

Inrichting

Productiviteit

Accountant

Flexibiliteit



Het accountantskantoor: De negatieve balans



EEN NEGATIEVE BALANS?



MAASDAM
Creëert ruimte

Wees niet bang. Uiteraard zien wij de grote waarde van accountants voor het bedrijfsleven en de maatschappij. Maar er komt wel een einde aan de structuren die we tot nu toe kennen: uw wereld verandert! In een veranderende wereld zorgt stilstand voor een 'negatieve balans'. Het is tijd voor actie.

Wat zijn dan die veranderingen die om actie vragen? Maasdam werkt in en voor diverse branches. Ontwikkelingen signaleren we en volgen we op de voet. Hierbij kan het gaan om technologische of maatschappelijke ontwikkelingen, maar ook om een grote verandering in een specifieke branche. De transformatie die nu en de komende jaren plaatsvindt in de accountancybranche, is daar een voorbeeld van. Accountantskantoren zullen vroeg of laat mee moeten met de veranderende markt, waarbij concurrentie van collegae toeneemt, de tijd van 'uurtje factuurtje' voorbij lijkt te zijn en nieuwe verdienmodellen als abonnementsvormen hun intrede doen.

Ook in het vakgebied van Maasdam, onze expertise ligt in kantoorinrichting, zien we grote verschillen ontstaan tussen de kantoren die zich wel of niet voorbereiden op de nabije toekomst. De veranderende markt vraagt om aanpassingen en om hernieuwd denken. Een bewuste inrichting van het kantoor kan hier substantieel aan meewerken. Denk aan de medewerkerstevredenheid, digitalisering, behoud van talent, productiviteit en identiteit van het kantoor.

Kortom: het is tijd om bewust na te denken over de inrichting van het accountantskantoor. Bij Maasdam doen we dat veelal op basis van wetenschappelijke informatie, en natuurlijk vanuit uitgebreide kennis van materialen, licht, geluid en luchtkwaliteit. Het resultaat? Een accountantskantoor dat optimaal is ingericht voor betere prestaties, tevreden medewerkers en toekomstbestendig is in de veranderende markt.

”

Maasdam vindt dat alle mensen en organisaties een ideale omgeving verdienen om te presteren, genieten, leren en genezen!

Wij laten mensen en organisaties beter tot hun recht komen door interieurontwerp en (her)inrichting.

TRENDS DIE DE URGENTIE BENADRUKKEN



Uw markt verandert

We constateren een aantal trends in de accountancybranche, die de urgentie benadrukken om met een nieuwe blik naar uw kantoorinrichting te kijken. Een voorbeeld: **de nieuwe verdienmodellen als abonnementsvormen**. Deze zijn in opkomst. Dit gaat ten koste van het systeem van declarabele uren dat voor veel kantoren toch de basis vormt. Deze ontwikkeling benadrukt het belang van efficiënt werken. De extra omzet schuilt in de snelheid waarmee een taak wordt uitgevoerd, zonder concessies te doen wat betreft de kwaliteit. Inefficiënt werken drukt zelfs de winst, wanneer de uren buiten het abonnement uitkomen.

Een andere trend is er eentje die in bijna alle organisaties al in meer of mindere mate is toegepast: **de flexibiliteit van de werkplek**. Er is steeds meer digitaal beschikbaar. Daarbij komt dat steeds meer accountants op zoek zijn naar een betere balans tussen werk en privé. Daarvoor hebben ze agility van hun werkgever nodig. 'Het Nieuwe Werken' biedt mogelijkheden. Hierbij kunnen veel werkzaamheden worden gedaan op iedere gewenste werkplek: op (verschillende plekken in het) kantoor, thuis of onderweg bijvoorbeeld.

Tot slot is er sprake van **flinke prijsconcurrentie** in de accountancybranche. Proactief relatiebeheer wordt daardoor steeds belangrijker. Dit betekent dat u moet investeren in marketing en uw kantoor als sterk merk in de markt moet zetten. Niet alleen op inhoudelijke specialisaties en kunde van uw kantoor, maar ook vanuit uw eigen visie en missie.

Het kantoor verandert

Niet alleen het accountantskantoor verandert. 'Het kantoor' is in alle branches aan veranderingen onderhevig. Er zijn al veel verschuivingen te zien en dit zal zo door blijven gaan.

De eerste opvallende verschuivingen zijn te zien op de arbeidsmarkt. Het **aantal uren dat de werkende mens draait**, is sterk gedaald. In 2010 lag het gemiddelde aantal arbeidsuren op 34,4 per week, waar dit begin 20ste eeuw nog 72 uur was. Maar er zijn ook andere veranderingen op de arbeidsmarkt zichtbaar. Organisaties worden steeds **minder hiërarchisch** en de traditionele structuur van afdelingen verschuift steeds meer naar projectgroepen en agile constructies.

