

UWV verbouwt lege kantine tot

SFEERVOLLE WERK- EN ONTMOETINGSPLEK



Het team van UWV Facilitair Bedrijf, nauw betrokken bij de verbouwing van het bedrijfsrestaurant, met v.l.n.r. Jan Achterberg (hoofd huisvesting & facilitair), Sven Dekker (projectleider huisvesting a.i.) en Paul van Gassel (manager inrichting & projecten).

Het bedrijfsrestaurant van het UWV-hoofdkantoor in Amsterdam is in korte tijd omgevormd van een functioneel ingerichte, maar weinig prikkelende lunchplek tot een multifunctioneel bedrijfsrestaurant, waar medewerkers in een prettige sfeer kunnen werken en overleggen.

THEMA: CATERING

Na het interview lopen we - onder het mom van *'the proof of the pudding is in the eating'* - nog even door het nieuwe bedrijfsrestaurant in het hoofdkantoor van het UWV. Het is elf uur 's ochtends, en inderdaad, her en der verspreid zitten medewerkers achter een laptop te werken, of zitten mensen te overleggen, met zijn tweeën, in kleine groepjes, maar soms ook met zijn achten of tien. En bij de Espresso bar staat een kleine rij medewerkers, wachtend op een latte macchiato, muffin, croissant of een van de verse smoothies. "En zo gaat het de hele dag door", zeggen Arnoud van Hal en Sven Dekker, tijdens de korte rondleiding.

Het bedrijfsrestaurant (vloeroppervlak 3000 m²) in het UWV-hoofdkantoor in Amsterdam, is in korte tijd verbouwd van een functioneel ingerichte lunchplek, die slechts tussen 11.30 en 13.30 uur in gebruik was, tot een modern, multifunctioneel bedrijfsrestaurant, waar gedurende de hele dag mensen kunnen werken en elkaar kunnen ontmoeten.

VAN 4 NAAR 2 PANDEN

"Voor die verbouwing bestonden diverse redenen", vertelt *Jan Achterberg*, hoofd huisvesting en facilitair van het UWV. "Belangrijkste reden was de recente concentratie van huisvesting aan de La Guardiaweg. Van de vier in gebruik zijnde kantoorgebouwen werden er eind 2011/begin 2012

Sven Dekker:
'Het is mooi om te zien dat wat je op de tekentafel hebt bedacht, ook echt werkt'



De huisvesting van UWV-hoofdkantoor in Amsterdam (La Guardiaweg).

twee afgestoten zodat de medewerkers van die panden in de twee overblijvende panden gehuisvest moesten worden."

De operatie kon slagen omdat met een andere werkplekfactor werd gewerkt (0,8 in plaats van 1,1) en omdat het UWV overstapte op een



Impressie van het verbouwde bedrijfsrestaurant van UWV hoofdkantoor, Amsterdam.

activiteitengerelateerd werkplekconcept. Het leverde een reductie in vloeroppervlak op van maar liefst 38 procent op (24.000 m²) en daarmee een besparing in exploitatiekosten van 10 miljoen per jaar.

KLAAR?

Achterberg: “Toen dit huisvestingsproject was afgerond dachten we klaar te zijn. Maar dat was niet zo: we hadden over het hoofd gezien dat de druk op de algemene facilitaire voorzieningen in de gebouwen toenam. Neem de liften, daar ontstonden opeens te lange wachttijden.”

Ook bij het bedrijfsrestaurant leverde de toegenomen bezoekersaantallen problemen op: de doorstroming stagneerde soms en de logistiek liet te wensen over. Daarnaast leidde de concentratie van medewerkers in de twee panden tot nog een ander probleem: op drukke werkdagen, zoals soms op dinsdag, waren er gewoon te weinig werkplekken.

Het was duidelijk: er moest iets met het bedrijfsrestaurant gebeuren. Een team werd geformeerd, bestaande uit onder meer *Arnoud van Hal*, managing partner van Hospitality Design, *Sven Dekker*, eigenaar van adviesbureau Mercator en projectmanager huisvesting a.i. bij het UWV en *Paul van Gassel*, manager projecten en inrichting bij het UWV.

KERNGEGEVENS

Organisatie	: UWV
Aantal medewerkers	: 17.000 fte (waarvan 2900 fte op hoofdkantoor)
Hoofdkantoor	: Amsterdam (La Guardiaweg)
Facilitair Bedrijf	: 350 fte
Jaarbudget	: 160 miljoen euro (exploitatiekosten) en 39 miljoen euro (personeel)
Project	: verbouwing bedrijfsrestaurant hoofdkantoor
Projectbudget	: 1 miljoen euro
Tijdsduur verbouwing	: 4 maanden (van december 2012 t/m maart 2013)

Paul van Gassel: ‘De Espresso-bar was eerst een soort afhaalplek. Nu is het veel meer een ontmoetingspunt’

KERNVRAGEN

Het team ging aan de slag met twee kernvragen.

