



GREAT
PLACE
TO
WORK®

Aan de keukentafel

Culture Audit

Succes door persoonlijke en professionele groei

2015/2016, deel 2



Medewerkers stellen vaker vragen
als 'hoe kan ik beter worden' en
'wat kan ik bijdragen aan mijn team?'

Inhoudsopgave

Aan de keukentafel	5
Algemene informatie	6
Werven & Verwelkomen	12
Inspireren	18
Spreken	22
Luisteren	26
Bedanken	30
Ontwikkelen	34
Zorgen	38
Vieren	44
Delen	48
Optionele vragen	54



Onze dank gaat uit naar Mick Stomp, eigenaar van het Agahuis. Zij stelde haar keukentafel ter beschikking aan onze collega's. Het voelde als een bezoek bij een goede vriendin. www.agahuis.nl



Aan de keukentafel

In deze Culture Audit laten we Rittal, Phoenix Contact, EPLAN en Cito Benelux ook zien door de ogen van onze eigen medewerkers. We hebben collega's gevraagd letterlijk 'aan de keukentafel' te zitten, om hen de ruimte te geven open en eerlijk over hun werkgever te praten. Hun mening vinden we belangrijk. Zij zijn bepalend voor de sfeer en de cultuur in ons bedrijf. Ze bepalen ook de mate waarin we succesvol kunnen zijn.

1

Algemene informatie

“Van plek 4 naar GPTW met 4 bedrijven”



Dirk Jan Wesselink

Dirk Jan Wesselink is financieel directeur van Cito Benelux, dat twee jaar geleden het predicaat Great Place To Work verwierf, met slechts drie – veel grotere – bedrijven voor zich. De situatie is enigszins gewijzigd. Nog steeds vindt hij Cito Benelux een prachtig bedrijf voor z'n mensen, maar wat veranderde is de organisatiestructuur. Op de Hengelder 56 in Zevenaar huizen nu vier zelfstandige bedrijven: Rittal B.V., Phoenix Contact B.V., EPLAN Software & Services B.V. en Cito Benelux B.V. De laatste niet meer als 'beleidsbepaler', maar als 'beleidsvertaler'.

Een organisatie in verandering. Hoe precies?

“In de vorige GPTW-inzending was Cito Benelux nog de paraplu boven de drie merken. Nu zijn de merken zelfstandig: drie bedrijven – met elk hun eigen algemeen directeur – die zelf hun keuzes maken op het gebied van ICT, marketing, kwaliteitssystemen en bedrijfsvoering bijvoorbeeld. Dat is een flinke omslag: van 'Cito-paraplu' naar 'merken centraal', van eenheid naar diversiteit. En bij Phoenix Contact en EPLAN gaan we naar een nieuw incentive systeem, dat je stimuleert nog beter te presteren. Niet iedereen pikt dit soort veranderingen even snel op – vergeet niet dat de gemiddelde leeftijd 47 jaar is, bij een dienstverband van gemiddeld 13 jaar.”

Wat betekent de omslag voor de medewerkers?

“Er is nu meer focus op resultaat. In de cijfers is dat ook te zien: we hebben in 2014 een recordomzet gedraaid, in 2015 overtreffen we dit zelfs. En de kosten/baten analyse is belangrijker geworden, de vraag 'wat levert het op?' stellen we steeds vaker. Voorheen keken medewerkers eerder naar wat het bedrijf hen kon bieden. Nu zie je dat ze nadrukkelijker bezig zijn met vragen als 'hoe kan ik beter worden' en 'wat kan ik bijdragen aan mijn team?' Resultaat – omzet, winst, marktaandeel – is belangrijk, maar belangrijker nog is de ontwikkeling van medewerkers, gedreven door klantwensen. Onze nieuwe R&O-cyclus – op de pagina's 34 en 35 lees je er meer over – geeft hier nog meer sturing aan. Elke medewerker voert gesprekken met zijn leidinggevende en maakt concrete afspraken over persoonlijke en professionele groei. Dat zal uiteindelijk ook resulteren in een gezonder bedrijf.”

Goed sociaal beleid begint met winst maken?

“Aan de ene kant bieden we graag alle ruimte aan medewerkers zich te ontplooiën – dat zit ons in het bloed, en die zorg voor onze mensen zullen we nóóit loslaten. Maar wij zijn realist genoeg om te erkennen dat dit geld kost. Winst

maken is dan ook cruciaal en daar slagen we heel aardig in. De Duitse moederbedrijven van Rittal, Phoenix Contact en EPLAN investeren een substantieel deel van hun winst in innovaties. Vervolgens bevestigen onze medewerkers dat de klanten in Nederland bij ons aan het juiste adres zijn. Dat doen ze met trots, enthousiasme en eerlijkheid. En met veel kennis over producten en toepassingen.”

Jullie staan bekend als warm, menselijk, sociaal.

Blijft dat zo?

“De vorige algemeen directeur heeft zich afgevraagd of we niet té sociaal zijn, maar heeft verschraving nooit serieus overwogen. Op die lijn zitten we nog steeds. Onze pensioenvoorziening blijft degelijk, er zijn ruime budgetten voor scholing, nieuwkomers krijgen een uitgebreid introductieprogramma, de werksfeer blijft collegiaal, integriteit staat nog steeds voorop en medewerkers met privéproblemen blijven we helpen. Ook houden we vast aan mooie tradities: de kerstborrel met het uitreiken van het kerstpakket, het nieuwjaarsontbijt waar het voltallige directieteam aan het personeel een ontbijt aanbiedt en het jaarlijkse personeelsfeest, óók voor de partners. Tegelijkertijd zeggen

we: om als bedrijf gezond te blijven, hebben we jou keihard nodig. Dat blijft niet bij praten alleen: we maken er realistische afspraken over en verbinden er consequenties aan. Dat kan je verzakeling noemen. Wij zien het als duidelijk en transparant met elkaar communiceren en dat is nodig om een Great Place To Work te blijven. Wij zijn trots op onze medewerkers dat zij in staat blijken in deze verandering mee te gaan.”

