

QUESTIES



WERKGELUK
is voor iedereen
anders!

Colofon

Questies is het magazine voor cliënten en relaties van FACET Accountants & Adviseurs.

Hoewel bij het redigeren van Questies de grootst mogelijke zorgvuldigheid wordt betracht, bestaat altijd de mogelijkheid dat bepaalde informatie na verloop van tijd verouderd of niet juist meer is. FACET Accountants & Adviseurs zijn niet aansprakelijk voor de gevolgen van activiteiten die worden ondernomen op basis van deze uitgave.

Redactie-adres

Postbus 4079
3006 AB Rotterdam
(010) 452 61 44

www.facet-accountants.nl

Contactpersoon

Kim Stander

Productie, teksten en redactie

Rijken & Jaarsma

Vormgeving

Kijk & Huiver

Fotografie

Rob Lamping, Amanda den Buitelaar,
Remie Kranendonk.
Foto Bas Flos door Peter Kasbergen

Lithografie & druk

Drukkerij Goos



Kim Stander, directie-assistent bij FACET: 'Je moet blij worden van je werk, dat is voor mij werkgeluk.'	4
Sandra Ketterings, balanscoach: "'Balans vinden" is een werkwoord'	6
Joël van den Doel, directeur eigenaar WEL Company: 'Veel vrijheid betekent dat je heel gedisciplineerd moet zijn'	9
Anke Slegtenhorst, oprichter en eigenaresse van Anke Beauty Centre: 'Balans en geluk zitten in jezelf'	12
Wat maakt de medewerkers van FACET gelukkig?	14
Boy van Houten, directeur Zien24: 'Veranderingen en nieuwe technieken adopteren is een absolute must binnen ons bedrijf'	16
Bart Flos, veranderadviseur en klagacoach: 'We vinden van onszelf helemaal niet dat we klagen. Andere mensen klagen...'	19
Lucas Petit, directeur-eigenaar Hoscom: 'Wij maken plekken die de omweg waard zijn'	22
Remco van Dijk, financieel directeur FLS Company: 'Over een klein flesje, een Boswandeling, merken bouwen en een geluksmanager'	25

Werken binnen vaste kaders of totale vrijheid?

Tussen de middag online gamen, tafeltennissen en Netflixen of buiten een wandeling maken?

Een vast dienstverband of liever zelf ondernemen?

Jobhoppen of vastigheid?

Millennials, dertigers of 50-plussers?

Een ding is duidelijk:

WERKGELUK is voor iedereen anders!

'Doe dingen
waar je blij
van wordt'

**'Iedereen
beleeft
werkgeluk
weer
anders'**

'Ervoor zorgen
dat bij alle
medewerkers het
vlammetje brandt'

'Een uitstekend
functionerend
team, daar word ik
gelukkig van'

'Wat de ene medewerker aanspreekt,
kan de ander juist vervelend vinden'

**'Een goede
werkplek draagt
absoluut bij aan
werkgeluk'**

'Werknemers zelf
hun salaris en het
aantal vakantiedagen
laten bepalen'





Kim Stander, directie-assistent bij FACET:

'Je moet blij worden van je werk, dat is voor mij werkgeluk.'

Goede primaire en secundaire arbeidsvoorwaarden, opleidingen die gefaciliteerd worden, personeelsuitstapjes, bedrijfsfitness en elke dag vers fruit. Allemaal ingrediënten die bij FACET aanwezig zijn en de basis vormen voor een flinke portie werkgeluk.

Maar daar draait het niet alleen om, meent Kim Stander, directie-assistent bij FACET. 'Het gaat erom dat je past binnen de cultuur van een organisatie, dat je je thuis voelt en dat je het naar je zin hebt. Je moet blij worden van je werk. Dat is volgens mij de basis van werkgeluk. Al is het voor een organisatie natuurlijk best lastig om daar concreet invulling aan te geven. Want wat de ene medewerker aanspreekt, kan de ander juist vervelend vinden.'

Bij FACET krijgen medewerkers veel ruimte om zichzelf te ontwikkelen en activiteiten te ontplooiën, aldus Kim. 'We krijgen veel vrijheid om invulling aan onze eigen functie te geven, maar dat gaat wel hand in hand met een groot stuk eigen verantwoordelijkheid. Bij FACET denken we niet zo in kaders. Dat vind ik persoonlijk heel prettig, dan functioneer ik het beste, maar er zijn natuurlijk ook mensen die wel graag volgens kaders werken.'

Coach

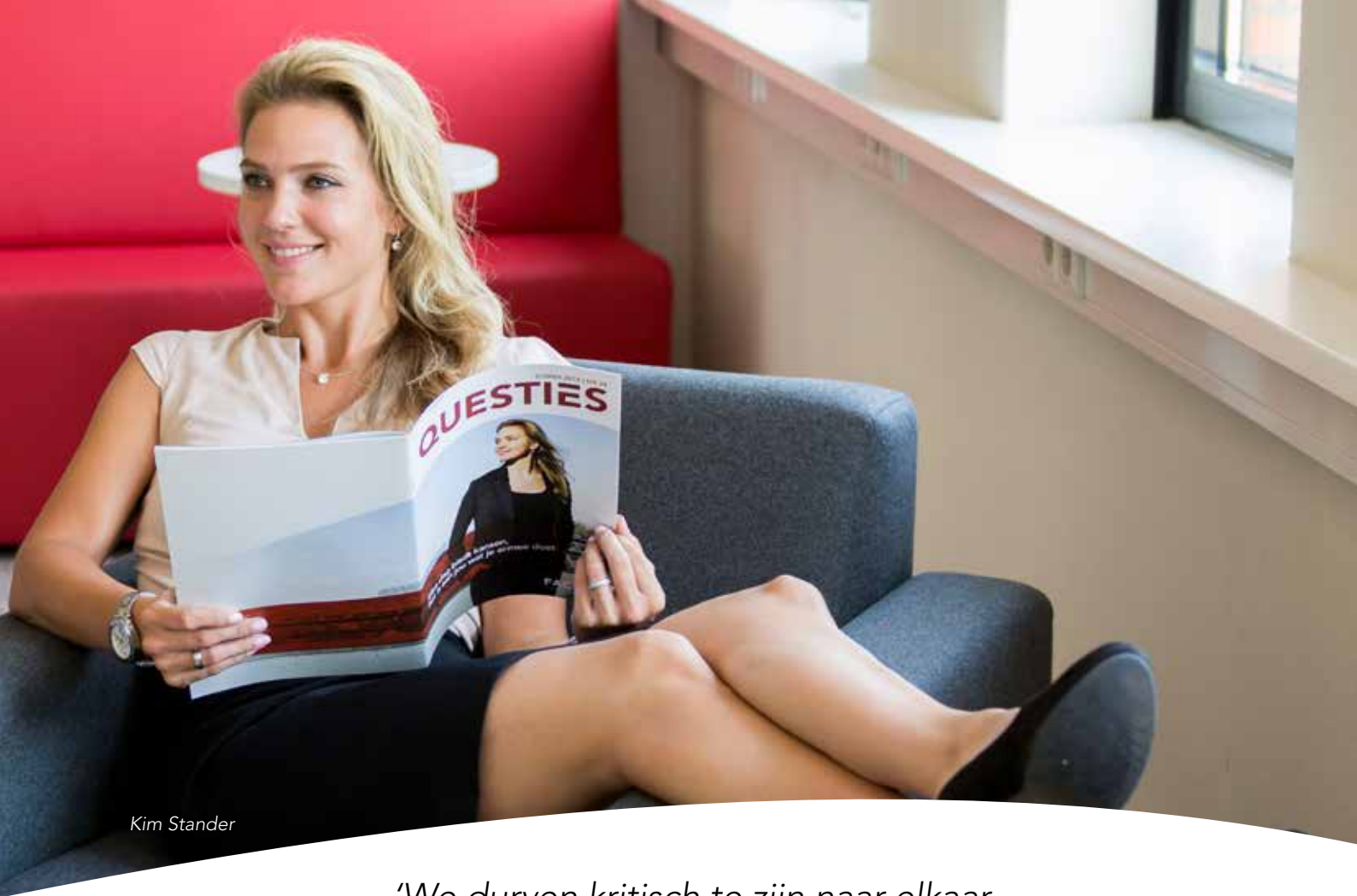
Om toch zoveel mogelijk mensen gelukkig in hun werk te laten zijn, is het heel belangrijk om naar mensen te luisteren, meent Kim. 'Daarom hebben alle medewerkers bij FACET een eigen interne coach waarmee ze regelmatig gesprekken voeren. In die gesprekken kunnen ze aangeven waar ze in hun werk zoal tegenaan lopen, waar ze aan willen werken of waarbij ze ondersteuning nodig hebben. Daarnaast kunnen medewerkers natuurlijk ook altijd met hun vragen, problemen of zorgen bij HRM terecht. Of bij mij.'

Evaluatiegesprek

Ook tijdens de beoordelingsgesprekken, tegenwoordig liever evaluatie- gesprekken genoemd, komen allerlei zaken aan de orde. Natuurlijk over het functioneren, maar ook de vraag "Wat is jouw stip op de horizon?". Kim: 'We kunnen het hele jaar onze collega's om een beoordeling vragen. Die beoordelingen plaats je vervolgens in het online beoordelingssysteem Trackstar. Zo is het evaluatiegesprek geen momentopname meer, maar wordt het een continu proces. En ja, we durven echt kritisch te zijn naar elkaar, daarmee help je elkaar juist.'

