

INTERVIEW

A woman with blonde hair, wearing a black long-sleeved top and black pants, stands next to a blue mobile coffee truck. She is smiling and talking on a red mobile phone. The truck's back is open, revealing a coffee machine, stacks of blue and white cups, and other supplies. The truck is parked on a tiled floor under a wooden slat ceiling. A white gas cylinder is visible on the ground near the truck. A vertical line with a red dot at the top and a blue dot at the bottom runs through the image.

DORINE VAN IERSCHOT

VERWACHTE GROEI

TEKST Peter Bekkering

BEELD Michael Kooren

OPTIMAAL HUISVESTEN

bol.com staat de komende jaren voor de uitdaging om in een bestaande kantooromgeving de groei te faciliteren. Daarbij wordt samen met JLL enerzijds gekeken naar effectiever gebruik van de bestaande omgeving door werkplekonderzoek en fysieke ingrepen, een andere mindset van medewerkers, en anderzijds naar de mogelijkheid van thuiswerken. De grootste uitdaging daarbij is te midden van alle veranderingen ervoor te zorgen dat bol.com een prettige werkomgeving blijft.

Dorine van Ierschoot is bijna vijf jaar werkzaam voor bol.com, waar ze begon als contractmanager. Inmiddels is ze als Senior Workplace Management Specialist verantwoordelijk voor de strategische huisvesting. Van Ierschoot begon in 2014, het moment dat bol.com de huisvesting aan de Keulsekade in Utrecht vervulde voor het huidige onderkomen aan de Papendorpweg in Utrecht. "bol.com begon in 1999 als online boekenwinkel met zeven medewerkers in een portacabin op een parkeerplaats in Utrecht. Die portacabin hebben we nagebouwd en die staat nu in ons museum in het huidige complex. Inmiddels omvat het huidige complex 2200 werkplekken voor 2600 medewerkers. Deze zijn verdeeld over 4 kantoor-torens (B, C, E, F). In 2021 komt daar nog een toren bij (A) met 6700 vierkante meter vvo en 570 werkplekken. Bovendien hebben we ook in toren D ruimte om nog verder te groeien."

UITBREIDEN

bol.com is in de afgelopen jaren fors gegroeid: "Momenteel nemen we per jaar zo'n 300 nieuwe medewerkers aan, maar er zijn ook tijden geweest dat het ging om 100 per maand. Daarnaast krijgen we tweemaal per jaar een grote groep stagiaires. Omdat de verwachting is dat die continue groei van de afgelopen jaren de komende jaren zal doorzetten, moeten we nu daarop blijven anticiperen. Eerst hebben we gekeken naar andere locaties, maar uiteindelijk hebben we in mei van dit jaar besloten om onze huisvesting op deze locatie uit te breiden."

JLL is vanaf het begin bij de verhuizingen van bol.com betrokken en heeft hun begeleid naar inmiddels het derde kantoorpand. Momenteel helpt JLL bol.com om inzicht te krijgen in de capaciteit. "Het gaat om de vraag hoe lang we nog vooruit kunnen met het huidige aantal vierkante meters en om wat we kunnen doen om dat te realiseren. Verder kijken we ook naar de behoeftes van de verschillende teams en hoe we daarop kunnen inspelen. Ieder teams heeft namelijk bepaalde ruimtes en bepaalde tools nodig. Ook kijken we hoe en waar we de teams in het gebouw het beste kunnen positioneren omdat er veel wordt samengewerkt door de teams."

BEZETTINGSGRAAD

De drukte en de bezettingsgraad in het pand wordt sinds begin 2019 gemeten door Measuremen. Zij lopen ieder kwartaal twee weken lang continue door het pand en meten de bezetting op een verdieping. "Zo krijgen we in kaart waar – op welke verdieping en bij welk team – de uitdagingen zich bevinden qua drukte. Vervolgens kijken we samen met JLL naar oplossingen om ervoor te zorgen dat het nog steeds een veilige en prettige werkomgeving blijft. Waarbij we ook nadrukkelijk kijken naar zaken als akoestiek en binnenklimaat."