Een tweede verschuiving is te zien op het gebied van **mobilititeit door technologische ontwikkelingen**. De afhankelijkheid van een vaste werkplek neemt af. De ontwikkelingen maken het steeds vaker mogelijk om niet meer fysiek bij elkaar te komen, maar toch samen te werken of informatie te delen. Augmented reality, big data, energieopslag, nanotechnologieën en duurzame energie; allemaal innovaties die dit nog verder versnellen. Reistijd wordt steeds meer werktijd. Dat betekent dus ook dat we minder werkplekken nodig hebben. Een beweging die nu al zichtbaar is. Hebben we over 15 jaar nog wel een fysiek kantoor nodig?

Tot slot verandert 'het kantoor' ook omdat **de werknemer andere eisen stelt** aan zijn of haar werk. De werknemer van de toekomst vindt werken niet meer het allerbelangrijkste in het leven. Veel jongeren zoeken nu al naar een nieuwe balans tussen werk en privé. Autonomie is daarbij belangrijk: zelf bepalen hoeveel je wilt werken en op welk moment.

De meerwaarde van gebruikersbeleving

Wat is de juiste reactie op deze veranderende werelden? Hoe past u uw organisatie hierop aan en wat is de rol van uw kantoorinrichting? Wij geloven dat we met kantoorinrichting mee kunnen werken aan het behalen van de (nieuwe) **organisatiedoelen**.

Met een bewuste (her)inrichting van uw kantoor kunnen we meerwaarde creëren voor uw organisatie. Uw medewerkers worden **productiever en meer tevreden**. Dit dankzij een optimale gebruikersbeleving. En klanten krijgen een ideale beleving door het gebruik van 'branded workspace'.

De tijd dat we een kantoor enkel als pand zagen, is voorbij. De omgeving bepaalt de werkbeleving van alle gebruikers; zowel medewerkers als cliënten. Gelukkig ontwikkelt de wetenschap ook mee. Een **(jonge) tak van de wetenschap**, omgevingspsychologie, kan ons helpen bij het slim inrichten van ruimtes.

Het gebruik van omgevingspsychologie zorgt ervoor dat een gebouw daadwerkelijk meewerkt en presteert als bedrijfsmiddel. Op basis van onderzoek zien we welke effect factoren als geur, kleur, akoestiek, zichtlijnen en materialen hebben op de tevredenheid, gezondheid én productiviteit van mensen. Zo kunt u **onderbouwde keuzes** maken voor de inrichting en een daadwerkelijk resultaat verwachten!

Conclusie: het is tijd

Wij concluderen dat het tijd is voor de accountancybranche om ook na te denken over het behalen van organisatiedoelen dankzij de (her)inrichting van uw kantoor. De ontwikkelingen in uw markt en de maatschappij vragen er om. En tegelijkertijd bieden de ontwikkelingen in onze markt van kantoorinrichting de kennis en mogelijkheden.



BRANDED WORKSPACE & OMGEVINGSPSYCHOLOGIE



Het verhogen van productiviteit

Productiviteit is een belangrijk onderwerp, in elke onderneming. Maar voor een accountantskantoor is het extra belangrijk, als gevolg van de veranderingen in de branche.

Van oudsher is er de discussie of productiviteit moet worden gemeten vanuit teamprestaties of vanuit de individu. In de **omgevingspsychologie** wordt naar beide vormen van productiviteit onderzoek gedaan en wat blijkt: beide zijn te beïnvloeden door de ruimtes waarin uw mensen zich bevinden.

Verhoging van de productiviteit door de kantoorinrichting aan te passen, leidt tot **een echte win-win situatie**. Veel oplossingen uit de omgevingspsychologie die de productiviteit verhogen, verhogen namelijk ook de gezondheid en tevredenheid van de medewerkers!

Een voorbeeld van een veel behandeld onderwerp is akoestiek. Akoestiek heeft grote invloed op productiviteit, zowel in de positieve als in negatieve zin. De aanwezigheid van te veel, niet-relevant, achtergrondgeluid bijvoorbeeld, heeft een **negatief effect op productiviteit**. Maar een geheel stille ruimte toont in sommige situaties ook negatieve effecten. Voor de akoestiek is dus vooral een goede balans van belang ([lees hier meer over akoestiek](#)).