Inspiratieruimte

De afgelopen tijd zijn bij FACET verschillende zaken gerealiseerd die het werkgeluk nog verder moeten vergroten. 'Op de eerste etage lieten we een mooie inspiratieruimte inrichten. Heb je behoefte aan even wat rust om je heen, dan kun je daar gaan zitten. Maar veel belangrijker is dat het nu de centrale ontmoetingsplek is voor al onze medewerkers. Iedereen gebruikt de lunch in de inspiratieruimte en daardoor is de afstand die er voorheen was tussen de etages, sterk verminderd. Daarnaast ben ik in gesprek met een vitaliteitscoach waarmee we bijvoorbeeld mindfulness wandelingen of bootcamps willen gaan organiseren. Natuurlijk bieden we onze medewerkers ook meer praktische trainingen aan, zoals hoe je meer grip kunt krijgen op die soms overvolle mailbox.'



Kim Stander

*'We durven kritisch te zijn naar elkaar,
daarmee help je elkaar juist.'*

Balans

Ook merkten we dat een aantal mensen moeite had om de balans te vinden tussen werk en privé. Om die reden schakelden we balanscoach Sandra Ketterings in. Zij is met enige regelmaat bij ons op kantoor voor coachingssessies, al kunnen medewerkers er ook voor kiezen om naar haar praktijk te gaan. Dat mensen "uit balans" zijn, is overigens niet altijd werkgerelateerd. Er kunnen ook dingen in de privésfeer spelen die invloed hebben op iemands functioneren. Een veel genoemde stressfactor die mensen uit balans kan brengen, is het fileleed. Dus biedt FACET medewerkers de mogelijkheid om, als het werk dat toe laat, eerder of later te beginnen of thuis te werken.'

Anti-klaag-workshop

En dan is er nog de Anti-Klaag Workshop van Bart Flos die medewerkers recent konden volgen. 'We wilden aan de hand van die workshop op een leuke manier laten zien wat het met andere mensen doet als iemand zich negatief uitlaat. Komt iemand bij ons in dienst, dan duurt het ongeveer zes weken voordat degene een beetje gesetteld is. Wordt hij of zij ingewerkt door iemand die alleen maar loopt te klagen, dan gaat die nieuwkomer dat gedrag overnemen. Dat was best een eye opener voor mensen...'

Vriendschappen

Wat mij persoonlijk echt gelukkig maakt binnen FACET, is de manier waarop we hier met elkaar omgaan. Er zijn hier echte vriendschappen ontstaan. Mensen zoeken elkaar op, in de lunch-pauze, maar ook in hun vrije tijd. Die cultuur heerst hier gewoon. Dat vind ik echt super. FACET, dat is eigenlijk een beetje ons tweede thuis...'

Inspiratieruimte

In de inspiratieruimte is voldoende plek voor alle medewerkers van FACET om bij elkaar te zijn. Aan de lange eetbar staan, naast de reguliere barkrukken, ook een paar fietskrukken waarvan veel gebruik wordt gemaakt. Aan de muren zijn schitterende zwartwit foto's van Rotterdam te bewonderen. Leuk detail: deze foto's zijn gemaakt door Yvonne Dekkers, voormalig lid van het Team Support bij FACET.

Sandra Ketterings:

'Balans vinden is een werkwoord'

Balanscoach en maatschappelijk werkster Sandra Ketterings ondersteunt de medewerkers van FACET bij het vinden van meer balans in hun leven. Sinds kort is zij gemiddeld één dag per maand fysiek aanwezig bij FACET, want dat maakt de drempel om bij haar naar binnen te lopen een stuk lager. Wat hebben 'balans' en 'werkgeluk' eigenlijk met elkaar maken?

Tijd om wat vragen aan Sandra voor te leggen.

Volgens je website ben je 'balans-coach voor vrouwen'. Waarom specifiek voor vrouwen?

Sandra: 'Vrouwen vinden het over het algemeen veel lastiger dan mannen om privé en werk van elkaar te scheiden. Mannen zijn veel beter in het omzetten van die knop. Zeker als er in een leven ingrijpende gebeurtenissen plaatsvinden, denk aan het krijgen van kinderen, vinden vrouwen het lastig om dat los te laten als ze op hun werk zijn. En dat levert extra stress op. Het is overigens niet zo dat ik geen mannen in mijn praktijk behandel, maar zo'n 80% van mijn cliënten is een vrouw.'

Waarom vinden vrouwen dat lastiger?

'Vrouwen gaan anders met hun vrije tijd om. In grote lijnen: mannen werken meer uren buitenshuis, vrouwen zijn over het algemeen meer uren per dag bezig met huishoudelijke taken en het zorgen voor anderen. Tel je de uren op, dan komt die som onder de streep ongeveer op hetzelfde getal uit. Dat betekent dat mannen en vrouwen ongeveer evenveel vrije tijd overhouden. Alleen begint bij veel vrouwen dan nog de "derde shift". Uit onderzoek blijkt dat vrouwen in hun vrije tijd vaak nog aan het piekeren zijn over van alles en nog wat. Kijken man en vrouw 's avonds met elkaar op de bank een film, dan geniet de man daadwerkelijk van die film. De vrouw kijkt wel, maar denkt ondertussen

ook nog aan het meegeven van gymkleding aan de kinderen, een opmerking die manlief maakte of de zorg die nodig is voor een ouder. Pas als dat allemaal een plek heeft, voelt het voor een vrouw pas als vrije tijd.'

Wat is de verklaring voor die 'derde shift'?

'Die komt voort uit de evolutie en hoe we in de oertijd geprogrammeerd zijn. De mannen waren jagers en zij trokken eropuit. De vrouwen bleven in de grot en zorgden voor de ouders, de zieken en de kinderen. Vrouwen waren en zijn nog steeds heel erg gericht op de relatie met anderen. Die verantwoordelijkheid voor anderen zit gewoon heel diep in ons vrouw-zijn. Dat is onze valkuil, maar het is tegelijkertijd ook onze kracht. Want het is mooi om met en voor anderen bezig te zijn, zolang er maar sprake is van balans.'

Hoe kun je voorkomen dat je uit balans raakt?

'Door te weten hoe je zelf in elkaar steekt, wat van daaruit je valkuilen zijn en hoe je die moet vermijden. Komen mensen bij mij, dan hebben ze vaak al een burn-out of ze zitten er dicht tegenaan. Ik kijk eerst heel gericht naar wat hun grootste stressbron is. Vervolgens ga ik samen met hen kijken wat ze kunnen veranderen om ervoor te zorgen dat ze weer meer controle over hun leven krijgen. Dat zijn soms

maar hele kleine stapjes. Als je in zo'n situatie zit, is het heel moeilijk om te bedenken wat je anders kunt doen. Mensen zijn vaak zo moe en daardoor kunnen ze niet meer helder denken. Ik begin vaak met kleine dingen die ze kunnen veranderen, dat kan al helpen. Zoals een kwartiertje eerder opstaan, zodat iemand de rest van de dag meer rust en ruimte heeft. Soms is dat kwartiertje zelfs al te veel. Dan bouwen we dat op met een minuutje per dag. Ook moeten mensen leren om eerder naar hun alarmbellen te luisteren en daarnaar te handelen. "Balans vinden" is een werkwoord. Het is eigenlijk nooit klaar, maar je kunt wel leren hoe je dat moet doen. Mensen moeten dus echt hun gedrag veranderen. Want alleen uitrusten en er vervolgens weer vol tegenaan gaan, lost niets op. Dan lopen ze binnen de kortste keren weer tegen hun eigen grenzen aan.'

Wat is jouw rol bij FACET?

'Medewerkers ondersteunen die moeite hebben om balans te vinden. Dat kan bijvoorbeeld te maken hebben met werkdruk, met files, maar soms ook met privésituaties. Ik luister en adviseer hen, maar bied ook praktische oplossingen, zoals hoe ze efficiënter kunnen werken of meer grip op hun agenda kunnen krijgen. Ik ben eigenlijk de bedrijfsmaatschappelijk werkster. Dat FACET mij daarvoor inschakelt, vind ik goed werkgeverschap.'

Wat is werkgeluk volgens jou?



'Dwing jezelf om één ding te doen en doe dat met je volledige aandacht'

'Dat je je kwaliteiten tijdens je werk kunt inzetten en dat je je stress tijdens een werkdag onder controle hebt.'

Zijn daar handvatten voor te geven?

'Absoluut. Mijn eerste advies: **Stop met multi tasken!** Dwing jezelf om één ding te doen en doe dat met je volledige aandacht. Ons brein kan namelijk niet twee dingen tegelijk doen. Geef bijvoorbeeld dat rapport je volledige aandacht en zet je mail en mobiel uit. Focus je op één ding, dan functioneer je beter, je werkt effectiever en je wordt minder moe. Schakel je over op een andere taak, sluit dan de vorige taak in je hoofd af, neem een paar tellen rust en richt je op die volgende taak.

Mijn tweede advies: **Gun je brein af en toe rust.** Stonden we vroeger op de bus te wachten, dan kreeg ons brein even rust.