Directieteam

Marc Basten, algemeen directeur Cito Benelux (links)

Harold van Waardenburg, algemeen directeur EPLAN

Walter van Aken, algemeen directeur Phoenix Contact

Geert Laseur, algemeen directeur Rittal

Dirk Jan Wesselink, financieel directeur Cito Benelux





Wat produceert Rittal?

- schakelkastsystemen voor de installatie-, industriële- en ICT-markt
- outdoorbehuizingen voor infra en telecom
- componenten en systemen voor stroomverdeling
- systeemklimatisering
- IT-systeemoplossingen
- werkplaats-automatisering

Voor wie werkt Rittal?

- Rijkswaterstaat, universiteiten, de zorg, Ministerie van Defensie (overheid)
- Meyn, Stork, Vanderlande, Huisman, (machinebouwers)
- Scholten Panelen, Elektro Kasten Bouw (paneelbouwers)
- Technische Unie, Solar, Rexel, ES Elektro, Van Egmond Groep (groothandel)
- Eigenlijk alle bedrijven in de sectoren Energie, Water, Infra, Food, Zorg, Smart City's, Datacenters, Universiteiten en onderwijs, Gebouwautomatisering – kortom: de hele installatiemarkt binnen de industrie, utiliteit en IT.

Wie zijn de concurrenten?

- Eldon, Minkels, APC, Sarel, Knurr



Wat is Phoenix Contact?

We zijn de 'connectivity company' voor data, signaal en voeding. Daarnaast zijn we marktleider in producten om modulair te kunnen bouwen, maar ook in overspanningsbeveiliging, componenten voor in de schakelkast, automatiseringstechniek en IT security gecombineerd met netwerktechnologie. We ontwikkelen ook complete systemen ('solutions'). Onze producten vind je in veldinstallaties, apparaat- en aansluittechniek, overspanningsinstallaties en oplossingen via internet (Phoenix Contact gaat in de cloud).

Voor wie werkt Phoenix Contact?

- Eindgebruikers (Shell, Corus, Rijkswaterstaat), installateurs, paneelbouwers en ingenieursbureaus, ofwel: de hele elektronische en elektrotechnische markt.
- Distributiepartners: Technische Unie, Solar, It'sme, Rexel, Van Egmond, EKS, Elauma

Wie zijn de concurrenten?

- Würth, Sauro, Weidmuller, Wago, Harting, Dehn, Meanwell, Beckhoff, SE, Siemens en anderen



Wat biedt EPLAN?

- zelf ontwikkelde engineering software
- adviseert bedrijven over het optimaliseren van hun engineering processen
- verhoogt de efficiency in het productontwikkelingsproces

Voor wie werkt EPLAN?

- Eindgebruikers, zoals Grolsch, Heineken, Bolletje, Friesland Campina, Unilever
- Machinebouwers, zoals VMI, AWL Techniek, Vanderlande, Kaak, Bollegraaf
- System Integrators, zoals Actemium, TBI groep, Hollander Techniek, Alewijnse, Cofely
- Paneelbouwers, zoals Aqualectra, VHE, Inelve, Huisman Elektrotechniek, Vekon
- Engineering service providers, zoals Aartec, Nozhup, QnQ, Ajilon

Wie zijn de concurrenten?

- IGE-XAO (SEE Electrical), Autodesk (Autocad Electrical), Aucotec (Engineering Base)

Nieuwe rol

Cito Benelux stond altijd 'boven de merken', maar sinds 2014 zijn Rittal, Phoenix Contact en EPLAN zelfstandig. Haar rol is dus veranderd: van facilitaire holding naar shared service center, van beleidsbepaler naar beleidsvertaler. Dit betekent dat de wensen van de drie merken leidend zijn voor de diensten die Cito Benelux hen biedt.

Synergie stimuleren

Welke diensten Cito Benelux biedt? HR, IT, logistiek, finance, supply chain management en facility management. Cito Benelux speelt ook een cruciale rol bij het waarmaken van de doelstellingen van de drie merken. We stimuleren niet alleen synergie, efficiënt werken en kennisdeling, we leveren ook goede professionals.

Medewerkers stimuleren

Dankzij de expertise en financiële slagkracht van de Duitse moederbedrijven worden constant innovaties ontwikkeld. Goed voor onze klanten. En goed voor onze medewerkers: Cito Benelux stimuleert hen zich persoonlijk en professioneel te ontwikkelen en investeert continu in opleiding en bijscholing. Medewerkers delen vervolgens hun actuele kennis met klanten, partners en collega's. Zij stellen hun expertise in dienst van de beste oplossing.





Na de koffie met gebak vroegen we:
"Spreek vrijuit, wat is het eerste dat
in je opkomt?"

Els Vos office sales engineer, Rittal

“Als ik even geen tijd voor iemand heb, omdat mijn werk af moet, dan zeg ik dat ook. Jij bent een echt Rittal-wijf, hoor ik dan. Ha ha, ik zie dat als compliment. Ik ga elke dag met plezier naar m’n werk, ben 51 maar denk er niet over om parttime te gaan werken.”



Erica van Son
administratief ondersteuner,
Cito Benelux

“Dit is een bedrijf waar overal aandacht voor is. Voor mensen, showroom, meubilair, tuin – alles ziet er pico bello uit. Oog voor detail werkt positief. We hebben allemaal zoets van: samen leveren we kwaliteit.”



Nancy Schimmel secretaresse general sales manager, Phoenix Contact

“Ik heb bij veel bedrijven gewerkt. En ik weet: bij ons is het erg goed georganiseerd. M’n salaris wordt op tijd betaald, krijg een prima maaltijd bij overwerk. Ik hoef me nooit ergens zorgen over te maken, kan me focussen op mijn werk. Dit is een hele veilige plek.”



Ronny Helmink technical sales engineer, Rittal

“De valkuil is dat medewerkers zo gepamperd worden, dat ze hun scherpheid verliezen. Of dat ze niet meer weggaan en dat remt nieuwe aanwas. Ik werk hier 8 jaar, maar ben op mijn afdeling nog steeds degene die het laatst binnenkwam ...”

2

Werven & Verwelkomen

Het werven van excellente medewerkers bepaalt of we succesvol zijn. Het gaat niet alleen om de man of vrouw met ‘de beste papieren’, maar vooral om de match tussen wederzijdse wensen en verwachtingen.

