



Accenture: waarom werkplekbeleving het verschil maakt

Tekst Han Strijbos (ISS)

In samenwerking met Ricco Groeneveld (Accenture)

IEDEREEN WERKT BETER MET



Accenture: waarom werkplekbeleving het verschil maakt

Werkplekbeleving is al tijdje een hot topic in de facilitaire sector, zeker nu het belang voor meerdere bedrijfsdoelstellingen door steeds meer mensen onderkend wordt. Wat die beleving maakt of breekt, kan voor elke organisatie anders zijn. Maar is er wel een blauwdruk hoe je die beleving organiseert? En waar moet je op letten? We vroegen het Ricco Groeneveld, verantwoordelijk voor de Market Unit Netherlands & Nordics voor Workplace bij Accenture.



Ricco Groeneveld

Accenture is een wereldwijd opererende professionele adviesbureau op het snijvlak van strategie, technologie, digitale transformatie en operations. Met klanten in vrijwel alle sectoren en landen werkt de organisatie dagelijks aan complexe vraagstukken waarbij kennis, samenwerking en innovatie centraal staan. Die focus op innovatie beperkt zich niet tot technologie alleen. Ook de manier waarop mensen werken, samenwerken en zich verbonden voelen met de organisatie krijgt expliciet aandacht.

De organisatie kent een relatief jonge populatie, de gemiddelde leeftijd ligt rond de 31 jaar, en heeft een internationale samenstelling. Veel medewerkers werken hybride en brengen een groot deel van hun tijd door bij klanten. Dat maakt de fysieke werkplek bij hun werkgever minder vanzelfsprekend dan voorheen, maar niet minder belangrijk. Integendeel: juist in een context van flexibiliteit en mobiliteit wordt de rol van het kantoor opnieuw gedefinieerd.

Binnen Accenture is facility management geen uitvoerende discipline aan de randen van de organisatie, maar een strategisch domein dat direct raakt aan HR, IT en leiderschap. De centrale vraag is daarbij niet hoe facilitaire kosten zo laag mogelijk blijven, maar hoe de werkomgeving bijdraagt aan prestaties, betrokkenheid en aantrekkingskracht als werkgever.

Niet moeten, maar willen komen

“Hoe zorgen we ervoor dat mensen niet móéten komen, maar wíllen komen?”

Die vraag vat de kern van de uitdaging samen. Na de COVID-periode werd zichtbaar wat al langer speelde: medewerkers bleken prima productief vanuit huis, maar misten tegelijkertijd sociale interactie, informeel leren en het gevoel onderdeel te zijn van een groter geheel. Voor een organisatie die draait op kennisdeling en teamdynamiek is dat geen bijzaak.

Accenture stond daarmee voor een herkenbare uitdaging. De vrijheid van hybride werken behouden zonder het kantoor zijn betekenis te laten verliezen. Daarnaast helpt het natuurlijk mee dat de hoge huren en woningnood in Amsterdam voor veel van de jonge Accenture-medewerkers leidt tot suboptimale huisvesting; waar de muren wel eens op je afkomen en kantoor een fijn alternatief is.

De uitdaging lag dus niet in bezetting an sich, maar in relevantie: hoe maak je het kantoor weer een werkomgeving die voor jong talent aansluit bij hun waarden, energie en levensfase?

Het was duidelijk dat de vraag, hoe het kantoor weer relevant te maken, niet door één discipline kon worden opgelost. Het ging niet alleen over meubilair of vierkante meters, maar over cultuur, technologie, leiderschap en beleving.

Het ging niet alleen over meubilair of vierkante meters, maar over **cultuur, technologie, leiderschap en beleving.**





Werkplek als verbindende factor

Vanuit HR-perspectief is de werkplek nauw verbonden met thema's als employer branding, talentontwikkeling en wellbeing. De werkomgeving moet bijdragen aan vitaliteit, inclusie en het gevoel erbij te horen. Niet alleen voor vaste medewerkers, maar ook voor nieuwe collega's die hun eerste indruk vormen in de hybride context van Accenture.

Vanuit IT gezien is de werkplek een verlengstuk van de digitale infrastructuur. Technologie moet samenwerken ondersteunen, zowel fysiek als virtueel. Maar technologie alleen is onvoldoende als de omgeving geen energie geeft of ontmoeting stimuleert.