Tegenwoordig grijpt iedereen meteen naar zijn mobiel. We raken daardoor heel erg overprikkeld. Het is nodig om je brein af en toe te resetten. En door gewoon een beetje te lummelen, raak je je stress kwijt. Bouw dus elke dag een paar schermvrije momenten in. Ga dan ook niet lezen of het huishouden doen, maar doe gewoon even helemaal niks. Dat is in het begin best moeilijk en confronterend. Begin daarom met een minuutje even in- en uitademen en bouw dat op naar een kwartiertje per dag.

Advies nummer drie: **Slaap voldoende!** De allerbeste manier om stress kwijt te raken, is een goede nachtrust. Bouw geen "slaapschuld" op, want dat is slecht voor je brein en voor je lijf. Als je moe bent, vraagt elke beslissing om evenveel energie en kun je geen prioriteiten meer stellen. En lig je lang wakker omdat je

aan het piekeren bent? Leg dan een pen en papier naast je bed om dingen op te schrijven waar je in je hoofd mee bezig bent. Of leer jezelf ontspanningstechnieken aan. En ook heel belangrijk: kijk een half uur voordat je naar bed gaat niet meer op een scherm, dim alvast de lichten en doe kaarsjes aan. Dat zijn allemaal rituelen die ervoor kunnen zorgen dat je makkelijker in slaap valt.'

Heb je nog een boodschap voor de lezers van Questies?

'Stap uit de ratrace. Gun jezelf regelmatig een mini time-out, maak tijd voor jezelf. En stel jezelf af en toe de vraag: Ben ik nog wel aan het doen, wat ik eigenlijk wil doen?'

Meer weten over Sandra?

Neem dan een kijkje op haar website: www.debalanscoachvoorvrouwen.nl

*'Het is nodig om
je brein af en toe te resetten'*





Joël van den Doel

Joël van den Doel, directeur eigenaar WEL Company:

'Veel vrijheid betekent dat je heel gedisciplineerd moet zijn'

DGA's Joël van den Doel en Marcel Moor wisten het na hun MBO-opleiding als automonteur meteen zeker: dit gaat het niet worden. Dus volgden ze een HBO-studie Automotive Engineering en spraken ze af om samen een bedrijf te starten. Na deze studie deden ze eerst werkervaring op, maar negen jaar geleden was het zover. Vanaf een zolderkamer in Maassluis ging hun bedrijf WEL Mobiliteit van start.

In het afgelopen decennium groeide WEL Mobiliteit uit naar WEL Company, een bedrijf bestaande uit vier divisies: WEL Mobiliteit, WEL Roadrunner, WEL Consulting en WEL Engineering. De zolderkamer maakte plaats voor een eigentijds bedrijfspand aan de Bandijkweg in Maasdijk en volgend jaar tikt de teller van het aantal personeelsleden de twintig aan. En al die werknemers mogen zelf hun salaris en het aantal vakantiedagen bepalen. Is dat werkgeluk?

Core business

Voordat Joël die vraag beantwoordt, eerst meer over het bedrijf, de diensten en het DNA van de medewerkers. Joël: 'Het is lastig om onze core business in het kort te omschrijven, omdat we inmiddels vier verschillende divisies hebben. De woorden "asset management", "proces management" en "verandering in gedrag en werkwijze" komen het dichtst in de buurt. Ongeveer de helft van onze opdrachten bestaat nog steeds uit mobiliteitsvraagstukken. Daarnaast implementeren we LEAN-trajecten bij bedrijven, adviseren we klanten hoe zij meerdere vestigingen binnen hun organisatie kunnen aansturen, maar verzorgen we bijvoorbeeld ook cursussen Projectmanagement voor onderwijsinstellingen. Wij zijn als bedrijf behoorlijk innovatief en worden vaak ingehuurd om de boel intern eens flink op te schudden. Want al ligt de basis van de problematiek vaak wel in de processen verankerd, het gaat ook om de zaken daaromheen zoals cultuur, angst voor verandering en verschillende denkwijzen.'

Cruciale ingreep

Een paar jaar geleden werkten Marcel en Joël nog volop mee in het bedrijf. 'We wilden groeien en zagen zeker potentie. We deden wel aan acquisitie, maar dan vooral een beetje tussen de werkzaamheden door. Daardoor bleef onze omzet stabiel. Drie jaar geleden besloten we tot een cruciale ingreep. Ik stopte met alle projecten en ging mij volledig richten op het verkennen van de markt en het ontwikkelen van nieuwe producten en diensten.

DNA

Ook intern moesten we aan ons bedrijf en aan onze mensen werken. Want zijn je medewerkers tevreden, dan werken ze harder en stralen ze meer bevologenheid uit. Medewerkertevredenheid is de belangrijkste invloedfactor op de klanttevredenheid.

We vinden onze cultuur en ons DNA belangrijk, daar houden we ook regelmatig sessies over met onze medewerkers. We selecteren onze mensen niet zozeer op kennis en

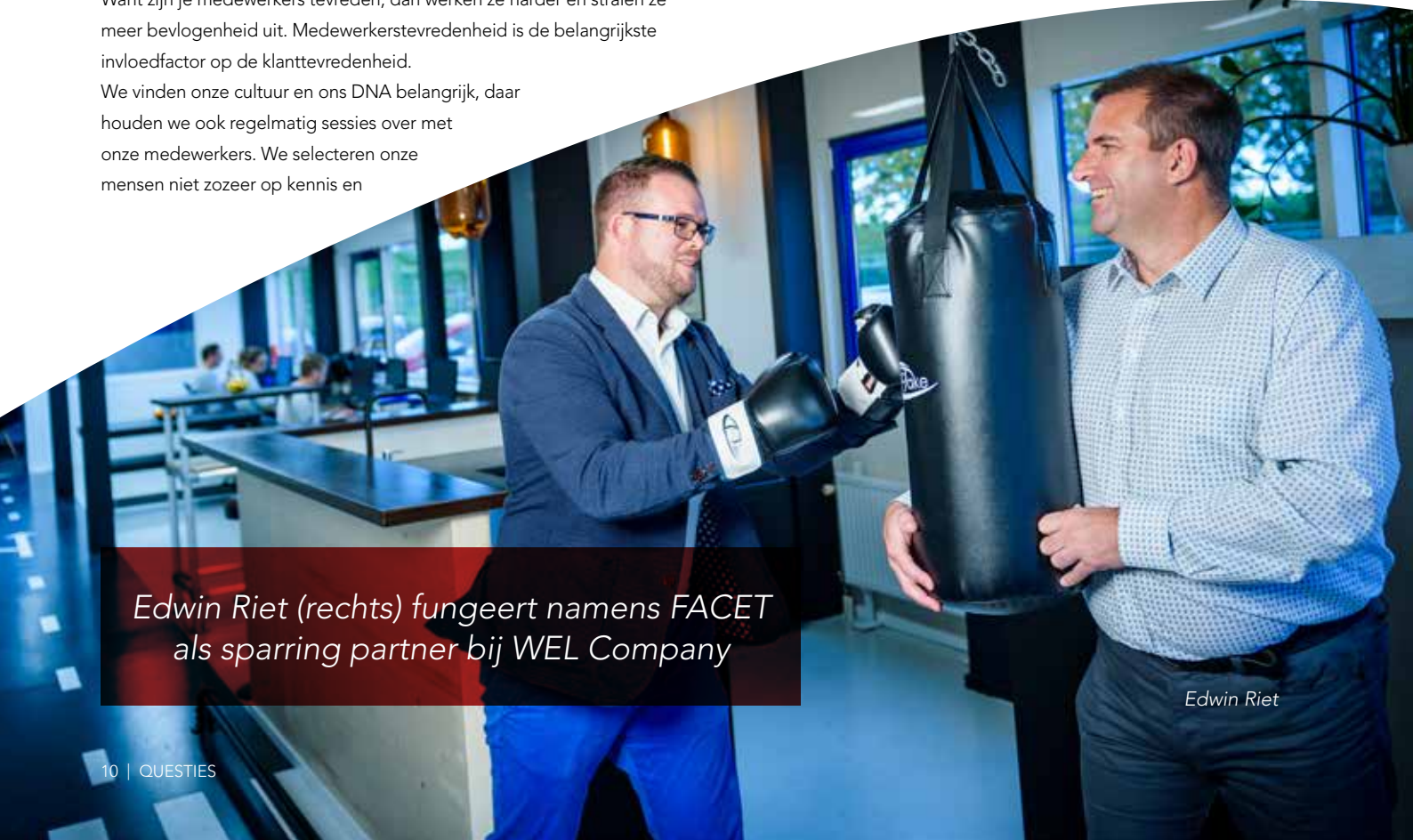
ervaring, maar vooral op DNA, want dat is voor ons heilig.' Dat DNA is volgens Joël samen te vatten in vier kernwaarden. 'De eerste is **mensgerichtheid**. Wij werken in een branche met veel blauwdenkers, dus mensen die denken in processen en hoe je van A naar B komt. Bij ons werken ook blauwdenkers, maar dan met een mensgericht tintje en juist dat creëert meerwaarde voor onze klanten. Want daarmee overwin je weerstand bij bijvoorbeeld een verandertraject. De tweede kernwaarde is dat wij **altijd alles continu willen verbeteren**. Die drijfveer zit ook in al onze mensen.

De derde kernwaarde is **innovatief denken en duurzaamheid**.