2a

Ethisch kompas – algemeen

Niet toevallig heeft het DNA van Rittal, Phoenix Contact, EPLAN en Cito Benelux – sterke overeenkomsten. Kernwoorden zijn: klantgericht, innovatief, waarde toevoegen, tijdwinst, kostenbesparing, sparringpartner, persoonlijk, deskundig, inspireren, het verschil maken, jezelf verbeteren en overtreffen. Dit alles vormt ons ‘ethisch kompas’, dat medewerkers laat zien waar we voor staan en wat ons verbindt.

Ons DNA staat bij de medewerkers scherp op het netvlies. Dat moet ook wel, want het bepaalt de eisen die we aan hen stellen. We verwachten dat ze betrokken, gedreven en ambitieus zijn, dat ze initiatief tonen en doorzettingsvermogen. Deze waarden hebben invloed op persoonlijke en professionele groei. Ze dragen bij aan beter presteren, wederzijds respect, succes voor onze klanten en groei van onze bedrijven.

Ethisch kompas – 3 bedrijven

Het ethisch kompas voor Rittal, Phoenix Contact en EPLAN is verwoord in hun ‘ondernemingsprincipes’. Daarin is een dominante positie gereserveerd voor de manier waarop de ondernemingen met hun personeel omgaan. Dit zijn de belangrijkste ondernemingsprincipes van de afzonderlijke businessunits:

- Rittal: ‘Onze deskundige medewerkers zijn het belangrijkste bezit van ons bedrijf’. En: ‘Wij herkennen de samenhang

tussen de vaardigheden en persoonlijke ontwikkeling, motivatie en het succes van ons bedrijf. Daarom stimuleren wij medewerkers zich via trainingen en opleidingen verder te ontplooiën. We laten ze delen in ons gezamenlijke succes’.

- Phoenix Contact: ‘Onze ondernemingscultuur moedigt vertrouwen aan en ondersteunt de ontwikkeling van medewerkers om overeengekomen doelen te bereiken.’
- EPLAN: ‘De capaciteit en samenwerking van alle medewerkers is het kapitaal van onze onderneming’. En: ‘We stimuleren onze medewerkers op het gebied van bijscholing en persoonlijke ontwikkeling. We betrekken ze in het gezamenlijke succes’.

Ethisch kompas – Cito Benelux

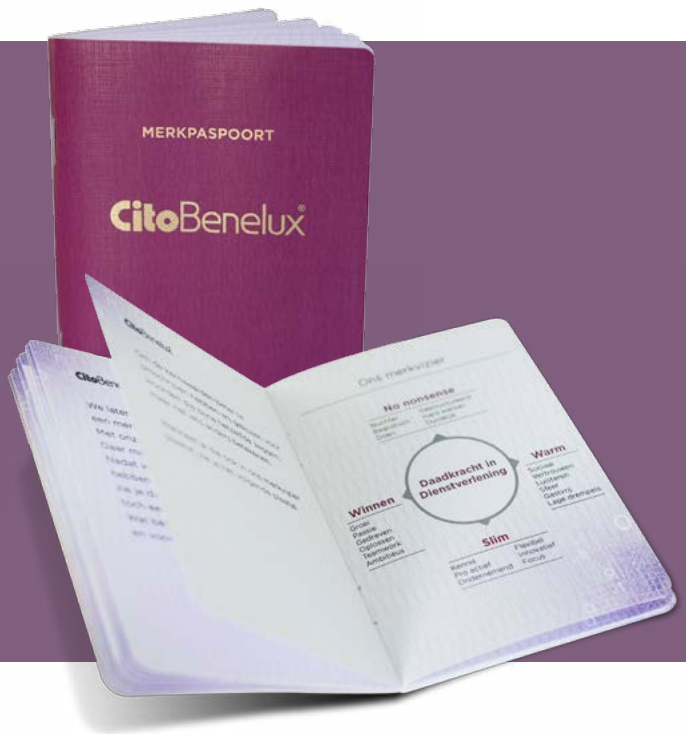
Cito Benelux heeft haar DNA verwoord in het zogenoemde merkpaspoort. Dit ethisch kompas is in eerste instantie voor de eigen medewerkers, maar het inspireert ook die van de drie merken. Het paspoort geeft antwoord op vragen als: wie zijn we eigenlijk, waar staan we voor? Belangrijk, want wie dat weet, maakt makkelijker keuzes. In het merkpaspoort staat een toelichting op de 4 kernwaarden: no nonsense, winnen, warm, slim. Er staat ook in wat Cito Benelux belooft aan klanten en medewerkers: de beste oplossing, bijdragen aan de groei van de businessunits, altijd vragen beantwoorden, meer zijn dan een goede werkgever.

Werving & Selectie is specialistenwerk

Welke job-sites zijn geschikt? Hoe gebruik ik social media?

Het vinden van nieuwe collega's is werk voor specialisten.

Daarom doen we sinds 2015 onze werving & selectie samen met Recruitin. Daarnaast werken we met uitzendbureaus, waarmee we al een jarenlange relatie hebben. Deze specialisten formuleren (samen met de leidinggevende) het profiel en de eisen voor de functie. Vervolgens kiezen ze de juiste wervingskanalen en wervingsinstrumenten. In de selectieprocedure schetsen we een realistisch beeld van de vacature, de organisatie, de cultuur en de kansen je te ontplooiën.



Employer Branding

De medewerkers die wij doorgaans zoeken zijn qua opleiding en ervaring vaak niet direct beschikbaar en hebben volop keus. Daarom schenken we veel aandacht voor Employer Branding. We doen er alles aan een voorkeurspositie te verkrijgen. Dit bereiken we met communicatie op maat, met het carrièreperspectief van de kandidaten als uitgangspunt. We zeggen: 'kom je bij ons werken, dan kies je voor een uitdagende baan met aandacht voor je ambities.' En dat werkt: we weten ook de moeilijk vervulbare vacatures (vaak de functies waar commerciële vaardigheden en technische expertise samenkomen) tijdig te vervullen.

