouwde omgeving

### SAMENVATTING

Voor diegenen onder u die YNNO (nog) niet kennen:

YNNO is hét adviesbureau voor nieuwe manieren van werken. YNNO begeleidt bedrijven en organisaties die nieuwe manieren van werken willen ontwikkelen en implementeren. Zij willen daarmee hun productiviteit, efficiency en rendement naar een hoger plan brengen, en vooral het bedrijf of organisatie een krachtige impuls tot vernieuwing geven. Zij willen nieuw elan en nieuw enthousiasme creëren. Gemotiveerde productieve mensen in een gezonde omgeving dat is waar het over gaat.

De werkgebieden van YNNO beslaan zowel de harde als de zachte kant van arbeidsprocessen. Wij werken zowel aan huisvestingsvraagstukken, ict projecten, organisatiebegeleiding en projectmanagement. Uitermate actueel en overkoepelend is ons werkgebied Well-Being in the workplace.

De vakinhoudelijke specialisaties op de gebieden procesinnovatie, ICT, huisvesting, organisatiebegeleiding en projectmanagement hebben wij zelf in huis.

Creative Valley, de thuisbasis van YNNO in Utrecht dient ook als showcase en inspiratiebron. U bent daar uiteraard altijd van harte welkom voor een rondleiding door het pand, een plezierige informele ontmoeting of zakelijk contact.

## Gezondheid: de zeven dimensies van welzijn

Welzijn betekent veel meer dan fysieke en geestelijke gezondheid alleen. Het is het geheel van Sociaal welzijn, Emotioneel welzijn, Spiritueel welzijn, Welzijn in de leefomgeving, Welzijn op het werk, Intellectueel welzijn en Lichamelijk welzijn.

Deze zeven dimensies dragen elk afzonderlijk en in wisselwerking met elkaar bij aan de kwaliteit van ons leven.

Hoe hebben wij dat in de praktijk gebracht bij Liberty Global?

## Liberty Global

Als kabelmaatschappij een wereldspeler van formaat. In Nederland vooral bekend als de moedermaatschappij van UPC en Ziggo. Liberty Global is actief in 14 landen, toonaangevend in Europa en een inmiddels gevestigde en groeiende speler in Latijns-Amerika en het Caribisch gebied.

Een paar LGI kengetallen:

Omzet: 18,3 miljard dollar

Werknemers: 38.000

27 miljoen klanten

Het Europese hoofdkantoor ligt in het kantorenpark Schiphol-Rijk. De LGI campus bestaat uit een 5-tal kantoorgebouwen en een glazen kas rondom een centraal binnenplein. Er werken nu ca 1100 mensen. Op de campus zijn 51 nationaliteiten vertegenwoordigd, een waaier van culturen, gesproken talen, geloofsovertuigingen en visies. Het overgrote deel van de mensen is hoog opgeleid en bijzonder ambitieus. Hier is zonder meer sprake van multicultureel samenwerken.

Rond 2010 stond LGI voor de keuze om het door crisis geteisterde desolate kantorenpark te verlaten en de toch al grote leegstand nog verder te vergroten of te blijven en de crisis als een uitdaging voor vernieuwing te zien.

Achtergrond van die keuze was de grote vraag naar hoog opgeleide techneuten en hoe deze mensen iets te bieden waardoor ze graag bij LGI zouden willen komen werken en er ook zouden willen blijven. Het is niet moeilijk voor te stellen dat verhuizen naar het bruisende Amsterdam een aantrekkelijke propositie geweest zou zijn. Andere high tech bedrijven zoals Vodafone hebben daar voor wel voor gekozen.

De keuze van LGI om te blijven en te vernieuwen was dus een uitdagende weloverwogen stap. Liberty Global heeft de ambitie om met de nieuwe werkomgeving een inspirerende plek te creëren waar medewerkers zich welkom en gewaardeerd voelen. LGI wilde ruimte bieden om elkaar op een prettige en effectieve wijze te kunnen ontmoeten en een gevoel van betrokkenheid en trots om erbij te horen bewerkstelligen.

In de periode 2010-2015 heeft Liberty Global die nieuwe werkomgeving in nauwe samenwerking met YNNO ontwikkeld en geïmplementeerd.

