



Persoonlijke inspiratie op een flexwerkplek

Gebrek aan personalisatie van de flexwerkplek is een belangrijk zorgpunt bij introductie van het nieuwe werken. En er zijn indicaties dat persoonlijke verzamelingen om een werknemer heen de creativiteit bevorderen. In dit artikel wordt de ontwikkeling van een product gericht op deze twee aandachtspunten beschreven. Het betreft een projectie op de tussenwand achter de tafel, die zelf vormgegeven kan worden. Een pilotonderzoek onder gebruikers toont aan dat het inspirerend werkt en de gebruikers willen het allen gaan gebruiken.

Tim Tackenberg, Hilke de Wit, Marieke Sonneveld en Peter Vink

Informatie over de auteurs:

Tim Tackenberg heeft zijn masters diploma op dit onderzoek gehaald aan de TU-Delft.

Marieke Sonneveld is verbonden aan de Technische Universiteit Delft, Faculteit Industrieel Ontwerpen.

Hilke de Wit is werkzaam bij Logica Nederland B.V. te Rotterdam.

Peter Vink is werkzaam bij TNO, Hoofddorp.

Correspondentieadres:

Technische Universiteit Delft

Fac. Industrieel Ontwerpen

T.a.v. P. Vink

Landbergstraat 15

2628 CE Delft

Het Nieuwe Werken (HNW)

Er is op het internet veel te vinden over 'Het Nieuwe Werken' (HNW; zie bijvoorbeeld hetnieuwewerkenblog.nl). Desenco heeft deze term in 1993 al beschermd bij Shieldmark (Vink, 2009). Desenco stelt dat het nieuwe werken eigenlijk tijdloos is, omdat maatschappelijke en technologische ontwikkelingen voortdurend vragen om een nieuwe manier van werken. In deze tijd wordt het nieuwe werken vaak geassocieerd met op afstand werken en vergaderen en op het kantoor een werkplek kiezen die het beste bij je taak past. Thuiswerken wordt vaak in één adem genoemd met deze elementen (Brink & Gompers, 2011). Er is echter weinig onderzoek gedaan naar welke omgeving ideaal is voor een bepaald type medewerker en een bepaald type taak. Er zijn wel wat casestudies beschikbaar. Uit de studie bij KPN blijkt bijvoorbeeld dat productiviteit door samenwerking iets vooruitgaat, wanneer men een tijd in een HNW-omgeving werkt en werknemers tonen graag hun werkplek aan anderen, maar de privacy en de mogelijkheid tot personaliseren van de werkomgeving gaat achteruit (Vink e.a., 2012). Hengst e.a. (2008) beschrijven vergelijkbare effecten bij een evaluatie van zes cases waarin op afstand werd gewerkt. Ook deze casestudies tonen aan dat er behoefte is aan het inrichten van de omgeving naar de persoonlijke wensen.

De veranderende manier van werken heeft consequenties voor de voorzieningen die werknemers nodig hebben om zo goed mogelijk hun werk te kunnen doen. Mensen kunnen altijd en overal aan het werk via hun virtuele werkplek en hoeven daarvoor niet meer naar het kantoor. Het kantoor wordt kleiner en er is geen eigen werkplek meer (Vink, 2009). Het kantoor komt door deze nieuwe wijze van werken in een nieuw perspectief te staan: het wordt een plaats om mensen te ontmoeten en om te netwerken. Individuele

taken bestaan nog wel en worden vaak aan een flexwerkplek verricht. Bij een flexwerkplek ontbreekt de mogelijkheid tot personalisatie. Er is geen plantje of fotolijstje van jezelf te vinden.