Transparante procedure

Na het eerste contact volgt een transparante procedure, door de externe recruiter. Die werkt in ons bedrijf en volledig uit onze naam. Alle stadia in de sollicitatieprocedure zijn vooraf duidelijk en afspraken met de kandidaten komen we stipt na. Kandidaten krijgen diepgaand inzicht in hun eigen ambities en de mogelijkheden bij onze organisatie. Dit doen we vaak met een assessment. De kandidaat heeft één aanspreekpunt: de recruiter, die bewaakt dat alle betrokkenen zich aan de afspraken houden en die de vacaturehouders en HR constant goed informeert. Zo ontzorgt hij de HR-afdeling.

Tipgevers belonen

De bestaande medewerkers spelen een belangrijke rol. De recruiter informeert hen over de vacatures en vraagt hen deze te delen in hun netwerk. Zo treden onze eigen mensen op als ambassadeur: potentiële medewerkers worden persoonlijk benaderd door hun mogelijk toekomstige collega. Als we de kandidaat aannemen, krijgt de tipgever € 1.500 (bruto).

Doorgroei stimuleren

Wij willen onze medewerkers de kans bieden hun carrière uit te bouwen. Daarom krijgen zij als eerste de mogelijkheid op een vacature te reageren. Het komt regelmatig voor dat een magazijnmedewerker zijn loopbaan een impuls geeft als commercieel medewerker op de verkoop binnendienst. Of dat een medewerker die technische support biedt op de verkoop binnendienst, zijn droom realiseert als accountmanager.

Meer kans op een match

Zeker, onze werving & selectie procedure is intensief, wij en de kandidaat investeren er veel tijd in. Zo leren we elkaar goed kennen – als persoon en als professional. We weten van elkaar hoe we denken over het vak, welke ambities we hebben en met welke intenties we ons werk doen. En wie weet het best of de kandidaat past in het team? De naaste collega's! Daarom praten ook zij met de kandidaat en

beslissen ook zij mee over de aanstelling. Zo vergroten we de kans op een match – die twee winnaars kent.

Grondig inwerken

Bij de introductie en het inwerken krijgt de nieuwe collega ruim de tijd zich te oriënteren op zijn taken en ons bedrijf. Hier trekken wij 4 tot 6 maanden voor uit. De praktijk bewijst dat deze aanpak de juiste is, want missers hebben we nog niet gehad.

Afwijzing met motivatie

Een afwijzing lichten we persoonlijk toe, daar heeft de kandidaat recht op. Daarbij willen we dat afgewezen kandidaten een positief beeld van onze organisatie overhouden en zo als ambassadeur fungeren. We horen vaak: ‘Wat goed dat jullie mijn kandidatuur zo serieus hebben gewikt en gewogen.’ Een ervaring die schaars blijkt bij hun zoektocht naar ander werk.



2b

Warm onthaal

Voordat een nieuwe medewerker bij ons begint, ontvangt hij op zijn privéadres een bos bloemen. De dames van de receptie en de direct leidinggevende verwelkomen hem op z'n eerste werkdag. De nieuwkomer krijgt een rondleiding op de afdeling en maakt kennis met collega's van de andere afdelingen. In alle bedrijven is dan al op intranet de komst van de nieuwkomer gemeld.

Introductie en inwerken

We kennen een individueel introductie- en inwerkprogramma. De leidinggevende geeft aan met welke collega's gesprekken gepland staan en wie de nieuwkomer gaat inwerken. Daar hoort ook een gesprek bij met de directeur. In de eerste 4-6 maanden krijgt de nieuwe medewerker de kans kennis te maken met de cultuur, waarden, normen, producten, markten en klanten. De nadruk ligt op het vergaren van kennis en kunde. 'Productie' vinden we dan nog minder relevant. Want je kunt pas een volwaardige gesprekspartner zijn voor onze klanten, als je je thuis voelt en de producten goed kent.

'Wat viel je op?'

We organiseren binnen een half jaar een introductiemeeting. Daar is ook een van de leden van het directieteam bij.

Wij willen dan graag weten hoe alle nieuwe collega's hun eerste maanden hebben ervaren. Wat is hen opgevallen? Wat hebben ze gemist? Daarnaast zijn er vaste onderwerpen die we met ze bespreken: het pensioen, het salarisstrookje, de bedrijven.

Grundschulung

De nieuwkomers bij Rittal, Phoenix Contact en EPLAN leren in hun eerste jaar de moederbedrijven goed kennen. Deze Grundschulung – in respectievelijk Herborn, Blomberg en Monheim am Rhein – duurt vijf dagen. Centraal staan de waarden en normen, strategie en visie, producten en diensten.





Medewerkers zijn belangrijk voor ons. Dat laten we merken bij het allereerste contact. We geven ze een warm bad. "Voelde dat ook zo?"

Ernest Kappers product marketing manager, EPLAN

“Ik kwam hier 28 jaar geleden en had direct een menselijk gesprek, voelde me direct thuis. Wij gaan niet alleen voor het geld, maar willen de klant goede oplossingen bieden. In mijn psychologisch rapport stond: geen echte verkoper, denkt vanuit het belang van de klant. Klik!”



Jarno Froeling quality manager, Phoenix Contact

“Ik kom uit de evenementenwereld, altijd druk, was toe aan iets anders. Phoenix Contact bood me een functie aan, maar die paste me niet, ik wees ‘m af. Drie dagen later belden ze: we weten wat voor type mens je bent, we hebben een andere functie voor je. En daarin voel ik me thuis, ook omdat ik veel verantwoordelijkheid krijg.”



Nancy Schimmel secretaresse general sales manager, Phoenix Contact

“Toen ik hier op de eerste dag kwam, waren mijn collega’s op de hoogte en maakten tijd voor me. Ik werd vanaf het eerste moment gefaciliteerd, had zelfs al een eigen mailaccount. En de dag ervoor kwam er thuis een bos bloemen.”



Erica van Son administratief ondersteuner, Cito Benelux

“Toen ik in dienst kwam, zat ik in een moeilijke periode door familieomstandigheden en een verhuizing voor mijn nieuwe baan van west naar oost. Mijn wereld stond op zijn kop. Toch voelde het meteen zó goed. Ik dacht: wat heb ik toch geboft, dat ik bij zo’n mooi bedrijf mag werken!”