De tellingen van Measuremen dienen vooral om een startpunt te creëren. "Met JLL gaan we daarna kijken hoe we in het stadium daarna gaan meten. Daarvoor zijn verschillende tools mogelijk. JLL en bol.com moeten samen onderzoeken wat de beste tool is." Het is voor het eerst dat bol.com gebruik maakt van zulke data: "De informatie is voor ons zeer waardevol. Ze geeft namelijk informatie over werkplekbezetting, maar ook over bijvoorbeeld vergadercultuur."



We kijken naar de behoeften van de verschillende teams en hoe we daarop kunnen inspelen.

JLL PRESENTEERT EIND NOVEMBER AAN BOL.COM HET HUISVESTINGSADVIES. OWEN ZACHARIASSE VAN JLL VINDT HET BELANGRIJK DAT ZIJN BEDRIJF DE TIJD NEEMT OM TOT EEN GEDEGEN HUISVESTINGSADVIES TE KOMEN: "JLL HEEFT ALTIJD AL ALS DOEL OM UITZONDERLIJKE SERVICE TE BIEDEN AAN ZIJN KLANTEN. ONS VERMOGEN OM SPECIFIEK EN WAARDEVOL ADVIES TE GENEREREN, TE ANALYSEREN EN TE LEVEREN OP BASIS VAN DATA STELT ONS IN STAAT OM ONZE KLANTEN TE BEDIENEN OP MANIEREN DIE EFFECTIEVER ZIJN DAN OOIET TEVOREN. TEGELIJKERTIJD

STAAT DE MENS BIJ JLL CENTRAAL EN ZIJN WIJ TOEGEWIJD AAN HET CRÉËREN VAN IMPACTVOLLE WERKOMGEVINGEN VOOR MENSEN, TEAMS EN ORGANISATIES. KWANTITATIEVE EN KWALITATIEVE DATA-ANALYSE HELPT ONS OM PRECIES DAT TE DOEN."

ONDERTUSSEN IS HET EEN EXTRA UITDAGING DAT ZO'N ADVIES PER DEFINITIE FLEXIBEL MOET ZIJN. VAN IERSCHOT: "DE GROEI IS NIET VOOR DE KOMENDE VIJF JAAR TE VOORSPELLEN, WE ZIJN AL BLIJ ALS WE HET VOOR ÉÉN JAAR KUNNEN DOEN."



proberen te bereiken dat mensen zo min mogelijk pen, papier of telefoon op hun bureau achterlaten of een jas over een stoel hangen (Signs of Life). Dat zorgt ervoor namelijk dat niemand aan zo'n werkplek gaat zitten. Ook kijken medewerkers meer naar de taken van de dag, om zo de juiste werkplek te kiezen."



Medewerkers kijken meer naar de taken van de dag, om zo de juiste werkplek te kiezen.

COSY

De uitkomsten leiden tot bijstellingen op de korte en op de lange termijn. Daar waar het op de lange termijn met name gaat om huisvestingsvraagstukken, is bol.com dit najaar van start gegaan met het project 'Cosy'. "Cosy omvat alles wat nodig is om in dit pand te blijven zitten. Zoals werkplekonderzoek, uitbreiding van faciliteiten en manieren van werken. Een belangrijk uitgangspunt is dat medewerkers meer vanuit hun agenda gaan kijken waar ze gaan zitten. Als je bijvoorbeeld veel meetings hebt, heb je op zo'n dag eigenlijk geen vaste werkplek nodig. Je kunt dan beter tijdens de meetings je spullen in een kluisje stoppen en tussen de meetings op aanlandplekken werken. Daarbij realiseer ik me ook dat dit voor sommige afdelingen zoals Legal en Finance een minder passende oplossing is."

MINDSET

Om werkplekken effectiever te gebruiken is soms ook een andere mindset nodig. Ook daarvoor is bij Cosy aandacht: "We





Data geven informatie over werkplekbezetting, maar ook over bijvoorbeeld vergadercultuur.