Volgens het rapport van Hengst e.a. (2008) over werken op afstand is een mobiele werker iemand die minimaal 1 dag per week gedurende enige tijd werk buitenshuis en buiten kantoor verricht. Dat kan reizend, in het veld of op locatie van de klant. Een medewerker hoeft niet meer op kantoor te werken omdat de informatie overal toegankelijk is. Daardoor treffen medewerkers elkaar minder op een informele manier. Diverse studies geven aanwijzingen dat de creativiteit door minder formeel overleg achteruit loopt (Blok e.a., 2008). Er is behoefte om deze teruggang in creativiteit te compenseren.

Naar een nieuw product

In dit project wordt dit tekort aan personaliseren en de kans dat de creativiteit afneemt aangepakt. In samenwerking met Logica is daarom een flexibele werkplek ontworpen, waarin medewerkers de mogelijkheid hebben iets van hun eigen identiteit te tonen en die inspirerend werkt. De ontwerp-vraag is: *Ontwerp een inspirerende flexwerkplek die medewerkers de mogelijkheid geeft om hun eigen identiteit te tonen.*

Om tot een ontwerp te komen dat voldoet aan de ontwerp-vraag zijn vijf stappen doorlopen. Eerst is een verkenning gedaan naar het verloop van inspiratieprocessen, vervolgens is door observaties en interviews nagegaan hoe bij Logica het inspiratieproces verloopt op sociaalorganisatorisch niveau, in de fysieke omgeving en hoe de staat van inspiratie bij medewerkers was. Daarna is vanuit een conceptueel idee toegewerkt naar een concept. Vervolgens is een mockup van het concept gemaakt voor een gebruikerstest met zes medewerkers. De resultaten van deze test vormen tot slot de input voor het ontwerp. Dit artikel focust op het gebruikersonderzoek. Het proces naar het ontwerp wordt kort geschetst.

Gebruikersonderzoek

Literatuurverkenning inzake het inspiratieproces

Er is over inspiratie veel geschreven. Thrash en Elliot (2003) definiëren inspiratie als 'a motivational state posited to energize the actualization of creative ideas'. Ze onderscheiden drie elementen die inspiratie tot stand laten komen (Thrash & Elliot, 2003):

- transcendentie, dat verwijst naar een staat waarin de verworven inzichten het gewone overstijgen; men krijgt betere of creatievere ideeën;
- evocatie, wat betekent dat de bron van de inspiratie een externe stimulus is, en
- gerichte motivatie, hetgeen inhoudt dat er een intrinsieke motivatie is om het nieuwe idee uit te werken en te communiceren.

Voor de tweede (evocatie) is aan productontwerp te koppelen. Het betekent dat de gebruiker in het product een stimulus of bron van inspiratie zou moeten zien. Daarbij is er een gerichte motivatie nodig van de gebruiker. Dit houdt weer in dat de persoon zelf initiatieven moet nemen en dat er niet iets is dat constant automatisch op de persoon afkomt. Volgens Eckert & Stacey (1998) zijn bronnen van inspiratie essentieel voor de voortzetting van creativiteit. Om je te voorzien van een continue stroom van inspiratie, is het belangrijk te zoeken en om je heen te kijken. Veel mensen houden daarom een soort van verzameling als inspiratiebron om zich heen. Ontwerpers houden bijvoorbeeld vaak een verzameling van materiaalmonsters in de omgeving van hun werkplek. Naast het open staan voor externe stimuli blijkt ook het uitvoeren van creatieve taken een belangrijke bijdrage te leveren in het proces van geïnspireerd raken op het werk (Thrash & Elliot, 2010).



Afbeelding 1. De geobserveerde flexwerkplek bij Logica

Observatie

Op sociaalorganisatorisch niveau blijken medewerkers van Logica zeer autonoom te werken. Ze omschrijven zichzelf als freelancers met een gegarandeerd inkomen. Ze hebben een grote variatie aan individuele en teamtaken. Vaak bepalen de wensen van de klant of creatieve elementen nodig zijn. Erkenning van creatieve ideeën komt vooral van klanten en in mindere mate van collega's. Omdat teamwork vaak wordt uitgevoerd in multidisciplinaire teams, werken de medewerkers vaak met verschillende collega's. Dit wordt soms ook als inspirerend ervaren.