3

Inspireren

Wij geven onze medewerkers veel eigen verantwoordelijkheid. En we stimuleren dat zij deze ook daadwerkelijk nemen. Zo kunnen ze geïnspireerd verder.

Elkaar inspireren

Elke dag beter worden. Dat stimuleren we niet alleen met training/coaching-programma's voor onze leidinggevenden (zie H 7), maar ook door medewerkers van verschillende afdelingen bij elkaar 'in de keuken' te laten kijken. Inzicht in elkaars werk en begrip voor elkaars standpunten zijn cruciaal. We hebben hierin belangrijke stappen gezet dankzij een 'logistieke en commerciële speurtocht' voor de medewerkers van Logistiek en Verkoop Binnendienst van Phoenix Contact en Rittal. Resultaten: 1) meetbare verbeteringen in communicatie en samenwerking door een beter begrip voor elkaars werkwijze en standpunten en 2) betere verdeling van de werkdruk bij Logistiek. Aan het einde van de dag nog veel orders in het systeem moeten zetten, behoort nu tot het verleden.

Inspirerend leiderschap

Het enthousiasmeren van medewerkers begint bij de manager: alleen een bevlogen leider kan anderen bezielen. Daarom zijn onze managers continu in ontwikkeling, gestimuleerd door het programma 'inspirerend leiderschap'. We bieden een meerjarig ontwikkeltraject aan, in samenwerking met Franklin Covey, een gespecialiseerd bureau. Onze managers hebben handvatten aangereikt gekregen, die hen helpen hun medewerkers te inspireren. Hoe? Door zelf een duidelijk doel te definiëren en vervolgens al het talent en energie in het team te mobiliseren. We geven onze managers de tijd hun drijfveren, normen en waarden te onderzoeken. Zo krijgen ze helder wat ze

écht willen en kunnen ze geïnspireerd verder. Ook bieden we onze managers coaching en intervisie, waarmee ze specifieke vaardigheden kunnen verwerven en versterken. We willen hun leiderschapsvaardigheden meer in lijn brengen met de visie en strategie van het bedrijf. Maar ook met de behoeften van de medewerkers, die meer 'vrijheid' en 'beslissingsbevoegdheid' wensen.

Het nieuwe werken

Het gaat ons bij het nieuwe werken niet om 'thuiswerken' of 'vierkante meters besparen', maar om een andere manier van denken over 'samenwerken' en 'ontmoeten'. We hebben nu speciale ruimten, waar mensen elkaar onder werktijd kunnen treffen. Deze ruimten zijn flexibel: er kunnen allerlei activiteiten plaatsvinden. Er is draadloos internet, zodat mensen er kunnen werken of even iets opzoeken. Op beeldschermen staat het laatste nieuws, ook over de organisatie. Verse koffie is binnen handbereik, vaak ligt er fruit voor het grijpen. Er staan comfortabele zitjes voor wie even wil ontspannen. En statafels voor wie na uren zittend werk even z'n benen wil strekken en meteen even wil bijpraten met collega's.

De vraag is natuurlijk: worden onze mensen gelukkiger en gezonder van het nieuwe werken? Dat lijkt er wel op. Ons gemiddelde ziekteverzuim is laag (3%), ons verloop ook (3,2%) en onze medewerkers zijn tevreden (8,6 GPTW).

Alles voor de klant

Customer Delight is een meerjarig traject om onze commerciële kernwaarden – 'klantgericht' en 'klantvriendelijk' – stevig te verankeren. Het gaat om een basishouding, een gevoel van betrokkenheid bij klanten en medewerkers. Wij willen dat zij zich bij Cito Benelux meer dan tevreden voelen – als het ware delighted zijn.

Al onze medewerkers – en die van bedrijven die ons bij klanten vertegenwoordigen, zoals chauffeurs en schoonmakers – zijn vertrouwd gemaakt met de uitgangspunten van Customer Delight in de vergaderruimtes van Burgers' Zoo (Arnhem). Voor de partners en kinderen regelden we vrije toegang tot de dierentuin. Enkele maanden later organiseerden we zo'n twintig lunchsessies. Zo kregen we helder of Customer Delight goed is opgepakt in het dagelijkse contact met externe en interne klanten.

We stimuleren onze medewerkers de uitgangspunten van Customer Delight te blijven uitdragen. We drinken bijvoorbeeld koffie uit mokken met het Customer Delight-logo. En we hebben cartoons op posters met slogan, op strategische plekken in ons bedrijf. De cartoons gebruiken we als screensaver. Wat Customer Delight heeft opgeleverd? Uit onderzoek blijkt dat er meer onderling begrip en respect is. In het meest recente klanttevredenheidsonderzoek kreeg EPLAN een 8,2 (was 7,9), Rittal een 8,1 (was 8,2) en Phoenix Contact een 8,2 (was 8,2).

Ook hieruit blijkt dat Customer Delight resultaat geeft: eind 2015 kreeg Phoenix Contact de uitslag van een audit door de TKH Groep. Phoenix Contact behaalde als leverancier de hoogste score. Het begeleidende commentaar van de auditors: 'Phoenix Contact is een moderne, professionele organisatie, gestuurd door innovatie. De beoordeling is uitgekomen op een score van A+, hetgeen maximaal is. Phoenix Contact is een betrouwbare leverancier die een positieve ommedraai van een reactieve naar een proactieve klantenbenadering heeft gemaakt.'

Inspireren begint met kennis delen

Wil je technologisch toonaangevend zijn, dan dien je actuele trends en ontwikkelingen zichtbaar te maken. Daarom inspireren we in onze Technologie- en Trainingscentra (Zevenaar, Reeuwijk, Waalre) elk jaar zo'n 6.000 klanten. Dat doen we in seminars, workshops, trainingen en themadagen. Voorbeelden: 'klimaatbeheersing in behuizingen' (Rittal), 'glasvezeltechniek' (Phoenix Contact) en 'schakelkastontwerp naar een hoger niveau' (EPLAN). In feite inspireren we zo onze klanten om hun eigen producten voor hún klanten te verbeteren. Door goed te luisteren naar wat de markt wil, zijn onze moederbedrijven in staat elk jaar honderden nieuwe producten te ontwikkelen. We geven voor elk merk één voorbeeld.