Duurzaamheid zit dan vooral in onze visie dat alle oplossingen gericht moeten zijn op de lange termijn. Want de goedkoopste oplossing nu kan misschien over tien jaar wel de duurste oplossing zijn. En onze laatste kernwaarde is een combinatie van de Westlandse en de Rotterdamse cultuur: **"Niet lullen, maar WEL poetsen"**. Overigens ligt de beoordeling van alle medewerkers gewoon bij de eigen collega's. Personeel neemt bij ons namelijk personeel aan. Al voeren Marcel en ik wel maandelijks informele gesprekken met alle medewerkers over het werk en de projecten, maar ook over hoe het met mensen gaat, zowel zakelijk als privé.'

Vrijheid

Medewerkers van WEL Company moeten wel kunnen omgaan met de vrijheid binnen het bedrijf. 'Ja, onze mensen hebben inderdaad veel vrijheid. Wij kennen geen vaste werkdagen, werktijden of werkplekken, medewerkers mogen onbeperkt op vakantie en ze mogen verdienen wat ze zelf willen. Dat klinkt natuurlijk fantastisch, maar geloof me, dat



Edwin Riet (rechts) fungeert namens FACET als sparring partner bij WEL Company

Edwin Riet



*Geen vaste werkdagen, werktijden of werkplekken,
onbeperkte vakantiedagen en verdienen wat je wilt.
Dat klinkt fantastisch, maar het vraagt veel van mensen.*

vraagt echt veel van mensen. Want veel vrijheid betekent dat je heel gedisciplineerd moet zijn. We zijn een bedrijf zonder regels, maar we hebben wel werkafspraken, bijvoorbeeld over hoe we ons werk aanpakken, want dat borgt onze kwaliteit. En plannen wij een vergadering, dan verwacht ik ook dat iedereen er is. Elke afspraak staat wel ter discussie. Dus heeft iemand een beter idee? Breng dat dan vooral ter sprake en zorg ervoor dat de collega's daarmee instemmen. Alles mag hier veranderd worden, daar hebben Marcel en ik niks over te zeggen. Wil iemand alle muren zwart verven en zijn de collega's het daarmee eens? Ga je gang! Het mooie is dat door die vrijheid een natuurlijk proces ontstaat. Drie keer per jaar op vakantie? Vooral doen, als je er maar wel voor zorgt dat jouw projecten klaar of overgedragen zijn, dat deadlines zijn gehaald en dat je toestemming hebt van je collega's en van je klanten. Mensen corrigeren elkaar vanzelf wel als het uit de hand gaat lopen.

Salariscommissie

Van nature zijn Marcel en ik enorme controle freaks en heel perfectionistisch. Dus toen we

besloten om het vaststellen van de salarissen los te laten, was dat voor ons wel een heftig proces. Om te zorgen voor structuur, riepen we een salariscommissie in het leven. Elke medewerker kan in die commissie gaan zitten, alleen Marcel en ik mogen dat niet. Vindt een medewerker dat hij of zij te weinig verdient, dan loopt dat via die commissie. Daarnaast zijn alle financiën voor iedereen inzichtelijk, dus de omzet, de winst, de kostenposten en de salarissen. De commissie bepaalt niet alleen de salarissen, maar bijvoorbeeld ook waar we als bedrijf wel of niet in gaan investeren. Zie ik voor het bedrijf een kans waarvoor een investering nodig is, dan moet ik dat idee bij de commissie zien te verkopen. Natuurlijk fluiten ze me regelmatig terug. [schaterlachend:] En ja, dan wil ik wel eens hard met mijn vuist op tafel slaan en roepen: Wie is hier nou de baas!!! Maar ja.....'

Taboe

Natuurlijk waren Marcel en Joël bij het vrijlaten van de salarissen best bang voor de uitkomst. 'Met uiteindelijk een salarisverhoging van 3% viel dat enorm mee, daar hadden we vooraf zo voor getekend. Het bracht ook een cultuurver-

betering met zich mee. Want omdat iedereen zijn salaris open op tafel moest leggen, dus ook Marcel en ik, verdween dat taboe en dat creëert een hechtere band.'

Zelfsturende organisatie

Of dit werkgeluk is? 'Het zal er een onderdeel van zijn. Onze medewerkerstevredenheid scoort hoog en het is mooi om te zien dat medewerkers hun eigen verantwoordelijkheid nemen. Eigenlijk zijn Marcel en ik voor heel veel zaken niet meer nodig. Het is ons doel om een zelfsturende organisatie te creëren. Daarbij laten we ons inspireren door de theorie van onder meer Eckart Wintzen* (van het boek Eckart's Notes) en Ricardo Semler (van het boek SEMCO-Stijl). We voelen ons pas succesvol als wij hier niet meer nodig zijn. Volgens mij zijn we op de goede weg.'

*) Eckart Wintzen ontwikkelde een managementconcept waarbij een bedrijf is opgedeeld in vele kleine, volledig zelfstandige, eenheden of cellen.

Anke Slegtenhorst, oprichter en eigenaresse van Anke Beauty Centre:

'Balans en geluk zitten in jezelf'



*'Als je doet wat je leuk vindt, vind je het
niet erg om meer uren te werken.'*

Anke Slegtenhorst is oprichter en eigenaresse van Anke Beauty Centre. Met vestigingen in Barendrecht en Rotterdam en twaalf medewerkers in dienst werkt Anke niet alleen hard, maar ook met enorm veel plezier. 'Ik werk aan en niet in het bedrijf. Mijn bedrijf groeide en ik begon het ondernemen steeds leuker te vinden. Inmiddels ben ik echt een ondernemer in hart en nieren! Ook vind ik het belangrijk om mijn kennis en ervaring op anderen over te brengen. En dan niet alleen vaardigheden die betrekking hebben op het vak, maar vooral over hoe je met mensen moet omgaan. Want dat is binnen ons vak misschien wel het allerbelangrijkste.'

Om de vaardigheden van haar mensen steeds aan te scherpen, richtte Anke haar eigen interne Beauty University op. 'Het is mijn missie om mijn klanten kwaliteit en professionaliteit te bieden. Ik wil hen echt het beste geven. Via mijn University kan ik mijn medewerkers permanent opleiden, begeleiden en bijsturen. Op die manier kan ik de kwaliteit en professionaliteit dus ook echt waarborgen.' Naast een goede scholing vindt Anke het ook belangrijk om haar medewerkers toekomstperspectief binnen haar bedrijf te bieden. 'Daarom ontwikkelden we verschillende functies, zoals Beauty Advisor, Beauty Expert of Beauty Specialist. Hebben medewerkers de ambitie om verder te groeien, dan kan dat. Hebben ze die ambitie niet, dan is dat ook goed. We kijken vooral naar waar onze mensen het beste passen. Ook dat is een onderdeel van werkgeluk.'

Fulltime

Anke heeft zowel parttimers als fulltimers in dienst. 'Eerlijk gezegd werk ik het liefst met fulltimers, want dan kan ik de continuïteit beter waarborgen. Ik promoot dat dus zoveel mogelijk, maar ik merk dat ook jongeren meestal niet fulltime willen werken omdat ze aangeven tijd voor zichzelf nodig te hebben. Dan denk ik wel bij mezelf: "Ga werk doen waar je blij van wordt". Want als je doet wat je leuk vindt, vind je het niet erg om meer uren te werken.'

Generatiekloof

Toch gelooft Anke niet in een generatiekloof. 'Zorg ervoor dat je de juiste mensen voor je bedrijf aantrekt en zorg voor een goede begeleiding. Laat nieuwe medewerkers of stagiaires weten wat wel en wat niet kan, wat de missie en de kaders van je bedrijf zijn. Blijkt iemand hier niet in mee te kunnen gaan, dan past de gene gewoon niet bij je bedrijf en moet je afscheid van

elkaar nemen. Maar dat heeft niets met leeftijd te maken, dat kan net zo goed gebeuren bij iemand van 25 als bij iemand van 50 jaar oud. Ook het fenomeen "jobhoppen" waar de jongere generatie bekend om zou staan, heeft volgens mij vaak te maken met het ontbreken van die begeleiding. Iedereen zoekt vastigheid en iedereen wil werken op een plek waar hij of zij gewaardeerd wordt. Maar al te vaak wordt van jongeren als ze ergens gaan werken al van alles verwacht, zonder dat ze daarin begeleid worden. Dat werkt niet, daar worden ze onzeker van met als gevolg dat ze vertrekken omdat ze zich niet thuis voelen. Van kinderen kun je toch ook niet verwachten dat ze zomaar kunnen afwassen? Dat moeten ze eerst van hun ouders leren. Leg dus een goede basis. Mijn ervaring is dat jonge mensen daar absoluut voor open staan.'

Mindset

Volgens Anke heeft elke generatie zo zijn eigen problematiek. 'Voor mij zijn veel dingen herkenbaar. Ik zie jonge moeders die te kampen hebben met een permanent slaapttekort en veertigers die nog volop bezig zijn met hun schoolgaande kinderen. Zelf heb ik volwassen kinderen, maar ook kleinkinderen, een moeder die veel zorg nodig heeft en een eigen bedrijf. Daar moet ik een weg in zien te vinden. Het gaat volgens mij vooral om je mindset, dus hoe je naar dingen kijkt en hoe je ermee om gaat. Want balans en geluk zitten echt in jezelf. Iedereen loopt op enig moment in zijn of haar leven tegen problemen aan. Het gaat toch bij niemand zomaar van een leien dakje? Maar als je alles beu bent en als die gedachte steeds meer bezit van je gaat nemen, dan is dat een leefkuil voor ongenoegen. Dan ben je thuis niet meer leuk, maar ook voor je baas en je collega's ben je dat niet meer. Het vinden van die balans is dus oh zo belangrijk. En ja, dan ben ik dus blij dat ik werk doe waaraan ik enorm veel plezier beleef. Dat is voor mij werkgeluk.'