Afbeelding 1 toont de typische werkplek in de fysieke omgeving. Er zijn ook pogingen gedaan om inspiratie uit te lokken (bijvoorbeeld afbeelding 2). Deze inspiratie-elementen worden beperkt gebruikt, omdat je er naartoe moet gaan of omdat het niet aansluit bij de behoefte van Logica-medewerkers.

De staat van inspiratie is, zoals beschreven, wisselend en afhankelijk van de klantbehoefte. Bij de medewerkers zelf is wel behoefte tot inspiratie die wat dichterbij de medewerker staat dan de huidige middelen om bijvoorbeeld vooruit te komen in de eigen taken.



Afbeelding 2. Elementen bij Logica die inspiratie tot doel hebben

Concept

Bij het ontwerpen is met behulp van het Vision in Product Design framework (Hekkert e.a., 2009) een visie geformuleerd. Het doel is kenniswerkers te leren dat ze zichzelf kunnen inspireren door vorm aan hun werkomgeving te geven. Daarbij is het voorgenoemde idee 'een soort van verzameling als inspiratiebron om zich heen' leidend.

Gebaseerd op het vooronderzoek en de ontwerpvisie is met behulp van verschillende creativiteitstechnieken (zoals focus group ideas, exploring interaction concepts, free associative sketching en brainstorm) een groot aantal product ideeën gegenereerd, gericht op verschillende delen van de werkomgeving. Omdat inspiratie een zeer persoonlijk fenomeen is, is uiteindelijk een concept uitgewerkt dat zich richt op het virtueel personaliseren van de individuele werkplek (afbeelding 3). Er wordt hierbij gebruik gemaakt van de privacyschermen tussen twee werkplekken die meestal bij Logica aanwezig zijn.



Afbeelding 3. Conceptontwerp waarbij de achtergrond kan worden gepersonificeerd

Gebruikerstest

Er is testopstelling gebouwd met een projector (afbeelding 4). Het belangrijkste doel is na te gaan of deze oplossing de gebruiker inderdaad een meer inspirerende werkomgeving geeft. Daartoe is een aangepaste versie van de Inspiratie Scale gebruikt van Thrash (2004). Dat is een lijst met items, die door de gebruiker worden gescoord; hoe hoger de score hoe meer inspiratie. Het doel van de test was ook om inzichten te verkrijgen in wat gebruikers op de achterwand plaatsen. Daartoe zijn sjablonen gemaakt in PowerPoint en die zijn gebruikt om de projectie van het echte product te simuleren. Deze sjablonen kunnen de gebruikers zelf vormgeven met bijvoorbeeld eigen foto's.

Deelnemers

Zes Logica-medewerkers van verschillende achtergronden namen deel aan de test. Allen waren gewend aan het gebruik van flexibele werkplekken in hun dagelijks werk. Tijdens de gebruikstesten voerden de deelnemers veertig minuten hun normale werk uit op een mockup van een werkstation met een gepersonaliseerde visualisatie.



Afbeelding 4. Testopstelling met gebruiker

Opzet

Bij de start werd de deelnemers gevraagd om Inspiratie Scale (Thrash, 2004) in te vullen aangevuld met een aantal vragen over de aard van het werk dat zij hebben verricht tijdens de test. Na de eerste vragenlijst is de deelnemer gevraagd om vijf tot vijftien inspirerende beelden te verzamelen op het web. Daarna werd hen gevraagd om een of twee achtergronden te kiezen waarbinnen de beelden wor-



den weergegeven. De instructie was dat ze op de werkplek op dezelfde manier als altijd gingen werken. De persoonlijke visualisaties begonnen een paar minuten nadat de deelnemers aan het werk waren. De volgende opname werd na vijf minuten getoond. De deelnemers werd gevraagd om commentaar te leveren op momenten dat de projectie stoorde bij het werk. Aan het einde van de sessie vulden de deelnemers nogmaals de vragenlijst in, aangevuld met vragen over adviezen over het concept.