Inspirerende innovaties

- **Rittal: Hygienic Design brandblusserkast**

Rittal Nederland formeert elk jaar 'focusteams'. Deze multidisciplinaire teams – met vertegenwoordigers van binnendienst verkoop, buitendienstverkoop, marketing communicatie en product management – brengen de laatste innovaties van Rittal onder de aandacht van onze klanten en prospects. Maar ze zien hun taak breder en daarmee is het óók een broedplaats van creativiteit. Zo ontwikkelde het focusteam dat werkte aan de Hygienic Design behuizingen een totaal nieuw behuizingsconcept. Normaal worden de behuizingen van Rittal gebruikt om kostbare regel/besturingselectronica, stroomverdeelssystemen, netwerkkapparatuur of servers een veilig onderkomen te bieden. Het team ontwikkelde een noviteit: brandblusserkast met zichvenster, speciaal voor de voedselindustrie. Zo wordt voorkomen dat de brandblusser (per definitie onhygiënisch) het te produceren voedsel besmet. De kast heeft een speciaal oppervlak waarop vuil moeilijk hecht en dat makkelijk is schoon te maken.

- **Phoenix Contact: Safety Relais 'op z'n smalst'**

Phoenix Contact introduceerde de PSRmini, met 6 mm het smalste veiligheidsrelais ter wereld. De PSRMini (met 'gedwongen contacten') biedt dezelfde prestaties als grote veiligheidsrelais en is geschikt voor toepassingen in de machinebouw en in de procesindustrie. Dit zijn de voordelen die technici aanspreken: tot 70% ruimtebesparing, maximale

veiligheid en hoge schakelbelastingen, toegang tot alle relevante markten (dankzij wereldwijde toelatings) en modulaire opbouw van veiligheidsconcepten (dankzij fijn modulaire architectuur vanaf één vrijgavecontact).

- **EPLAN: Marketing automation**

EPLAN maakt al geruime tijd gebruik van een multichannel strategie, gericht op het delen van kennis met klanten op het kanaal van hun keuze. Echter, klanten denken niet in kanalen: zij willen informatie op het moment waarop zij het nodig hebben. Daarom zijn we in 2014 gestart met Marketing Automation. Hiermee kunnen we gericht inspelen op de informatiebehoeftes van onze klanten – zij geven immers zelf aan welke informatie zij willen ontvangen. Daarnaast spelen we met Marketing Automation in op de 'klantreis' (customer journey). Uit onderzoek blijkt dat 75% van het aankooptraject al plaatsvindt voordat de klant de leverancier contacteert. Dus wordt het voor ons steeds belangrijker op het juiste moment de juiste informatie – aansluitend op de belevingswereld van de klant – online aan te bieden. En dat hebben we mogelijk gemaakt: klanten linken zichzelf aan een van onze informatiecampagnes en krijgen zo stap voor stap waardevolle informatie. We kunnen ook direct zien welke campagnes en informatiebronnen succesvol zijn en welke niet. Het analyseren van return on marketing investment wordt dankzij marketing automation veel eenvoudiger. En door het inzicht in de customer journeys die onze klanten afleggen, kunnen we in onze marketing betere keuzes maken.

Wij willen een bron van inspiratie zijn voor elkaar. Nieuwe inzichten krijgen, vooruitgang boeken, samen naar the next level. "Lukt dat?"

Laurens Masbaitoeboen magazijn medewerker, Cito Benelux

“Ik ben een van de ouderen op het magazijn. De jonge gasten zeggen wel eens: dat kun je ook zo doen. Nee, dat voel ik niet als bedreiging: het inspireert me juist om anders naar mijn werk te kijken.”



Nancy Schimmel

secretaresse general sales manager,
Phoenix Contact

“Iedereen heeft een stem, dus iedereen inspireert iedereen. Zo heb ik ook mijn eigen functie breder kunnen maken. Mijn leidinggevende geeft me daarin veel vrijheid. Ik weet: ik ben verantwoordelijk voor mijn eigen succes. Dit bespreken we ook in het jaarlijkse inspiratieweekend.”



Ronny Helmink technical sales engineer, Rittal

“Mijn grootste inspiratie zijn mijn klanten. Maar ik leer ook van collega’s. Daarbij hebben we hier onze zaakjes goed op orde, dat stralen we uit en ook dat inspireert om het altijd weer beter te doen.”



Ernest Kappers product marketing manager, EPLAN

“Ik kan hier met de nieuwste techniek bezig zijn, heb in mijn vak de revolutie meegemaakt – héél inspirerend. Je mag je hier ontwikkelen, verdiepen, verbreden. Ik ben er trots op dat ik samen met mijn collega’s EPLAN tot marktleider heb gemaakt. Heb alles uit mezelf kunnen halen.”

4

Spreken

Het is voor onze managers vanzelfsprekend kennis te delen met de medewerkers. Ze werken ook steeds nauwer samen. Om henzelf en de ander beter te maken. En om de kwaliteit van onze producten en diensten te optimaliseren.

Strategiebijeenkomst – in Europa, China of de VS

De strategiebijeenkomst is de belangrijkste meeting van het jaar. Onze aandeelhouders Rittal en Phoenix Contact organiseren ze los van elkaar. Voor dit meerdaagse event – bij toerbeurt in Europa, China en Noord-Amerika – zijn alle CEO's en General Managers van alle continenten uitgenodigd.

Informatie delen – wereldwijd

Phoenix Contact organiseert aan het begin van elk jaar de Global Kick-Off Meeting. Zo'n 160 CEO's en General Managers uit 40 landen worden hier geïnformeerd over de wereldwijde resultaten van het afgelopen jaar. En over de strategische kernpunten voor de wereldwijde organisatie en voor de verschillende marktsegmenten voor het komende jaar. Tijdens de meeting werd de waarde van de medewerkers benadrukt door een sheet te tonen met de tekst: 'Onze strategie zal succesvol zijn als alle Phoenix Contact medewerkers een bijdrage leveren aan de processen van voortdurende verfijning en implementatie'.