**“Je moet de
vibe creëren”**

Voor Workplace management ligt hier een sleutelrol. Niet als beheerder van voorzieningen, maar als regisseur van de totale ervaring. “Je moet de vibe creëren”, aldus Groeneveld. Die uitspraak raakt aan iets wezenlijks: beleving is geen optelsom van services, maar een samenhangend gevoel dat ontstaat uit gastvrijheid, functionaliteit, sfeer en consistentie.

Accenture koos daarom bewust voor een outcome-gerichte benadering. Niet sturen op input, contractafspraken of losse KPI's, maar op wat mensen daadwerkelijk ervaren. Bij elk verbeteringsvoorstel wordt gekeken naar drie factoren: draagt het bij aan verbinding, geeft het energie en verhoogt het het gemak? Het kostenplaatje wordt dan een overweging, geen belemmering.

Kantoor als thuisbasis, ook als je er niet elke dag bent

Die gedachte vormt het fundament onder de nieuwe kantooromgeving. Het kantoor fungeert als thuisbasis: een plek waar je altijd kunt landen, ook als je er niet dagelijks bent. Dat vraagt om meer dan functionele werkplekken. Het vraagt om een omgeving die herkenbaar is, waar cultuur voelbaar wordt en waar ontmoeting vanzelf ontstaat.

Concreet is geïnvesteerd in hospitality en gastvrijheid, met een ontvangst die niet zakelijk maar persoonlijk aanvoelt. Catering kreeg een centrale rol, niet alleen als voorziening maar als sociaal knooppunt. Een barista fungeert als laagdrempelig ankerpunt waar gesprekken ontstaan en teams elkaar tegenkomen. Opvallend is dat circa 75% van de medewerkers dagelijks gebruikmaakt van het restaurant, ondanks het ruime aanbod in de directe omgeving. Voor FM-professionals is dat een krachtig signaal van relevantie.

75%

van de medewerkers
maakt dagelijks
gebruik van het
restaurant

100%

bezetting op vrijdag,
dankzij de drukbezochte
vrijdagmiddagborrel

Daarnaast is bewust ruimte gemaakt voor informele ontmoeting: plekken waar je niet 'moet werken', maar waar samenwerking en creativiteit vanzelf ontstaan. Evenementen, vrijdagmiddagborrels en seizoensgebonden activiteiten, zoals winterdiners voor grote groepen medewerkers, versterken het gevoel van community. Interessant detail: het klassieke 'dromedaris-model' van bezetting gaat hier niet op. Vrijdagen zijn hier, vanwege de vrijdagmiddagborrel, juist drukbezocht, dan zitten we op een bezettingsgraad van 100% terwijl we met 80% eigenlijk vol bezet zijn. Dat zegt iets over vrijwillige aanwezigheid. Collega's willen elkaar dan graag ontmoeten en dat faciliteren we graag.

Meten om te begrijpen, niet om te controleren

Hoewel beleving niet volledig in cijfers te vangen is, wordt er wel degelijk gemeten. Via sensoren wordt de harde data gemeten. Daarnaast wordt onder medewerkers jaarlijks een tevredenheidsonderzoek uitgevoerd welke wordt aangevuld met conclusies uit maandelijkse klankbordoverleggen. KPI's zijn dus wel aanwezig, maar niet leidend. Belangrijker zijn de signalen uit dagelijks gebruik: waar komen mensen samen, welke voorzieningen worden intensief gebruikt, waar ontstaat energie?

Groeneveld: "Je hoeft het niet te meten om de energie te voelen, maar we zien het ook in de cijfers." Die uitspraak onderstreept de balans tussen data en intuïtie. Voor Workplace betekent dit een verschuiving van detailsturing naar vertrouwen en vakmanschap. Niet alles is vooraf vast te leggen; ruimte voor eigen initiatief is essentieel. Niet alles hoeft van bovenaf bepaald te worden, er is waardering voor ondernemerschap.

"Je hoeft het niet te meten om de energie te voelen, maar we zien het ook in de cijfers."