Resultaten

De eerste reacties op het concept waren positief. Het werd als leuk en inspirerend getypeerd. Alle deelnemers gaven aan dat ze het product vaak zouden gebruiken. Het belangrijkste is wellicht dat iedereen zich meer geïnspireerd voelde op deze plek vergeleken met hun flexwerkplek.

De Inspiratie Scale gaf een stijging in inspiratie van 4,5 op een schaal van 28 punten. Vergeleken met de normale situatie, betekent dit een gemiddelde stijging van 24%. Er waren ook opmerkingen over de uitvoering. Sommige gebruikers gaven aan niet iedere dag nieuwe foto's te zullen opladen. Ook was er behoefte aan meer vrijheid dan de nu gebruikte sjablonen boden.

Discussie

Deze pilottest was perspectiefvol omdat er een toename aan inspiratie is. Daarom is een detailontwerp gemaakt, dat verder kan worden uitgetest. Er zijn wel kanttekeningen bij de opzet te maken. De deelnemers zijn gestoord in hun normale routines, dit kan op zich al resulteren in een toename in inspiratie. Een volgende stap is medewerkers veel langer te volgen met een controlegroep. Aandachtspunten daarbij zijn de controle en vrijheden over de specifieke elementen van de visualisatie en de bijbehorende techniek.

Alle deelnemers gaven aan dat ze regelmatig gebruik zouden maken van dit product als het beschikbaar is. Een suggestie voor verbetering van het concept is: het automatisch laten starten van de visualisatie, zodat medewerkers niet handmatig iedere dag foto's hoeven te laden.

Productvoorstel

Aan de hand van de resultaten is het concept verder uitgewerkt tot het 'persoonlijke inspiratieplatform'. Dit product koppelt een persoonlijk online profiel aan een projectie op de fysieke werkplek (afbeelding 5). De gebruiker kan zo bij aankomst op de werkplek inloggen en zich direct in een vertrouwde omgeving bevinden. Het product biedt de gebruiker volledige autonomie in de invulling van de projectie. Gedurende de werkdag zal de projectie ook kunnen veranderen om de gebruiker te prikkelen. Daarnaast kan de gebruiker simpele interacties met de projectie aangaan door middel van handgebaren (afbeelding 6).

In een online profiel (afbeelding 7) kan de gebruiker zijn eigen verzameling van inspiratiebronnen aanleggen in de vorm van afbeeldingen, quotes en interactieve elementen. Hier wordt ook de mogelijkheid geboden om op creatieve



Afbeelding 5. De projectie toont persoonlijke inspiratiebronnen op een manier die de gebruiker prettig vindt

wijze met deze inspiratiebronnen aan de slag te gaan. Zo is het bijvoorbeeld mogelijk om een soort collage te maken. Gebruikers kunnen zelfs nieuwe functionaliteiten toevoegen met behulp van javascript, iets wat in de Logica omgeving zeker gebruikt gaat worden.

Het is goed te weten dat op het technologisch vlak een aantal aannames zijn gedaan die de kans van implementatie kunnen beïnvloeden. Implementatie van een dergelijk systeem zou een grotere belasting op de ICT-voorzieningen geven. Er wordt echter van uitgegaan dat deze capaciteit in de toekomst beschikbaar is. Daarnaast is er verbetering in projectorteknik nodig waarbij compacte projectoren in de toekomst dezelfde prestaties kunnen leveren als de huidige grotere projectoren. Die kleinere projectoren zijn al in ontwikkeling.

