

De funfactor in je bedrijf

We beleven op dit moment een tijd waarin er werk in overvloed is. Maar daarnaast ook een chronisch tekort aan goed personeel. Je hoeft de vakbladen maar open te slaan of LinkedIn te raadplegen en de noodkreten over personeelstekort komen je tegemoet.

Groen- en infrabedrijven zijn driftig op zoek naar nieuwe medewerkers, zowel voor buiten op de werkvloer als op de bedrijfsbureaus. Sommige bedrijven trekken van alles uit de kast om personeel aan te trekken. Beloftes die vijf jaar geleden nog voor onmogelijk werden gehouden, worden momenteel gedaan. Wat denkt u bijvoorbeeld van een bedrijf dat zijn medewerkers en partners jaarlijks een privé-stedentrip cadeau doet? Niet als bedrijfsuitje, maar gewoon als secundaire arbeidsvoorwaarde in het arbeidscontract. Of functies die voorheen absoluut niet in aanmerking kwamen voor een leaseauto (ja ja, een elektrische), maar waarbij dit nu wel wordt aangeboden. 'Aan ervaren uitvoerders wordt een salaris geboden waarvoor ik vijf jaar geleden een bedrijfsleider had lopen', vertelde een infra-aannemer mij onlangs.

Hardop vraag ik me wel af of al deze mooie beloftes het laatste zetje zijn voor een potentiële medewerker om voor uw bedrijf te kiezen. In de huidige digitale en snelle wereld zijn mensen, zeker de nieuwe generatie, namelijk niet alleen op zoek naar meer geld en goed. *Good feeling*, met een Engelse uitdrukking, is anno 2019 minstens zo belangrijk voor de medewerkers. In gesprekken die ik de afgelopen maanden heb gevoerd met mede-ondernemers, maar ook recentelijk met sollicitanten, heb ik hier eens speciaal op gelet. En ik kan u bevestigen dat het echt zo is. Denkt u in een sollicitatiegesprek wel eens na wat u voor die nieuwe medewerker kunt betekenen? En dan niet alleen simpelweg als werknemer, maar ook als 'mede-mens' met wie u mooie dingen kunt doen en maken voor uw én zijn klanten. Want uw klanten zijn ook de klanten van uw medewerkers. Draagt u bij aan het welzijn en welbevinden van uw personeel? Zodat ze 's morgens graag vroeg uit bed gaan om voor het bedrijf aan de slag te gaan?

Wat worden er op dit vlak ongelofelijk veel fouten door bedrijven gemaakt. Het is vaak *all about the money* en de medewerkers hebben het

nakijken. Wij zijn in onze branche te rationeel en zakelijk als het om menselijk contact gaat.

Is dat ook niet de reden dat ik zo vaak gezocht en gesteun hoor als het gaat om de invulling van verplichtingen op het gebied van *social return on investment*? 'Het is waardeloos, kost geld en de ambtenaren willen alleen vinkjes zetten.' Klopt misschien. Maar heeft u weleens een oprechte poging gedaan om die situatie om te vormen en te proberen iemand een kans te geven in uw bedrijf, om *good feeling* bij een arbeidsgehandicapte of medewerker met een beperking te creëren?

In het kader van *good feeling* binnen een bedrijf is er een hele lijst zaken op te noemen die het goed doen. Hoe staat het met uw betrokkenheid met uw medewerkers en die van uw medewerkers met u?

Vorig jaar schreef collega Erik Punt van Eijkelboom in dit vakblad terecht en met trots over de betrokkenheid met elkaar en de klant bij zijn bedrijf. Een opvallend citaat van Erik: 'Bij ons kent iedereen elkaar bij naam. Betrokkenheid zie je altijd terugkomen in de kwaliteit van een product of dienst.'

Het wordt in onze sector bijna bijzonder als we bij een bedrijf werken waar iedereen elkaar bij naam kent. Terwijl dit toch het minste is wat we voor elkaar kunnen doen: elkaars naam onthouden, aandacht geven aan elkaar, mensen niet om hun 'personeelsnummer' vragen. En dat geldt ook voor die uitzendkracht die van april tot oktober deel uitmaakt van uw team.

Ter inspiratie krijgt u nog wat voorbeelden mee die ik het afgelopen jaar ben tegengekomen, zowel in als buiten onze sector. Toetst u zich eens aan deze aspecten.

Een aantrekkelijk bedrijf met *good feeling* is een bedrijf:

- * waar je spontaan gefeliciteerd wordt als je jarig bent,
- * dat waardering voor jou inzet uitspreekt,
- * dat jou (binnen- én buitenmedewerkers) beuzen en events laat bezoeken om je kennis te vergroten,
- * waar je als buitendienstmedewerker mee mag



Stolwijk

directeur van
www.vdbhwest.nl

beslissen over de keuze van het materieel waarmee je moet werken,

- * met een eigen bedrijfsschool, waar op vrijdagmiddag de eigenaar zelf de jongens en meisjes de fijne kneepjes van het vak leert,
- * waar de directeur aandacht heeft voor (en dus een praatje maakt met) uitzendkrachten, zzp'ers en SROI-medewerkers,
- * waar geen onderscheid is in collegialiteit tussen vaste medewerkers en inleenpersoneel,
- * waar je je brood thuis mag laten als je op kantoor zit omdat er een gevulde koelkast in de kantine staat,
- * waar collega's aan je vragen wat je in het weekend hebt gedaan,
- * waar je ruimte en vrijheid krijgt om je te ontwikkelen, wie je ook bent.

Snapt u een beetje waar ik op doel? Het zit vaak in de kleine dingen. De menselijke maat. Laten we in deze drukke tijden niet vergeten het 'leuk' te maken en houden met elkaar. Een ondernemer zei me laatst: 'Wilco, zorg dat de *funfactor* in je bedrijf aanwezig is. Hard werken én aandacht voor elkaar en voor de klant gaan samen op. Dan komen de medewerkers vanzelf.' Die mening deel ik van harte. En de medewerkers komen druppelsgewijs bij ons binnen. Op het moment zijn er op vrijdagmiddag meer mensen aanwezig bij de borrel dan ik medewerkers aan het werk heb. Dus wie weet ...

Wilco Boender,
buitenruimte-innovator
en directeur van www.vdbhwest.nl



Be social

Scan of ga naar:

www.stad-en-groen.nl/article/28550/de-funfactor-in-je-bedrijf