

KANTOORCONCEPTEN Grenzeloze Hospitality wordt de nieuwe standaard

05-04-2016 11:16

Huurders van kantoorvastgoed staan voor een levensgroot dilemma; Hoe binden zij het talent van de toekomst blijvend aan hun organisatie? Werkinhoud en goede arbeidsvoorwaarden zijn nog maar slechts een onderdeel van het wensenpakket. Een artikel van HTC Advies, specialist in hospitality, voor VJ.

Er is volgens HTC Advies meer nodig; inspiratie en beleving worden kernbegrippen. Als reactie hierop ontwikkelen partijen kantoorconcepten met prachtig ingerichte werkplekken, vergaderruimten vol met inspiratie en een centrale entree met retail concepten. Echter; daarmee wordt slechts gedeeltelijk ingespeeld op de specifieke wensen en eisen van een nieuwe generatie eindgebruiker. Om generatie Z blijvend te binden is het creëren van emotionele betrokkenheid noodzakelijk.

Generatie Z

De toetreding van de generatie Z op de arbeidsmarkt verandert deze compleet. Deze generatie zoekt naast financiële beloning een emotionele vervulling in het werk. Meer dan anderen generaties wil Generatie Z werken voor een organisatie waar zij een verschil voor de wereld kunnen maken. En het liefst voor een organisatie met een sterk DNA en merknaam. De jongste generatie staat in de rij voor grote namen als Booking.com, Nike en Google. Zij werkt op flexibele locaties en op wisselende tijden. Het zijn geboren zelfstandigen maar ook gedreven en veeleisende werknemers. Hoe bindt je een generatie aan je organisatie die verzadigd is van informatie en communicatie, gewend zijn aan een razend tempo in de samenleving en opgegroeid zijn met meer gadgets dan passen in hun skinny jeans?

"Inspelen op waar en de manier waarop deze generatie wil werken is een basisvoorwaarde, maar een op maat gemaakte en persoonlijke beleving maakt pas het verschil", zegt [Michiel van Noort van HTC Advies](#).

Wow-effect

Veel nieuwe werkplekconcepten richten zich slechts op het wow-effect met esthetisch mooi ingerichte ruimtes en faciliteiten die gemak bevorderen. Hiermee wordt de behoefte van de generatie Z naar herkenning, erkenning, interactie, continue prikkels, zingeving en beleving onvoldoende blijvend vervuld.

Organisaties zijn op zoek naar de verbinding tussen een esthetisch kantoorconcept in combinatie met échte beleving. Het gevoel bij een goed totaalconcept wordt gerealiseerd wanneer de basisbehoeften (veilig, schoon, functioneel) zijn ingevuld én alle verschillende omgevings- en belevingsaspecten op de juiste manier op elkaar zijn afgestemd. Van Noort: "Dat noemen wij Grenzeloze Hospitality."

Verskil maken

Grenzeloze Hospitality kan voor verschillende type gebouwen en omgevingen het verschil maken: Single tenant, multi tenant of grenzeloos tenant maakt niet meer uit! De beleving van het gebouw bepaalt de aantrekkelijkheid voor het jonge talent. Wanneer een organisatie met grenzeloze hospitality het gevoel weet te raken van generaties Z, wordt emotionele betrokkenheid gecreëerd en daarmee loyaliteit naar de organisatie.

"Vastgoedbeheer is hiermee uitdagender dan ooit te voren: van de verhuur van stenen en look & feel, gaat het naar het verhuren van emotionele betrokkenheid", aldus Van Noort.

Geïnteresseerd welke stappen genomen moeten worden om emotionele betrokkenheid te realiseren? [Download hier de gratis whitepaper 'Het kantoor van de toekomst bestaat niet' van HTC Advies.](#)