Rittal organiseert de Strategy Meeting, steeds op een ander continent. De Europese meeting is altijd in september. De CEO's en General Managers van 'Rittal wereldwijd' krijgen hier informatie over de financiële performance en praten over gemeenschappelijke doelen.

EPLAN (onderdeel van Rittal) heeft ook elk jaar z'n eigen meeting met de vertegenwoordigers van Sales. Bovendien krijgt EPLAN alle aandacht in de Strategy Meeting van Rittal.

Informatie delen – nationaal

Alle bedrijven hebben elke maand een gezamenlijk overleg waar de directeur en de managers informatie uitwisselen over ontwikkelingen en resultaten van hun afdeling of bedrijf. Daarnaast heeft iedere manager 1 x per 2 weken een individueel overleg met de directeur.

Uiteraard worden de medewerkers ook op afgesproken tijden geïnformeerd. Naast het reguliere afdelingswerkoverleg vergaderen medewerkers van Rittal, Phoenix en EPLAN 7 x per jaar met hun directeur. Ook Cito Benelux kent een soortgelijke structuur. De directie heeft maandelijks overleg met alle managers tegelijk en 1 x per twee weken individueel. Daarnaast heeft de manager periodiek afdelingswerkoverleg.

Informatie-meetings

Veranderingen horen bij het leven, al zijn ze niet allemaal even makkelijk en begrijpelijk. Daarom praten we erover. Zo lichten we nieuwe ontwikkelingen toe op het gebied van de AOW-leeftijd en pensioen, in speciaal hiervoor belegde bijeenkomsten. In 2015 informeerden we onze medewerkers ook over de nieuwe variabele beloningsstructuur bij EPLAN en Phoenix Contact. Deelname aan deze bijeenkomsten is vrijwillig. En altijd binnen werktijd, waardoor de opkomst hoog is.

'Lynctraining' Phoenix Contact

De productkennis die onze commercieel technische medewerkers in huis hebben, vinden onze klanten van toegevoegde waarde. En die onderscheidende kracht willen we versterken. Maar in de reguliere salesmeeting blijkt onvoldoende tijd te zijn om dieper in de techniek achter de producten te kunnen duiken. Bovendien zijn de binnendienstmedewerkers niet van de partij bij deze meetings. Daarom hebben we besloten op een afgesproken tijdstip (werkplekonafhankelijk) de noodzakelijke productinformatie aan te bieden. Op elke maandagochtend (8.00-9.00 uur) is er een producttraining, verzorgd door een collega (product manager). Met behulp van een vooraf toegestuurde link kunnen medewerkers ook vanuit huis of vanaf hun werkplek deelnemen. Dit interactieve webinar wordt digitaal opgenomen, zodat medewerkers dit op een later tijdstip kunnen terugkijken. Dat doen ook nieuwe collega's, om de producten alvast te leren kennen.

Bijeenkomsten voor het personeel

Elk jaar zijn er (buiten ons bedrijf) twee personeelsbijeenkomsten. Op de agenda staan actuele onderwerpen die we via intranet aankondigen. Het tijdstip kiezen we zo, dat iedereen erbij kan zijn. Er is geen verplichting, toch is zo'n 70-80% van onze mensen present. Vast agendapunt is onze financiële situatie. De resultaten van het afgelopen jaar worden dan toegelicht. Afdelingen nemen de kans waar zich hier te presenteren. Ook bijzondere of belangrijke gebeurtenissen halen de agenda.

Tijdens de laatste personeelsbijeenkomst is rekening gehouden met onze 'nieuwe werkelijkheid'. Alle 4 bedrijven verzorgden een presentatie, waarin zij hun resultaten van het afgelopen jaar evalueerden en de nieuwe afspraken op het gebied van producten, dienstverlening en strategie voor het komende jaar toelichtten. Onze medewerkers weten nu wat ze kunnen verwachten. Zoals altijd werd ook deze bijeenkomst afgesloten met een gezamenlijk diner – een stevig stampotbuffet dit keer.

Cito intranet

We gebruiken intranet om medewerkers te informeren over onderwerpen die voor iedereen van belang zijn. Via intranet kunnen onze mensen ook met elkaar communiceren. Het is tevens een platform voor mededelingen en wetenswaardigheden. Vrijwel alle afdelingen hebben op intranet een eigen site. Daar staat informatie voor de hele organisatie, zoals personeelshandboek, Risico Inventarisatie & Evaluatie, Arbo en regelingen (van fietsplan tot flexibel werken).

Intranet wordt veel gebruikt. Medewerkers communiceren er niet alleen met elkaar, maar ook met het directieteam, dat hiervoor z'n eigen site heeft. Op Cito Plaza worden privé zaken verkocht en gekocht: van winterbanden tot jam uit eigen tuin. Ook er is een aparte Twitter-pagina. Trouwens: het intranet heeft dit jaar weer een 'update' en 'facelift' ondergaan. Dit geeft afdelingen, maar ook onze collega's, nog meer mogelijkheden zichzelf te profileren en informatie te delen. Naast intranet hebben we nieuwsbrieven en magazines, waarmee we communiceren met onze medewerkers.

Social media

We maken dankbaar gebruik van social media om informatie te delen met medewerkers en klanten. Onze bedrijven hebben een eigen Facebook-pagina. En ze gebruiken LinkedIn (Company profiel, persoonlijk profiel, Groep), Twitter (bedrijfsaccount, persoonlijk account), Slideshare (PRO) (Bedrijfsaccount) en YouTube. Zo delen we niet alleen interessante informatie over onze bedrijven, producten en dienstverlening met onze eigen medewerkers, maar ook met specifieke doelgroepen. Denk aan klanten, prospects, engineers, studenten en docenten in de techniek, mediacontacten, journalisten, potentiële collega's en deelnemers van seminars, workshops en themadagen.

Narrowcasting

Het uitzenden van informatie op beeldschermen zetten we breed in. Op dit moment hangen er in totaal tien beeldschermen – in onze showroom, in de ontvangsthall, in trainingscentra, in wachtruimtes, bij zitjes, op kantoren en in de magazijnen. We zien het als een effectieve manier om te communiceren met onze medewerkers, bezoekers en klanten. Wie een kop koffie pakt of even een rustmoment neemt bij een zitje, is in een paar minuten weer helemaal op de hoogte over zaken als nieuwe producten, evenementen en nieuwe medewerkers, maar ziet ook het lokale weerbericht en file-informatie bijvoorbeeld.