FYSIEKE INGREPEN

Om de bestaande ruimte tot aan de uitbreiding effectiever te benutten, worden er ook fysieke ingrepen aan het gebouw gedaan. “Zo zijn plekken als het atrium en het restaurant nog niet efficiënt ingedeeld. Daarom gaan we samen met

JLL het restaurant nu zo herinrichten dat het vergaderplekken kunnen worden wanneer er niet geluncht wordt.”

Bij bol.com is er de afgelopen jaren steeds meer aandacht gekomen voor de work-life balance en de vitaliteit van





medewerkers. “Er wordt hard gewerkt maar er is ook tijd voor plezier en vitaliteit. Dat heeft te maken met de gemiddelde leeftijd van onze medewerkers, 35 jaar. Dat is een specifieke groep, voor wie de work-life balance en vitaliteit belangrijke items zijn. Daarom spelen we op allerlei manieren erop in. Zo faciliteren we een gym en bokslessen, yoga en bootcamp en hebben we intern een fysio. En we doen projecten met waterdrinken. Of we hebben sprekers over bijvoorbeeld het belang van slaap. Een mooi voorbeeld is ook ‘September’, een challenge waarbij medewerkers fitbits omkregen en het erom ging dat je als team de meeste stappen zette. Medewerkers vinden het ook belangrijk dat ze het onder werktijd kunnen doen. Daardoor zijn ze ook echt klaar als ze het pand verlaten. En dat is weer belangrijk vanwege de work-life balance.”

REISTIJD

bol.com meet ook regelmatig de medewerkerstevredenheid. Een belangrijk item wat daaruit naar voren komt is reizen c.q. mobiliteit. Het hoofdkantoor zit op een bedrijventerrein op behoorlijke afstand van het station. “Omdat reistijd een belangrijk item is en omdat we vanwege duurzaamheid willen stimuleren dat medewerkers het OV gebruiken, hebben we in de spits shuttlebusjes van en naar het station. We merken dat dat medewerkers stimuleert om met het OV te gaan omdat we het reizen ook leuker en makkelijker maken op deze manier. En dat is belangrijk want het gros van onze medewerkers komt uit Utrecht en in iets mindere mate uit Amsterdam.”

Recent doopte bol.com de afdeling ‘Facility Management’ om tot ‘Workplace Management’. Die afdeling is al een aantal jaren ondergebracht bij HR, dat bij bol.com overigens ‘People&’ heet. Van Ierschoot: “Die omslag hebben we destijds gemaakt omdat we merken dat we als organisatie veel keuzes maakten vanuit HR-perspectief.

We hebben ook een nauwe samenwerking met IT omdat veel projecten en besluiten een samenspel zijn van People&, IT en wij.”

Van Ierschoot ziet het als de grootste uitdaging de komende jaren om te midden van alle veranderingen ervoor te zorgen dat bol.com een prettige werkomgeving blijft. “Medewerkers en de business moeten eigenlijk niet voelen waar we achter de schermen op het gebied van huisvesting mee bezig zijn. De werkomgeving bij bol.com heeft altijd een bepaalde dynamiek gehad en we willen graag dat

Er wordt hard gewerkt maar er is ook tijd voor plezier en vitaliteit.

die dynamiek overeind blijft. En dat de werkomgeving veilig en prettig blijft. Het project heet voor niets ‘cosy’, het Engelse woord voor gezelligheid. Want die gezelligheid heeft altijd in het DNA van bol.com gezeten en we willen graag dat die ook behouden blijft.”

NAAST HET COMPLEX IN UTRECHT BOUWT BOL.COM ZIJN TWEDE DISTRIBUTIECENTRUM IN WAALWIJK. IN NIEUWEGEIN WORDT MOMENTEEL EEN KLEINER DISTRIBUTIECENTRUM VERBOUWD, ALLEEN VOOR GROTERE PRODUCTEN. “HET GAAT DAN OM PRODUCTEN ZOALS WASMACHINES DIE NIET OP DE LOPENDE BAND KUNNEN.” OMDAT BOL.COM OOK LEVERT IN VLAANDEREN, IS ER OOK EEN KANTOOR IN ANTWERPEN.