Conclusie

De voorlopige resultaten van dit onderzoek laten zien dat personaliseren een belangrijke bijdrage levert in het creëren van een inspirerende werkomgeving. Binnen een bedrijf waarin niemand een vaste werkplek heeft, zijn virtuele projecties een geschikte manier om te personaliseren zonder het flexibele karakter van de werkomgeving te verliezen. Langere-termijnonderzoek moet nog aantonen of de effecten op inspiratie en het gevoel van personaliseren blijvend zijn en of het voor werkgevers loont om een dergelijk systeem in te voeren.



Afbeelding 6. Met handgebaren kan de gebruiker de projectie beïnvloeden



Afbeelding 7. Online inspiratieprofiel

Referenties

Blok, M., Korte, E. de, & Vink, P. (2008). Effecten van een nieuwe koffiecorner. *FMI*, 15(1):20-23.
Brink, P. van den, & Gompers, R. (2011) (red.). De kunst van het nieuwe werken. Zutphen: Uitgeverij Thieme.
Eckert, C., & Stacey, M. (1998). Fortune favours only the prepared mind: why sources of inspiration are essential for continuing creati-

vity. *Creativity and innovation management*, 7(1), 9-16.
Hekkert, P., Lloyd, P., & Dijk, M. van (2009). Vision in product design; handbook for innovators. Amsterdam: Bis publishers.
Hengst, M. den, Leede, J. de, Looze, M.P. de, Krause, F. & Kraan, K. (2008). Werken op afstand, virtuele teams en mobiel werken, Hoofddorp: TNO.
Thrash, T.M., & Elliot, A.J. (2003). Inspiration as a Psychological Construct. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(4), 871-889.
Thrash, T.M., & Elliot, A.J. (2004). Inspiration: Core characteristics, component processes, antecedents, and function. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87(6), 957-973.
Thrash, T.M., Elliot, A.J., Maruskin, L.A., & Cassidy, S.E. (2010). Inspiration and the Promotion of Well-Being: Tests of Causality and Mediation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(3), 488-506.
Thrash, T.M., Maruskin, L.A., Cassidy, S.E., Fryer, J.W., & Ryan, R.M. (2010). Mediating Between the Muse and the Masses: Inspiration and the Actualization of Creative Ideas. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(3), 469-487.
Vink, P., Blok, M., Formanoy, M., Korte, E. de, & Groenesteijn, L. (2012). The effects of new ways of work in the Netherlands: national data and a case study. *Work* 41: 2600-2604.
Vink, P. (2009) (red.). Aangetoonde effecten van het kantoorinterieur, Alphen: Kluwer.

In Memoriam Jan Moraal

Op 4 augustus jongstleden overleed Jan Moraal op 77-jarige leeftijd. Jan Moraal heeft een aanzienlijke rol gespeeld op het gebied van de ergonomie in Nederland, vooral in het Europe Chapter van de Human Factors and Ergonomics Society. Hij was medeoprichter hiervan en nauw betrokken bij de bijeenkomsten die vaak werden vergezeld door goede proceedings. Jan was ook bijzonder hoogleraar in Eindhoven en lid van de Raad voor de Verkeersveiligheid, nu de Ongevallenraad. In de jaren 70 en 80 heeft hij bij TNO meegewerkt aan ruim 50 rapporten en publicaties betreffende ergonomisch onderzoek, vooral op het gebied van ouderen, verkeersveiligheid en validatie van simulatoren. Hij trad niet vaak op de voorgrond, maar zorgde er voor dat hij de medewerkers motiveerde en het vertrouwen gaf om goed te functioneren.

Zelf heb ik hem goed leren kennen als onderdirecteur bij TNO Technische Menskunde in Soesterberg, waar hij samen met directeur Aart van Meeteren het belang van (cognitieve) ergonomie hoog in het vaandel hield. Jan wist mensen goed te motiveren door zijn sympathieke karakter, humor en kennis van zaken. Tot eind 1999 is hij bij TNO betrokken geweest.

We wensen de nabestaanden sterkte bij het verwerken van dit verlies en zijn dankbaar voor zijn bijdragen aan de ergonomie.

Hein Daanen