Waar word jij gelukkig van?



'Met de werksfeer bij FACET zit het wel goed'

Ingrid Overbeeke

'Mijn collega's dragen bij aan mijn werkgeluk. Ze luisteren, ik kan ermee lachen en als het nodig is drogen ze mijn tranen. Ook de kans krijgen om het werk te doen wat mij voldoening geeft, geeft mij werkgeluk. In mijn geval had ik het GELUK dat FACET in mij een toekomst zag. Door deze kans zit ik hier echt op "mijn plek". Iedere dag stel ik mijzelf vragen als: Krijg ik alles weer op de rit? Ben ik niet iets vergeten? Maar juist dat is waarvoor ik mijn bed uitkom!'



Basharat Siddiqui

'Drie dingen dragen absoluut bij aan mijn werkgeluk. Ten eerste de werksfeer. We brengen immers een groot deel van onze tijd door op het werk. En met de werksfeer bij FACET zit het wel goed. Ten tweede het plezier dat ik uit mijn werk haal. Ik doe wat ik leuk vind en het werk is uitdagend. Ten derde: Satisfaction. Als ik aan het eind van de dag een telefoontje krijg van een collega of een klant dat ik mijn werkzaamheden goed heb opgepakt, dan heb ik mijn doel behaald. En dat voelt goed.'





Agnes Veen

'Soms begint de dag met file en dan baal ik flink, maar het moment dat ik bij FACET binnenstap, is het alsof ik thuis kom. Met een cappuccino loop ik naar mijn werkplek. Ik lees in mijn mail dat de klant die ik begeleidde bij de overstap naar een ander boekhoudpakket, zo blij is met mijn ondersteuning. Hierdoor vergeet ik die file en wordt mijn dag ineens heel leuk.'



Moonling Liu

'Voor mij is werkgeluk goed werk afleveren zodat mijn collega's en klanten tevreden zijn. Werkgeluk krijg ik ook als er een gezonde balans is tussen zakelijk en privé. Daar krijg ik energie van en dan kan ik weer goed presteren op mijn werk. En zo is de cirkel rond.'





Boy van Houten

Mark Oosterom

Boy van Houten, directeur Zien24:

‘Veranderingen en nieuwe technieken adopteren, is een absolute must binnen ons bedrijf’



Netflix kijken, een potje tafeltennissen of online gamen in de lunchpauze? Op het kantoor van woningmarketingbureau Zien24 is dat de normaalste zaak van de wereld. 'Ook voor mij was dat wel wennen hoor,' vertelt de 33-jarige Boy van Houten, één van de twee directeurs van Zien24. 'Maar onze kantoormedewerkers zijn over het algemeen vrij jong, zo begin 20. Dan moet je niet alleen zorgen voor goede werkplekken, maar ook voor voldoende "chillplekken". Dat soort faciliteiten draagt absoluut bij aan het werkgeluk van onze mensen.'

Laten we eerst wat beter kennis maken met Zien24 (voorheen Zien!). Oprichters en vrienden Boy van Houten en Matthijs de Lang startten hun bedrijf in 2010. 'Ik werkte daarvoor met veel plezier bij CycloMedia. Zij brachten de openbare ruimte in beeld met 360-graden foto's. Wij wilden op die technologie voortborduren, maar dan met één groot verschil: huizen en gebouwen aan de binnenkant fotograferen. We zijn ons gaan richten op de vastgoedmarkt omdat we daar voldoende "return of revenue" konden behalen. Dat was in 2010, dus ja, volop crisis en een huizenmarkt die instortte. Maar juist daarom had de vastgoedmarkt enorm veel behoefte aan producten die woningen en panden op een goede manier konden visualiseren. Daar speelden wij op in.'

Fotografen en inmeters

Inmiddels heeft Zien24 ruim 200 fte's in dienst. 'Daarvan zitten zo'n 25 medewerkers hier op kantoor en hebben we zo'n 80 mensen "op de weg". Dat zijn onze fotografen en onze inmeters. De rest zit op onze vestigingen in China en Portugal.' En voor degenen die zich afvragen wat een 'inmeter' is? 'Dat zijn specialisten die een woning inmeten met een lasermeter. Naast het op allerlei manieren fotograferen van woningen is dat één van onze andere hoofdproducten.'

Groei

Van twee man naar tweehonderd man, dat is een flinke groei. Boy: 'Ja, maar die groei had groter kunnen zijn als we sommige dingen anders hadden aangepakt. We stapten echt in heel wat valkuilen, daar kan ik wel een boek mee vullen. We startten in 2010 vanaf scratch en leenden 10.000 euro van de bank. Daarvan kochten we een verkeerde auto en een verkeerde camera. We hielden onze cijfers niet in de gaten, terwijl we vooral verlies leden.

Misschien maar goed dat we dat niet wisten, anders hadden we misschien niet eens doorgezet. In het begin werkten Matthijs en ik dag en nacht. We reden het hele land door om die landelijke dekking te kunnen garanderen. Vervolgens waren we 's avonds nog druk bezig om al het beeldmateriaal te editen. Door dat proces te outsourcen, reduceerden we niet alleen onze kostprijs, maar creëerden we ook meer massa. Dat bleek een goede stap. Inmiddels hebben we een productiecentrum in de Chinese stad Shenzhen en eentje in Lissabon.'

In vaste dienst

Boy en Matthijs roeiden bij de crisis dwars tegen de stroom in en eigenlijk doen ze dat nu weer. 'Geen flexibele schil van fotografen die we op afroep inhuren, maar fotografen in vaste dienst. De reden hiervoor is simpel. Laat je fotografen structureel woningen fotograferen, dan worden ze daar steeds beter in. Bovendien snijdt het mes aan meerdere kanten. De fotografen doen fulltime werk dat ze het allerliefste doen, zijn grotendeels vrij om hun tijd in te delen en hebben een vast inkomen. En voor ons is het prettig dat de kwaliteit en de eenduidigheid van de processen gewaarborgd zijn.'

Spreiding

De fotografen en inmeters van Zien24 zitten verspreid over het hele land. 'Die spreiding vormt wel een uitdaging,' aldus Boy. 'Want hoe houd je mensen dan bij je organisatie betrokken? We organiseren daarvoor regelmatig events en proberen door kleine dingen het Zien24-gevoel over te brengen. Dus niet één groot kerstpakket in december, maar kleine attenties het hele jaar door. Ook houden onze medewerkers onderling contact via Slack, een chattool vergelijkbaar met het vroegere MSN.'