Een ander groot onderwerp in de omgevingspsychologie is 'de natuur'. Er zijn veel onderzoeken gedaan naar de toevoeging of verwijdering van planten. In veel gevallen zorgden planten voor een positief effect op de productiviteit. '**Biophilic Design**' gaat nog een stuk verder dan enkel de toevoeging van planten. De theorie stelt dat de natuur dus naar binnen moet worden gehaald. Niet alleen letterlijk, maar zeker ook in (impliciete) vormen en materialen ([lees hier meer over Biophilic Design](#)).

Uw medewerker meer tevreden

Het is belangrijk dat uw medewerkers tevreden zijn. Allereerst omdat we het, als mens, belangrijk vinden dat anderen zich goed voelen. Maar zeker ook **omdat tevreden medewerkers beter werk afleveren**, minder vaak ziek zijn én omdat dit de manier is om talent binnen de organisatie te houden.

Medewerkers hebben, net als ieder mens, allerlei psychologische behoeftes. Bijvoorbeeld dat ze controle hebben over hun leefomgeving, dat ze worden gewaardeerd en dat ze niet te veel worden gehinderd in het uitvoeren van hun taken. Heeft u er ooit bij nagedacht dat de inrichting van uw kantoor één van de vele manieren is om te voorzien in deze behoeftes?

Twee voorbeelden van mechanismen die invloed hebben op de medewerkerstevredenheid zijn arousal en stress. Arousal is de activatie van ons zenuwstelsel. **Er is voor iedereen een optimaal arousal level** waarop we het beste presteren. Voor het goed kunnen uitvoeren van simpele taken (bijvoorbeeld herhaalde handelingen) blijkt een hoog arousalniveau nodig en voor complexe taken (bijvoorbeeld nadenken, problemen oplossen) is juist een laag arousalniveau wenselijk. Afhankelijk van de werkzaamheden heeft de medewerker dus een ander niveau van arousal nodig om tevreden te zijn. Het niveau van arousal is te beïnvloeden met kleuren, patronen, bewegende objecten en de aanwezigheid van andere mensen. Rode en oranje kleuren worden bijvoorbeeld geassocieerd met een hoge arousal en groene en blauwe kleuren juist met een laag niveau van arousal.

Een te hoog arousallevel kan stress veroorzaken. Stress is een vervelende ervaring én neemt een deel van de capaciteit in beslag. Hierdoor zijn mensen minder tevreden en kunnen ze hun taken minder goed uitvoeren. **In een optimale kantoorinrichting wordt stress vermeden**

(met behoud van het juist niveau aan arousal) en worden mogelijkheden geboden om de omgang met stress te verbeteren. Een organisatie kan bijvoorbeeld speciale ruimtes inrichten om in terug te trekken en rekening houden met zicht-, en geluidshinder. De controle die iemand heeft over zijn/haar eigen omgeving heeft een groot effect op het ervaren van stress. **Meer controle leidt tot minder stress.**

Geen mens is gelijk

Geen mens is gelijk. Dus ook geen enkele klant of medewerker! Daarom is het belangrijk om in een kantoorinrichting rekening te houden met de verschillende gebruikers van de ruimtes. De ene inrichting werkt **uitstekend voor die ene medewerker**. Het geeft hem/haar precies een goed niveau van arousal en een gevoel van controle. Het zorgt voor voldoende blootstelling aan de natuur en de juiste akoestiek. Toch kan deze inrichting voor zijn/haar collega helemaal niet werken.

Maar hoe houd je daar rekening mee? We kunnen immers niet voor elke medewerker een apart kantoor inrichten of voor elke klant een aparte wachtkamer of vergaderruimte. In de kantoorinrichting maken we daarom, net als bij andere werkvelden, gebruik van persona's. **Een persona is een voorbeeldpersoon**, waarmee we hopen een groep mensen in één keer te vangen. De mensen binnen zo'n persona lijken qua psychologische behoeftes op elkaar. Ze worden bijvoorbeeld ingedeeld op basis van gedrag, beleving of perceptie.

Er zijn verschillende methodes voor het beschrijven van persona's. Bijvoorbeeld op basis van generaties (babyboomer, generatie X, millennials e.d.), hobby's, interesses of de activiteit waarvoor iemand in een ruimte is (ontmoeten, zorgen, leren, werken, genieten).

Ook voor uw kantoor is er een verdeling te maken in persona's. Volgens een bestaande verdeling of een verdeling op maat. Wanneer u uw (her)inrichtingsproject ingaat met duidelijke doelen en persona's voor ogen, dan levert uw nieuwe inrichting zeker meer toegevoegde waarde op voor de organisatie!