1. Hoe zorgen we ervoor dat er meer mensen tijdens lunchtijd in het restaurant gebruik kunnen maken van de lunch? 2. Hoe zorgen we dat de 3000 m² vloeroppervlak van het bedrijfsrestaurant veel beter gebruikt wordt, zodat UWV-medewerkers daar ook kunnen werken, elkaar kunnen ontmoeten en met elkaar kunnen overleggen. Er werden diverse teambijeenkomsten georganiseerd. Ook werd een guest journey uitgevoerd, een door Hospitality Design ontwikkelde methode om beter zicht te krijgen op de wensen >>



en behoeften van de klant. Vervolgens werd een concept ontwikkeld voor het bedrijfsrestaurant. Invoering hiervan betekende dat een aantal maatregelen getroffen moest worden.

BETERE DOORSTROMING

Ten eerste werd het uitgiftegebied van het restaurant aangepast. Dit was nodig om het groeiende bezoekersaantal goed te kunnen faciliteren. Er was inmiddels een congestieprobleem ontstaan rond lunchtijd, het spitsuur in het restaurant. Er is gezocht naar een oplossing zonder ingrijpend te hoeven verbouwen. Dat zou een onwenselijke investering én kapitaalvernietiging met zich meebrengen. Deze oplossing werd gevonden in een slimmere routing, een betere benutting van de beschikbare ruimte en een uitbreiding van het aantal kassa's. Ook zijn twee onbemande kassa's geïntroduceerd.

MEER SFEER EN BELEVING

Het grootste deel van de dag was het zitgebied van het restaurant vrijwel uitgestorven; 3000 vrijwel onbenutte meters die prima benut konden worden voor ontmoetings- en werkplek. Maar hoe verleid je de medewerker om naar het restaurant toe te komen? Door meer sfeer en beleving te creëren. De inrichting en vormgeving van zowel het uitgiftegebied als zitgebied van het restaurant zijn tegen het licht gehouden en waar nodig aangepast.

Zo is in het uitgiftegebied de *'look and feel'* verbeterd door meer aandacht te besteden aan de aankleding en presentatie van producten en de *'front cooking'* een meer prominente plek te geven. In het zitgebied is een ruimtelijke zonering aangebracht waarbij de oorspronkelijke grote open ruimte is veranderd in een meer intieme omgeving met een aantal kleinere zones, ieder met een eigen sfeer. Het zitgebied kent twee thema's; park en stad. Het 'park' kenmerkt zich door toepassingen van groene tinten, veel planten en passende sfeerbeel-



Arnoud van Hal,
managing partner
van Hospitality
Design: "Onze rol
is de goede dingen
voor te leggen. Maar
de opdrachtgever
bepaalt."

den door middel van fotoprints. Centraal in de ruimte staat een - inmiddels populaire - picknick-tafel. Kenmerkend voor de 'stad' zijn de grachtenpanden op de wand, de terrasopstelling van tafeltjes en 'keitjes' op de vloer.

Zowel het park als de stad zijn inmiddels populaire verblijfsgebieden onder medewerkers. Een slim gepositioneerde trendy espressobar met goede koffie, broodjes en pastries werkt hierbij als katalysator.

165 FLEXPLEKKEN

Om het werken te faciliteren werden in het restaurant 165 flexwerkplekken gecreëerd, zodat flexwerkers daar op drukke dagen een werkplek kunnen vinden. Ook werd WiFi aangelegd, werden extra stopcontacten aangelegd en volgde de introductie van een leenservice voor laptops.

BUSINESS CASE

Terugkijkend op het gehele project is Achterberg tevreden. "Een bedrijfsrestaurant dat - afgezien van de lunch - de hele dag leegstaat is zonde, dat kost je jaarlijks pakweg 3000 maal 400 euro. De business case voor de verbouwing was snel gemaakt, want de benodigde verbouwingsinvestering van 1 miljoen euro verdien je in een jaar terug. We maken nu veel beter gebruik van die vierkante meters, er zijn meer werkplekken, en mensen vinden het gewoon leuk om er te overleggen, te werken of om er een goede kop koffie te drinken. Daar zit grote winst." <<

DE OPERATIE KON SLAGEN OMDAT ER MET EEN ANDERE WERKPLEK-FACTOR WERD GEWERKT