Je kan de dimensies van welzijn ook zien als layers of lagen zo u wilt die elk op eigen wijze tot hun recht zouden moeten komen. Zowel bij het opstellen van het programma van eisen voor Liberty Global als later ook tijdens de gefaseerde uitvoering zijn deze lagen aangebracht, waarbij wij zowel de harde als de zachte kant integraal is benaderd, beoordeeld en laagsgewijs gerealiseerd.

Vierkante meters, Euro's en stevig projectmanagement telden evenzeer als een mooi prettig en gezond met prijswinnend en alom gewaardeerd resultaat.

## Pleidooi

U wilt natuurlijk weten hoe je zo'n prachtig en omvangrijk (groen)project verkocht krijgt en of u dat in uw eigen situatie ook voor elkaar zou kunnen krijgen. Het antwoord daarop is even simpel als gecompliceerd:

1. Het zou wellicht heel goed kunnen helpen om YNNO in te schakelen om tot een succesvol eindresultaat te komen.
2. Maar even zonder gekheid.
3. Zonder een top opdrachtgever die overtuigd is of tenminste kan worden overtuigd van nut en noodzaak van natuurlijk groen op de werkplek, een opdrachtgever die open staat voor vernieuwing, een opdrachtgever die ook bereid is om te experimenteren is de kans op succes nihil.

4. Gechargeerd gesteld en ik zeg dat wellicht met stevige woorden maar ook met de allerbeste bedoelingen:
5. De kans op succes door te komen met een excusé le mot standaard catalogus met een paar lullige planten in even lullige potten voor een lullig budget, met planten die bovendien op geijkte plekken neergezet worden en die zonder adequate zorg voortijdig doodgaan, **dat** werkt niet meer.
6. De afnemers van dergelijk aanbod zijn heus nog wel te vinden, maar de toekomst ligt elders.
7. En zeker zonder u op enige manier te kort te willen doen de exclusieve catalogi, onbetaalbare exoten, leasecontracten en puike dienstverlening zijn ook de revue gepasseerd, maar de gekozen insteek was een andere.
8. Mijn persoonlijke inschatting is dat de kloof tussen massa en maatwerk groter zal worden. Het zal vooral de middelmatigheid zijn die zal krimpen en wellicht ten onder zal gaan. In de tuincentra kan iedereen dat spul kopen.
9. Daarom tot slot het volgende
10. Heb de euvele moed om als branche en aanbieder te innoveren. Laat mensen vanuit een integrale holistische visie **ervaren** dat het goed en fijn is om omringd te zijn met levend groen, om door natuur als het ware omringd te zijn. Verzamel bewijs dat het werkt en tot meerwaarde leidt.
11. Laat zien dat de planten die u aanbiedt gekweekt zijn in gezonde natuurlijke en vooral milieuvriendelijke omstandigheden.
12. Kweek energieneutraal
13. Denk na over nieuwe vormen van klantrelaties. Hou bijvoorbeeld het eigendom van potten en planten en systemen bij de producenten en laat de klant alleen betalen voor het gebruiksgenot.
14. Blijf ook na de levering verantwoordelijk voor dat wat u doet.
15. Neem na afloop van het contract de materialen terug op een zodanige manier dat er een hergebruik cyclus ontstaat. U kent de term cradle to cradle al lang.
16. Kortom toon aan dat uw methode op een of andere manier bijdraagt aan een gezondere samenleving.
17. Wij willen straks geen planten meer die insecticiden uitwasemen op de werkplek en aan het einde van hun levenscyclus eigenlijk bij het chemisch afval gedumpt zouden moeten worden. Toon aan dat ze duurzaam en gezond geproduceerd zijn.
18. Maak uw werk zo aantrekkelijk, creatief en interessant mogelijk zodat klanten daar als vanzelf ook gebruik van willen maken. Neem de klant in communicatieve zin mee op uw innovatieve ontwikkelingsweg.
19. Enzovoort!
20. Maar het beste eenvoudige open deur advies luidt: verdiep je in je opdrachtgever / klant, leer zijn en motieven echt kennen en investeer zo mogelijk samen met de klant in een

stevig plan dat op de gebruikers is afgestemd. Investeer wellicht samen met de klant in een pilot project en evalueer en optimaliseer dat voordat een compleet project uitgerold wordt.

De kans op succes stijgt daardoor geweldig.

21. Alles wat bijdraagt aan een gezonde leef- en werkomgeving heeft toekomst. Bent u er klaar voor?

Met vriendelijke groet,

Djelko van Es

E [dve@ynno.com](mailto:dve@ynno.com)

M +31(0)626078895