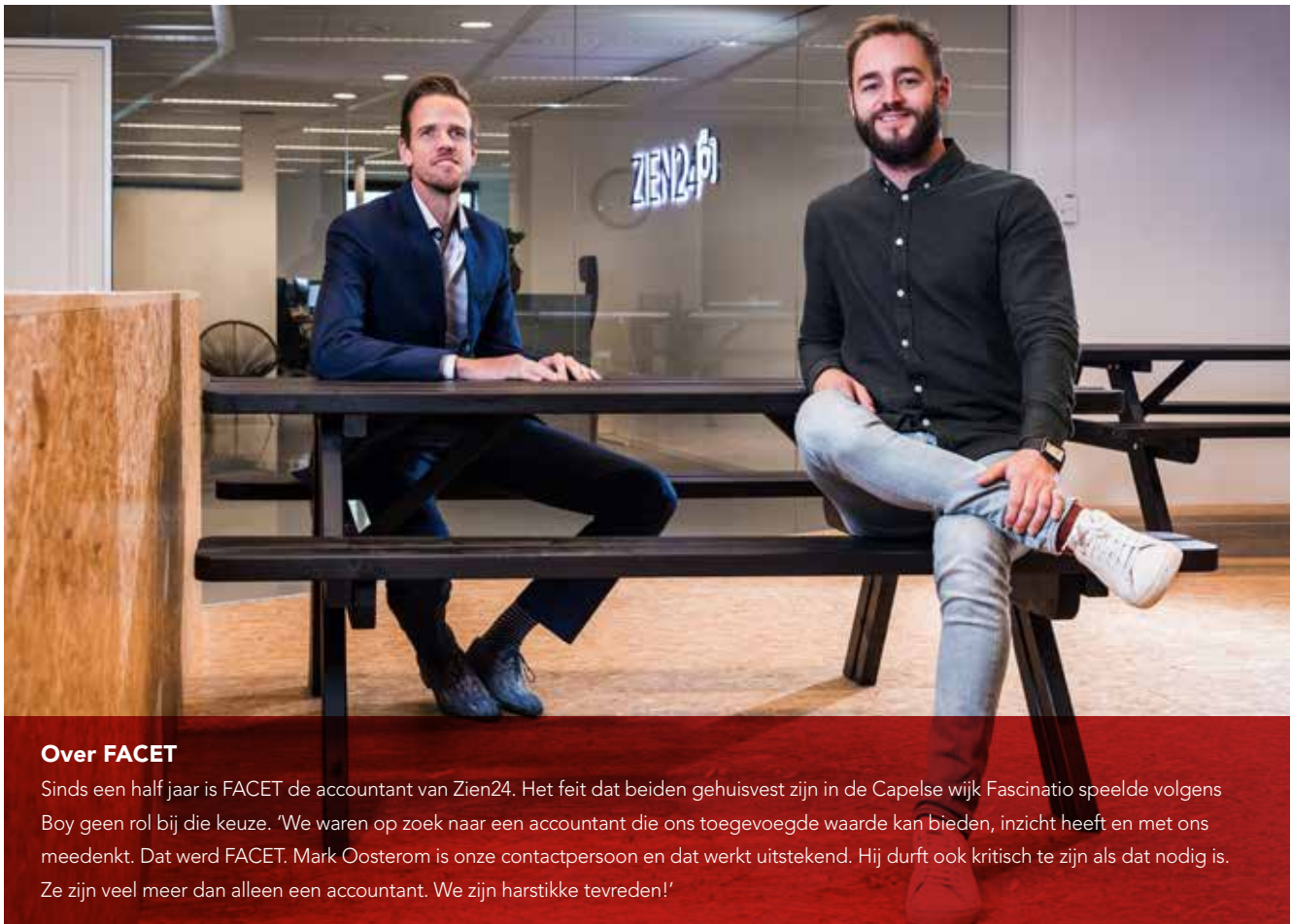
Nieuwe generatie

Door de groei van Zien24 zijn Matthijs en Boy druk met het werken aan hun bedrijf. Het personeelsmanagement is daar een onderdeel van. Boy: 'Dat vind ik soms lastig. Voor veel jongeren is dit hun eerste baan. En de millennials kijken anders tegen werken aan dan dat wij dat vroeger deden. Voor hen is het sociale aspect heel belangrijk, we zien dat ze ook privé vaak dingen met elkaar ondernemen. En door alle social media is hun spanningsboog niet zo groot. Ik moet ze ook anders benaderen, kritische feedback moet ik bijvoorbeeld op de juiste manier verpakken.... En ze vinden, meer dan mijn generatie, de balans tussen werk en privé belangrijker. Daar staan gelukkig ook veel positieve zaken tegenover. Ik ervaar dat jongeren zich heel betrokken voelen bij dit bedrijf, dat ze goede ideeën hebben en veranderingen en nieuwe technieken heel snel adopteren. En zeker dat laatste is hier een absolute must.'

Valkuilen en verhalen

Nog even terug naar het strategische besluit van Zien24 om het productieproces te outsourcen. Boy: 'Eerst naar India, maar dat bleek moeilijk te managen vanuit Nederland. Een medewerker van Chinese afkomst zette ons op het spoor van China. Enthousiast, maar volkomen onvoorbereid, vlogen wij vervolgens naar de stad Shenzhen in China. Om er daar achter te komen dat bijna niemand Engels spreekt. Met handgebaren kregen we een taxichauffeur zover om ons bij de universiteit af te zetten, waar we op zoek gingen naar een student die Engels sprak. We liepen willekeurig een lokaal in en wat bleek? De professor die daar voor de klas stond, sprak Engels, had twee jaar in Rotterdam gewerkt en had een connectie met mijn oude werkgever.... Hoe groot is die kans dat je zo iemand spontaan ontmoet in een stad met 16 miljoen inwoners? Die professor bracht ons vervolgens met de juiste mensen in contact.'

En waarom Portugal? 'Naast China wilden we een productiecentrum dichterbij huis. Een relatie van ons had een kantoor in Portugal. Daar is de infrastructuur en het internet goed, spreken veel mensen Engels, waren de prijzen nog relatief laag en was de vastgoedmarkt booming. Ook nu gingen we weer enthousiast van start. We openden een kantoor in Faro en pimpten dat eerst helemaal op. Alleen... Faro bleek een soort spookstad, we konden geen personeel krijgen. Inderdaad, een valkuil! We begonnen opnieuw, dit keer op een flexplek in Lissabon. Inderdaad, het leermoment! Los daarvan besloten Matthijs en ik om in Lissabon af te gaan bouwen. We vinden dat we te veel met verschillende dingen bezig zijn. We gaan ons nu eerst focussen om in Nederland "de keuken" goed op orde te krijgen. Zien we dan een kans in het buitenland, bij voorkeur in Amerika, dan grijpen we die met beide handen aan.'



Over FACET

Sinds een half jaar is FACET de accountant van Zien24. Het feit dat beiden gehuisvest zijn in de Capelse wijk Fascinatio speelde volgens Boy geen rol bij die keuze. 'We waren op zoek naar een accountant die ons toegevoegde waarde kan bieden, inzicht heeft en met ons meedenkt. Dat werd FACET. Mark Oosterom is onze contactpersoon en dat werkt uitstekend. Hij durft ook kritisch te zijn als dat nodig is. Ze zijn veel meer dan alleen een accountant. We zijn harstikke tevreden!'



Bart Flos

Bart Flos, auteur van onder meer 'Het Anti-Klaag Boek, Eerste hulp bij zeuren en zaniken' is veranderadviseur en klaagcoach:

'We vinden van onszelf helemaal niet dat we klagen. Andere mensen klagen...'

Klagen, we doen het allemaal wel eens. Is het niet over het weer, nog steeds met stip de nummer 1 op de klaagladder, dan is het wel over de inzet van een collega, de prijs van de benzine of over het feit dat de vakantie eigenlijk veel te kort was. Maar is klagen vervelend, beïnvloedt klagen het werkgekluk en zorgt het voor een negatieve sfeer op de werkplek? Met andere woorden: klagen we teveel? Die vraag stelden we aan Bart Flos.

Zijn antwoord was kort en krachtig: 'Mensen vinden van zichzelf helemaal niet dat ze klagen. Ándere mensen klagen...'

Bart Flos is auteur, presentator, inspirator, trainer, coach en veranderadviseur. Maar ook: gewoontedoorbreker, groepskatalysator en procesprikelaar. Een hele mond vol dus. In die rol(len) geeft hij zogenaamde Anti-Klaag Workshops. Begin oktober was hij bij FACET om daar zo'n workshop te geven. 'We hebben overigens niet alleen het onderwerp klagen en anti-klagen behandeld – want natuurlijk wordt er bij FACET wel eens geklaagd – maar we spraken ook over de toekomst van FACET en hoe die matchen met de bedrijfscultuur en datgene waar FACET voor staat.

Aan het einde van de workshop vond een creatieve denktanksessie plaats waar de deelnemers werd gevraagd om in kleine groepen met originele, creatieve en outside-the-box ideeën, suggesties en voorstellen te komen om gezamenlijk meer in oplossingen te denken. Binnen een half uur waren er door "parallel processing" maar liefst 44 ideeën ontstaan. Daar word ik blij van; het is altijd weer fantastisch om te zien hoe mensen onder creatieve druk zo makkelijk in oplossingen kunnen denken.'

Klaagparadox

Klagen, zowel zakelijk als privé, is niet erg, als het maar niet ontspoord. Bart Flos: 'Ik vind het een boeiend thema. Want weet je, mensen vinden

van zichzelf helemaal niet dat ze klagen, ándere mensen klagen. Ik noem dat de klaagparadox. Notoire zware klagers zijn in werkelijkheid passionele mensen, ze hebben het hart weliswaar op de tong maar ze bedoelen het goed. Ze zijn enorm betrokken en hebben het beste voor met het bedrijf. Het komt alleen soms een beetje onhandig uit hun mond. We moeten die klagers leren omhelzen.'

Positief

Klagen heeft volgens Bart een duidelijke functie. 'Er zijn drie vormen van klagen: treuren, betreuren en zeuren. En er zijn drie anti-klagvormen: troosten, prijzen en prikkelen. Klagen komt voort uit de nadruk leggen op negatieve afwijkingen van iets of iemand. Het zit in onze genen. We hebben het meegekregen uit de oertijd. Om te overleven moesten we wel op negatieve afwijkingen letten, zoals: waar bevindt zich de beer ten opzichte van mijn grot, van welke bessen kan ik doodgaan, wat moet ik doen als ik een wond krijg die gaat ontsteken? In mijn Anti-Klaag Workshops vertel ik de deelnemers hoe zij elkaar kunnen stimuleren om een klacht uiteindelijk om te zetten in een positieve, constructieve oplossing. Want klagen om het klagen zelf (zeuren en zaniken) helpt niet terwijl constructief klagen een positief saamhorigheidsgevoel creëert en op zijn minst het begin van de oplossing is.'

Effect van klagen op innovatie

Echter, een notoire zware klager kan de bully van het bedrijf worden,



juist omdat ze zo'n enorme invloed hebben. Dat soort klagers hindert de vooruitgang van een onderneming en remt innovatie. Bart Flos: 'De techniek staat niet stil. Robotica en kunstmatige intelligentie nemen veel menselijk handelen over. Naar mijn mening moet je daar niet over klagen maar moet je als bedrijf tijdig maatregelen nemen. Klagen in de basis is goed, maar het moet gekanaliseerd worden. Ik geloof bijvoorbeeld niet in "klaagvrije dagen". Dat gaan we namelijk de volgende dag direct compenseren omdat we ons zo hebben moeten inhouden. Een klaagvrije samenleving bestaat ook helemaal niet, maar ik geloof wel in een klaagarme samenleving. Koester de "luizen in de pels"! Maar pas op: uit onderzoek blijkt dat een paar zware klagers in een groep van 100 mensen, meer dan de helft van de sfeer kunnen beïnvloeden. Dat is veel teveel informele macht. Managers zouden dus aandacht kunnen besteden aan die paar individuen die continu negatieve energie verspreiden en nauwelijks worden tegengesproken. Zij hebben niet alleen een enorme invloed op de werksfeer en het werkgeluk, maar ook op de efficiency en effectiviteit. Sterker nog: in kleine groepjes van zo'n 8 tot 10 collega's heeft een notoire klager 100% invloed. Zo iemand domineert de groep omdat niemand hem durft tegen te spreken met als gevolg dat groepsleden zich aan hem of haar gaan aanpassen. Voor je het weet heb je een klaagzang.'