Flexibiliteit blijkt daarbij een cruciale succesfactor. De organisatie is continu in beweging door groei, krimp en overnames. De werkplek moet daarin meebewegen. Workplace speelt hier een strategische rol door snel op- en af te schalen, nieuwe teams te integreren en voorspelbaarheid te bieden in dienstverlening. Zo blijft de focus van de organisatie liggen waar die hoort: bij klanten en mensen.



Workplace Experience Manager

Maar hoe wordt er voor gezorgd dat die focus continue is, dat er 24/7 aandacht is om de optimale werkwereld te creëren? Dat hoeft Ricco niet alleen te doen. In een Vested partnership met ISS Facility Services werkt Accenture iedere dag aan de beste werkomgeving. Uiteindelijk zijn we naar dit model gegroeid omdat we hierin de hoogste mate van betrokkenheid en vertrouwen vonden. ISS streeft dezelfde doelstellingen na als wij en moet ook initiatief tonen om een bijdrage te leveren.

Een dedicated Workplace Experience Manager is daar een goed voorbeeld van. Zij haalt ideeën op in de organisatie of bij haar collega's binnen ISS en verwerkt die initiatieven tot concrete voorstellen. Hiermee werkt ze direct samen met Accenture-

stakeholders, tot op directieniveau. "Onze uitdaging is dan ook meteen die van ISS".

Daarnaast moet het belang van de rol die een floorhost speelt binnen het kantoorconcept van Accenture niet onderschat worden. Door zichtbaar en aanspreekbaar te zijn, dingen waar te nemen en op in te spelen blijkt dit een onmisbaar onderdeel van de serviceverlening van ISS. En dat gaat best ver want de floorhost heeft, naast het bieden van een optimale ondersteuning, ook een sociale functie. "Hij of zij vraagt hoe het met iemand gaat, kijkt naar de stoelinstelling, biedt een kopje koffie aan, deelt een ijsje uit in de zomer op warme dagen en verleent bijstand bij presentaties en dergelijke."



"Je moet zelf willen dat de service hoog is, dat de beleving optimaal is."

Intrinsieke motivatie

Belangrijk verkregen inzicht was dat beleving niet opgelegd kan worden. Servicekwaliteit ontstaat niet door regels, maar door mensen die intrinsiek gemotiveerd zijn en passen bij de cultuur. "Je moet zelf willen dat de service hoog is, dat de beleving optimaal is." Dat vraagt om zelfredzame teams en ruimte voor ondernemerschap binnen Workplace.

Niet alles ging meteen goed. Sommige initiatieven bleken minder impactvol dan gedacht, of vroegen meer tijd om te landen in de organisatie. Het loslaten van traditionele sturing was voor sommige stakeholders wennen. Ook bleek dat niet elke medewerker dezelfde behoefte heeft; beleving is geen one-size-fits-all. Het belangrijkste leerpunt: blijf luisteren naar de gebruikers en durf bij te sturen.

Zichtbare resultaten en blijvende relevantie

De resultaten zijn zichtbaar en voelbaar. De kantoren behoren tot de best bezochte binnen de sector en de bezettingsgraad blijft stijgen. Uit de tevredenheidsonderzoeken blijkt dat medewerkers het kantoor als prettig, sociaal en ondersteunend ervaren. Het fungeert als bindmiddel in een hybride werkmodel waarin vrijheid en verbinding hand in hand gaan.

Daarnaast zijn er indirecte effecten: een daling in ziekteverzuim, een positieve bijdrage aan employer branding en een sterkere identificatie met de organisatie. Opvallend is dat ook Workplace medewerkers van ISS en Accenture zich onderdeel voelen van de community. Dat zegt iets over de inclusiviteit van de gekozen benadering. We zijn één team met elkaar.

“Je creëert geen betrokkenheid met regels, maar met een omgeving die klopt.”

Voor FM-professionals laat deze case zien dat werkplekbeleving geen soft thema is, maar een strategisch instrument. Niet door grote gebaren, maar door wel bij elke keuze vast te houden aan de drie reeds eerder genoemde factoren, verbinding, energie en gemak. Kijk naar samenwerking over disciplines heen en heb de moed om te sturen op wat mensen echt ervaren.

Het kantoor wordt zo geen verplicht nummer, maar een plek die werkt, voor mensen én voor de organisatie.



www.nl.issworld.com

marketing@nl.issworld.com

IEDEREEN WERKT BETER MET