Branded Workspace

Niet alleen het effect op uw medewerkers is van belang. Uw kantoor functioneert immers vaak ook als locatie om (potentiele) klanten te ontvangen. Voor accountantskantoren is het een must om commerciëler te worden. Automatisch komt daar de uitdaging bij van het aantrekken van cliënten én het behouden van talent. Voor beide is het belangrijk om het kantoor als visitekaartje in te zetten!

Een optimale kantoorinrichting is volgens ons een omgeving die het merk en **DNA van uw organisatie** tot bloei laat komen. Wij noemen dit een 'Branded Workspace'. De omgeving draagt dan niet alleen functioneel bij, doordat medewerkers meer tevreden of productief zijn. Het draagt ook bij aan de reputatie en het imago. Dit gaat verder dan alleen het plaatsen van een logo op de muur. De kernwaarden van een organisatie kunnen sterk terugkomen in de keuzes in kleuren, vormen en meubels.

Om dit soort keuzes te maken, gebruiken we bij Maasdam verschillende marketing-, en strategiemodellen. Daarmee worden uw visie en kernwaarden vertaald naar de keuzes in het ontwerp en de uitvoering.

Niet al uw cliënten zijn gelijk. En **niet elke fase in uw relatie vraagt om eenzelfde aanpak** en dus om eenzelfde ruimte. Daarom is het verstandig om gebruik te maken van cliëntgerichte ruimtes. Bied uzelf en uw medewerkers de keuze uit verschillende sfeerkamers. Denk aan een standaard spreekkamer, een warme huiskamer, een informele bar of juist een strengere boardroom. Creëer hiermee de ideale klantreis voor uw cliënt.

ACTIE! HET PROCES

Het moge duidelijk zijn: een bewuste inrichting geeft mogelijkheden om **in te spelen op kansen en bedreigingen** in de accountancybranche. Aan de slag dus! Waar begint voor u de weg naar een kantoorinrichting die meewerkt? Bij Maasdam maken we gebruik van onze 6-stappen voor kantoorinrichting. Hieronder volgt een korte toelichting.

1. Inventarisatie

In het proces van kantoorinrichting is een goede voorbereiding cruciaal. In deze voorbereidende fase stel je de doelen en prioriteiten vast. Om een **daadwerkelijk effectieve inrichting te krijgen**, is het belangrijk om met duidelijke doelen te starten.

Wat vindt u het belangrijkste? Wat wilt u precies behalen met de nieuwe kantoorinrichting? En wat vinden uw collega's? Dat zijn moeilijke vragen waar gelukkig vele hulpmiddelen voor beschikbaar zijn. Zoals de unieke keuzetools van Maasdam.

2. Conceptontwerp

Een goede inrichting is meer dan een verzameling meubels. De meerwaarde komt uit het overkoepelende idee: het concept. Een concept komt voort uit alle wensen en doelen en vormt als het ware het karakter van het ontwerp.

Een concept kan volledig zijn gericht op verbetering van de medewerkerstevredenheid, productiviteit of op een branded workspace. Maar een thema, bijvoorbeeld uit uw specialisme, kan ook onderdeel zijn van het concept.

3. Schetsontwerp

Het schetsontwerp is eigenlijk een tussenstap, maar wel een heel belangrijke. Hiermee toetsen we namelijk **of we elkaar ook echt zo goed begrijpen** als we dachten. Alle informatie uit de inventarisatie en het concept komt samen in een ruwe interieurschets en een globale kostenraming.

4. Definitief ontwerp

Het schetsontwerp wordt, met eventuele op of aanmerkingen, uitgewerkt tot een definitief ontwerp. Onze interieurarchitect werkt samen met u toe naar een definitief interieurontwerp. Met een begroting, planning en eventueel een business case rondom de te verwachten resultaten.

5. Realisatie

Dan is het tijd voor de realisatie! **Het ontwerp wordt werkelijkheid**. De vakmensen gaan aan de slag om het definitief ontwerp werkelijk te realiseren en tot leven te laten komen.

6. Evaluatie

Wat ging er goed? En wat niet? Door voor aanvang van het project al een evaluatiemoment op te nemen in de planning, dwingen we onszelf om vooraf de verwachtingen te managen. Met een evaluatie **creëren we openheid**: een leermoment voor u én voor onszelf. Wat niet goed ging; daar zoeken we uiteraard een oplossing voor!

Klaar voor een toekomstbestendig accountantskantoor?

Doe eerst onze (her)inrichtingsscan. In 10 minuten uw mogelijkheden in beeld!

Doe de (her)inrichtingsscan