Werkgeluk of werkgeluk

Klagers kunnen zorgen voor werkgeluk, zonder dat ze het zelf in de gaten hebben. Bart Flos: 'De klaagparadox dicteert ook dat klagers-groepjes zichzelf helemaal niet negatief vinden. Ze vinden zichzelf juist positief omdat ze kritisch zijn en voortdurend meedenken en ze zijn gelukkig omdat ze zich zo kunnen uiten. Maar de mensen om de klagers heen – de managers bijvoorbeeld – vinden die groep juist heel negatief en zichzelf weer positief!'

Werkgeluk is trouwens een subjectief begrip. Iedereen beleeft het anders. Voor mij bijvoorbeeld geldt dat ik mijn werk zodanig moet kunnen indelen dat ik de dingen kan blijven doen die ik echt leuk vind en niemand mij gaat vertellen wat ik zou moeten doen. Ik ben naast schrijver ook fotograaf en jazzpianist. Als ik achter de piano of achter de camera kan kruipen, mijn relatie kan onderhouden, vrij kan zijn en soms even helemaal niets hoeft te doen, dan ben ik het meest gelukkig. Het is voor mij heel belangrijk dat ik piano kan blijven spelen en dat mijn werk mij daar niet in belemmert. Daarom ga ik eind december de studio in om de jazzsuite die ik schreef, op te nemen en met professionele jazzmuzikanten te gaan werken. Dan ben ik helemaal in mijn element. Voor mij is dat ultiem levensgeluk, voortkomend uit een optimale balans tussen werk en privé.'

Het Anti-Klaag Boek, eerste hulp bij zeuren en zaniken

In 2011, midden in de crisistijd, verscheen Het Anti-Klaag Boek van Bart Flos. 'Juist omdat er in en over de crisis veel werd geklaagd, vonden bedrijven het ingewikkeld om vooruit te kijken.' In die tijd werkte hij als crisismanager. 'Ik werd steeds meer gevraagd om samenwerkingsverbanden die aan het ontsporen waren, door te lichten. Mensen werkten hard, burn-outs kwamen vaak voor. En er werd natuurlijk veel geklaagd. Als ik dan weer eens een enorme puinhoop had opgeruimd, kreeg ik nogal eens te horen "had dat niet eerder gekund!" of "dit is nog steeds niet goed!". Ik wilde dan eigenlijk een pets uitdelen. Want ze klaagden maar, alles ontspoorde en niemand kwam zelf met een oplossing. Maar omdat je nu eenmaal geen pets mag uitdelen, heb ik er maar een boek over geschreven. Inmiddels staat de negende druk op stapel. Inderdaad, ik mag niet klagen.'

Meer informatie:

www.bartflosveranderadvies.nl



Doe de test

Klaag je zelf veel?
Of zijn het altijd die anderen?
Meten is weten dus doe de test op
www.antiklaagboek.nl

Lucas Petit, directeur-eigenaar Hoscom:

'Wij maken plekken die de omweg waard zijn'

... en de locatie van het Delta Hotel in Vlaardingen is die omweg absoluut waard. Gebouwd na de oorlog met Marshallhulp, gelegen half in de Nieuwe Waterweg waar de container- en vrachtschepen van en naar Rotterdam af en aan varen. Vanuit het restaurant van het Delta Hotel heb je zo een prachtig uitzicht op al die immense schepen en de installaties van onder meer de petrochemische industrie die aan de overkant van het water liggen. Bedrijvigheid volop, 24/7. 'Ga maar met je rug naar het raam zitten, anders word je zo afgeleid,' is het advies van Lucas Petit.

Ook in het Delta Hotel heerst 24/7 bedrijvigheid. Op de vraag wat Hoscom is en doet, gaat Lucas Petit, directeur-eigenaar, er eens goed voor zitten. 'Hoscom is de holding waarin vijf hotels zijn ondergebracht. Het Delta Hotel in Vlaardingen, Badhotel Rockanje, Landgoed De Holtweijde in Lattrop, Grand Hotel Opduin in De Koog op Texel en Hotel Post-Plaza in Leeuwarden. Ieder hotel heeft zijn eigen uitstraling. Daar kiezen we bewust voor. Wij ontwikkelen en exploiteren onze hotels voor de lange termijn. Ze moeten passen in de omgeving en zijn daarom ook uniek, het zijn geen radertjes in een groot geheel. Elk van de vijf hotels staat onder leiding van een zelfstandige directie. Wij zijn namelijk van mening dat de organisatie juist door die individualiteit sterker wordt. Samen met Niek Rietveld, de financieel directeur van Hoscom, ondersteun ik de hoteliers bij het ondernemen. Dat werkt prima, onze organisatie is plat, mijn laptop en mijn mobiel vormen het kantoor.'

Vooruitstrevend en gedreven

Alles zoveel mogelijk zelf door de hotels laten bepalen en uitvoeren. Dat geldt alleen niet voor de administratie en de automatisering. Lucas Petit: 'De automatisering en alles wat met onze financiële ruggengraat te maken

heeft, gebeurt centraal. FACET is sinds een jaar onze accountant en adviseur en ook voor de automatisering schakelen we een externe partij in. We hebben bewust voor een middelgroot accountantskantoor gekozen. FACET toonde zich tijdens de pitch vooruitstrevend en gedreven om waarde toe te voegen aan het controleproces. Veel accountantskantoren zijn hierin nog steeds conservatief. Ook de realtime controle waar FACET op een gegeven moment op over gaat, sprak ons erg aan. En wat die toegevoegde waarde betreft: in de afgelopen periode analyseerde Cor van Marle het schoonmaakproces van de kamers van alle vijf de hotels via process mining. Dat gaf een verrassend beeld en daar gaan we zeker nog verder actie op ondernemen.'

'Ons vak bestaat uit ontzettend veel details.'

Kansen zien en pakken

Lucas vertelde het al, elk hotel heeft een eigen identiteit, gericht op de omgeving waar het zich bevindt. Is het dan mogelijk om voor al die verschillende locaties de kansen te blijven

zien en ook te pakken? Lucas Petit: 'Als ondernemer zie je de hele dag kansen en dan is het de kunst om de juiste kansen te grijpen en niet alles beet te pakken. Ieder hotel heeft zijn eigen visie. Dat kan ook niet anders, de locatie, de cultuur of het team is in Twente heel anders dan bijvoorbeeld in Vlaardingen. Dus stuur ik op vijf visies tegelijk. Wat hebben ze in Rockanje of in Leeuwarden nodig om hun visie waar te maken? De hotelier/ondernemer ter plekke moet die kansen grijpen. Daarbij helpen we elkaar en doen we bij elkaar inspiratie op. De hotellerie is een lastige markt, hij is volatiel, gevoelig. Iedereen heeft onmiddellijk een mening over onze dienstverlening. Heeft de receptioniste bijvoorbeeld geen goede dag, dan zien we dat direct terug in de beoordelingen op internet. Dat is heel anders dan wanneer je bijvoorbeeld hijskranen verkoopt. We moeten 24/7 bij de les blijven en dat vergt veel van onze mensen. Ons vak bestaat uit ontzettend veel details. Hoe wordt de telefoon aangenomen, is de website gebruiksvriendelijk, is er onder het bed gestofzuigd, hoe smaakt het koekje bij de cappuccino, om er maar een paar te noemen. Negentig procent van die details is in ons vak business as usual. Het gaat om die 10%. Daarmee onderscheid je je van je collega's.'



Lucas Petit

Cor van Marle

'Ik word het meest gelukkig van een uitstekend functionerend team.'



'Jonge mensen worden steeds assertiever en zijn selectiever in waar zij willen werken.'

Inspelen op actualiteit

'Wij doen dat onder meer door in te spelen op de actualiteit. Dit was het jaar van de Volvo Ocean Race. Dat sloot perfect aan op het thema van het Delta Hotel: "Ode aan de oceaanzeiler". We hebben alle ruimtes van het hotel hierop ingericht. Overal hangen nu grote foto's, de kleding van het personeel is erop aangepast, er staan op diverse plekken banniers, etc. Onze gasten vinden dat leuk, dat merken we aan de reacties. Dit soort plannen bedenken, uitvoeren en zo een bruisende plek creëren waar onze medewerkers en onze gasten samenkomen, vind ik een van de leukste dingen om te doen. Als ik dan bij een van de hotels binnenloop en het zit vol, de bediening loopt op rolletjes en het keukenpersoneel staat fluitend te werken, dan word ik heel blij.'

Assertiever

In de vijf hotels werken 495 mensen en de gemiddelde leeftijd is 33 jaar. 'Medewerkers blijven gelukkig lange tijd aan onze hotels

verbonden. Wij streven daarbij naar een mix van "jong" en "oud". Zo zijn er personeelsleden die met pensioen waren gegaan, weer in dienst gekomen. Ervaring is namelijk ook belangrijk. Aandachtspunt is de steeds schaarser wordende arbeidsmarkt. We merken dat bijvoorbeeld de zorgmarkt in onze vijver vist. Dat komt omdat mensen die bij ons werken relatief goed zijn opgeleid. Ze zijn flexibel, communicatief en het zijn teamplayers. Het is dus belangrijk om ze te behouden. Dat doen we door netwerken te bouwen, er alert op te zijn dat de onderlinge communicatie goed verloopt en zelfstandigheid te stimuleren. Jonge mensen worden steeds assertiever en zijn selectiever in waar zij willen werken. Geld is niet het belangrijkste. Ze willen natuurlijk wel goed verdienen, maar willen werken bij een professionele en serieuze werkgever waar het goed geregeld is. Dus niet 50 uur werken en voor 38 uur worden betaald. En terecht! Wij willen onze medewerkers blijven boeien en zoveel mogelijk laten mee-ondernemen.

Inzicht in de cijfers moet dan ook gegeven worden en dat krijgt iedereen.'

Werkgeluk

Met een gemiddelde bezettingsgraad van bijna 80% heeft Lucas Petit niet te klagen, toch? 'Ik zou inderdaad gelukkig moeten worden van een vol hotel, en dat word ik ook. Maar het meest gelukkig word ik van een uitstekend functionerend team. De rest komt dan vanzelf wel. Sfeer, uitstraling, hoe de gasten het beleven. Ongeveer 40% van ons klantenbestand komt regelmatig terug en dat is ook een mooi signaal. Daarom is persoonlijk gastheerschap belangrijk. Natuurlijk kunnen we van alles automatiseren, ook in de benadering richting onze gasten. Maar ik geloof daar toch niet helemaal in. Mensen voelen of de mail op basis van het algoritme wordt verzonden, of dat wij dat persoonlijk hebben bedacht. Dus kiezen wij voor de persoonlijke benadering. En dat werkt nog steeds het beste.'

Remco van Dijk, financieel directeur FLS Company:

'Over een klein flesje, een Boswandeling, merken bouwen en een geluksmanager'

Stap je het pand van FLS Company aan de Klaverbaan in Capelle aan den IJssel binnen, dan waan je je meteen in een andere wereld. Gedempt licht, zwart met zilveren fauteuils en een wandkast met lichtgevende flessen.

De ontvangst is ronduit hartelijk. En precies op het moment dat ook Kim Stander en Arjan Ruighaver van FACET arriveren, loopt financieel directeur Remco van Dijk met uitgestoken hand op ons af. Hij gaat ons vervolgens voor naar het personeelsrestaurant, waar de uitgebreide bar, de houten vloeren en tafels eerder de sfeer uitstralen van een gezellige kroeg. Het is duidelijk, bij FLS Company staat beleving centraal. Niet voor niets is het bedrijf bekend van aansprekende merken als Flügel, Boswandeling, Fireman, Rocketshot, Liquorcinni en Koekie.



Arjan Ruighaver

Remco van Dijk

Want ja, wie kent niet de kleine flesjes Flügel, de kreet 'Who let the Duck out?' en natuurlijk de eend. Oh ja, die eend mag natuurlijk niet ontbreken op de foto. En geloof het of niet, dit keer zit onze Kim in de eend verstopt....



Merk en beleving

Genoeg over de uiterlijke kenmerken van dit bijzondere bedrijf. Want bovenal is FLS Company een bedrijf waar al 22 jaar keihard gewerkt wordt. Remco: 'Het is echt ontzettend moeilijk om een merk en de daarbij behorende beleving in de markt te zetten. De intrinsieke waarde van een product is voor ons eigenlijk helemaal niet zo interessant, het is veel interessanter om te bedenken wat we ermee kunnen doen.' Toch bracht FLS in 2018 twee nieuwe merken op de markt. 'We namen het merk Koekie over en van ons merk RocketShot, een drankje met een zoetzure smaak te vergelijken met het raket waterijsje, maakten we een zure variant met de naam RocketShot Sour.'

Flügel

Toch is Flügel tot nu toe het meest succesvolle merk. 'Naast Nederland krijgen we ook in het buitenland steeds meer voet aan de grond, onder meer in Scandinavië en Denemarken. Daarnaast zijn we druk bezig om het drankje op de markt te brengen in Duitsland en zijn we in gesprek met Bali en Japan. Ook zijn we momenteel de Chinese markt aan het verkennen. Voor veel andere drankjes zijn in het buitenland substituten te vinden, maar dat geldt niet voor Flügel. Flügel is gewoon uniek, als drankje, maar zeker ook als beleving. We bouwden heel lang aan dit merk. Maar een merk bouwen gaat stap voor stap, zeker in het buitenland is dat lastig. Bovendien bewandelen wij ook nog eens de moeilijkste weg door een merk via de horeca groot te willen maken. We beginnen met een paar zaken, daar zetten we de beleving neer, de flesjes, vlaggenlijnen, de eend, de emmers en het vuurwerk. En als het dan aanslaat, wordt het merk Flügel steeds meer een begrip.'

Politiek en wetgeving

Natuurlijk zijn er ook allerlei ontwikkelingen van buitenaf die invloed hebben op het reilen en zeilen van het bedrijf. 'Naast de economie moeten wij ook altijd rekening houden met de politiek en de wetgeving. Het verhogen van de leeftijdsgrens van 16 naar 18 jaar voor het mogen kopen en in het openbaar mogen nuttigen van alcohol, had

een grote impact op de horeca en dus ook op ons. Wij zagen dat in de crisistijd de grote merken hun buitendienst saneerden, maar dat deden wij juist niet. Ook om de ondernemers te blijven ondersteunen en ervoor te zorgen dat we samen geld konden blijven verdienen. Want door de crisis en het verhogen van die leeftijdsgrens, bleven veel horecazaken leeg. Wij bleven hen bezoeken en zorgden er bijvoorbeeld voor dat ze met een korting een DJ of een artiest konden inhuren. Ook verzorgden we de aankleding van de zaak. Er gebeurde wat en daar kwam publiek op af. Zo wisten we goodwill bij de ondernemers te kweken. In ruil daarvoor wilden zij wel onze producten promoten. Omdat we toen achter de ondernemers bleven staan, wordt het ons nu in betere tijden ook gegund.'

Buitenland

Expansie naar het buitenland en schaalvergroting realiseren, is absoluut de missie van FLS. Remco: 'Het is lastig om een merk in het buitenland op te bouwen. Het is heel prettig als je lokaal mensen kent die weten hoe de wetgeving in elkaar steekt en hoe we het qua logistiek en verkoop moeten aanpakken. Elk land heeft nu eenmaal eigen wet- en regelgeving, maar ook cultuur speelt een belangrijke rol.' Wanneer die missie geslaagd is? Remco: [Lachend] 'Als wereldwijd iedereen een dopje op zijn neus heeft en het flesje tikt. Dat is natuurlijk ambitieus. Maar als Flügel in Duitsland of China een succes wordt, ben ik al meer dan tevreden.'

Medewerkers

Zulke aansprekende merken en vooral die beleving daaromheen. Bij FLS hoeven ze waarschijnlijk niet veel moeite te doen om aan nieuwe medewerkers te komen. Of toch wel? Remco: 'Nou, ook voor ons is dat best lastig, zeker in sommige regio's zoals bijvoorbeeld Limburg. Daar moesten we zelfs een extern bureau inhuren. En mensen denken wel eens dat het bij ons altijd feest is, maar ze vergeten dat het vooral keihard werken is. Daarentegen kan iedereen bij ons het vak leren. En dat doen we goed, want Coca-Cola en Heineken hebben regelmatig

interesse in onze mensen buiten. Dat kunnen we zien als een bedreiging, maar zeker ook als een compliment.

We zijn daarom druk bezig om ervoor te zorgen dat bij alle medewerkers het vlammetje brandt en dat iedereen die passie voor ons bedrijf en voor onze producten voelt. Eén van de dingen die we daarvoor willen gaan doen, is het aanstellen van een zogenaamde "geluksmanager". Deze geluksmanager krijgt een budget waarmee ze kleine dingen voor onze medewerkers kan doen. Zoals een bos bloemen of een kaartje sturen als je weet dat bijvoorbeeld iemand zijn oma ziek is. Juist die kleine dingen werken, weten we uit ervaring. Recent namen we bijvoorbeeld

een accountmanager voor een regio aan. Normaal sturen we dan een bos bloemen bij de indiensttreding, nu gaven we hem twee kaarten voor een festival waar hij heel graag naar toe wilde. Nou, bij hem kunnen we echt niet meer stuk!

Ook is het belangrijk om onze medewerkers te betrekken bij onze producten. We moeten dus echt de tijd nemen om een nieuw merk en de bijbehorende beleving ook bij hen te introduceren. Onze mensen moeten weten waar een merk voor staat, zodat ze het ook kunnen uitdragen. Daardoor raken mensen betrokken en gemotiveerd en verbind je ze aan je bedrijf. Dat is het allerbelangrijkste.'



*'Juist de kleine dingen werken,
weten we uit ervaring.'*

FACET Accountants & Adviseurs

Fascinatio Boulevard 768-772
2909 VA Capelle aan den IJssel

Postbus 4079
3006 AB Rotterdam
010 452 61 44
info@facet-accountants.nl

facet-accountants.nl
facet-germandesk.de