Corporate magazines

Via de magazines Rittal News (Rittal), Update (Phoenix Contact) en eplanet Benelux (EPLAN) houden we medewerkers en klanten op de hoogte van de nieuwste ontwikkelingen over ons bedrijf en producten. Maar ook over de markt en andere relevante zaken, zoals Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen en acties (Alp d'HuZes bijvoorbeeld). De magazines sturen we bovendien naar het privéadres van onze medewerkers. Recente exemplaren van Rittal News, Update en eplanet vindt u als bijlage.



Eplanet

Het digitale magazine van EPLAN staat vol met oplossingen voor de engineer. In de Eplanet-app worden deze verduidelijkt.

Delen van informatie.
Open en eerlijk praten. Duidelijk communiceren.
Dat behoort tot onze kernwaarden.
“Herken je dat?”

Erica van Son administratief ondersteuner, Cito Benelux

“Drempels om vrijuit te spreken zijn er niet. Je kunt je altijd uiten, ook kritisch, zonder dat je daarop wordt afgerekend. We moeten – na de reorganisatie, waardoor Cito Benelux niet meer leidend is, maar faciliterend – een nieuwe balans vinden. Daar praten we veel over met elkaar.”



Ernest Kappers product marketing manager, EPLAN

“Collega’s corrigeren elkaar, daar zijn we heel open in. Ben je ergens te negatief over bijvoorbeeld? Dan wijst de ander je daar op.”



Jarno Froeling quality manager, Phoenix Contact

“Door de reorganisatie moeten procedures in ons kwaliteitssysteem worden aangepast. Dat is mijn taak. En dat leidt wel eens tot discussies met mijn collega’s, maar hier kan alles gezegd worden, ook ongenoegen en kritiek. Ik ben nooit bang me uit te spreken.”



Ronny Helmink technical sales engineer, Rittal

“Ik stap makkelijker op de een af dan op de ander. Ik heb zo mijn voorkeuren met wie ik zakelijke en persoonlijke dingen bespreek. Maar iedereen is benaderbaar.”

5

Luisteren

We hebben een constante dialoog met onze medewerkers – we luisteren goed naar ze. We zien ook dat zij verrassend veel kennis en vaardigheden in huis hebben, die waardevol zijn voor onze bedrijven.

5a

‘Open deur strategie’

De medewerkers en het hoger management kunnen snel met elkaar in contact komen – formeel en informeel. De direct leidinggevende werkt vaak in dezelfde ruimte of op loopafstand en is dus gemakkelijk benaderbaar.

Nieuwe collega’s verbazen zich vaak over de toegankelijkheid van onze managers. Zowel de directie als het management is goed aanspreekbaar. Iedereen kan bij iedereen binnenlopen en dat gebeurt ook. Omdat de managers een smartphone op zak hebben, zijn ze in principe 24 uur per dag, 7 dagen in de week bereikbaar. Niet omdat ze dat moeten, maar omdat ze dat graag willen. Als het nodig is, staan directieleden en managers de medewerkers te woord op de werkvloer. Het kader voelt zich verantwoordelijk om ‘er te zijn’ voor de mensen: oprecht interesse tonen, goed luisteren, zorgen wegnemen, oplossingen vinden.

De directeuren zijn regelmatig op de werkvloer te vinden en praten dan met de medewerkers – dat is vaak tweerichtingsverkeer. In deze informele gesprekken worden al veel vragen beantwoord. Het blijkt dat een luisterend oor en advies vaak afdoende is. Bij een ‘serius onderwerp’ maakt de directeur direct tijd vrij in zijn agenda. Of er komt een gesprek tussen de betreffende medewerker en de verantwoordelijke leidinggevende of afdeling.

5b

Medezeggenschap

Als vertegenwoordigend orgaan van het personeel houdt ook de ondernemingsraad onze medewerkers op de hoogte van ontwikkelingen in ons bedrijf. Hiervoor heeft de OR een eigen pagina op ons intranet en een eigen e-mailadres. Hier kunnen medewerkers hun vragen en opmerkingen kwijt, zodat de OR ze kan bespreken met de directie.





5C

Klachtenregeling

Wij vertrouwen erop dat ons voorbeeld van 'goed werkgeverschap en leiderschap' inspireert een 'goed werknemer' te zijn. Maar problemen komen in de beste families voor. Mochten medewerkers er onderling of met hun leidinggevende niet uitkomen, dan is er altijd nog een klachtenregeling. Daar kun je zaken als (seksuele) intimidatie, pesten, agressie, geweld en discriminatie aankaarten. Iedereen die wordt geconfronteerd met – in zijn ogen – ongewenst gedrag, kan zich wenden tot onze klachtencommissie.

De medewerker kan met zijn probleem ook terecht bij een vertrouwenspersoon. Dit is een ervaren professional, ingehuurd door onze Arbodienst. Hij kan voorlichting geven over ongewenst gedrag, de klager begeleiden en adviseren, via bemiddeling tot een oplossing komen, proberen het ongewenst gedrag te beëindigen en nazorg geven.


De vertrouwenspersoon is ook bevoegd de klager te ondersteunen bij het indienen van een klacht bij de klachtencommissie. Die telt drie leden:

- voorzitter (aangewezen door de Directie)
- secretaris (manager Personeelszaken)
- OR-lid

Noch de vertrouwenspersoon, noch de commissie is ooit benaderd. Dit zien wij als indicatie dat de sfeer bij ons bedrijf goed is.

Ondernemingsraad

De medewerker kan problemen met zijn leidinggevende of collega's formeel voorleggen aan de OR van Rittal, Phoenix Contact of Cito Benelux. Of aan de PersoneelsVertegenwoordiging (PVT) van EPLAN. Deze organen zijn zichtbaar en herkenbaar voor iedereen. Naast het toetsen, meedenken, adviseren en meebeslissen over het ondernemingsbeleid, kunnen de OR of PVT persoonlijke en hiërarchische problemen op het hoogste niveau ter sprake brengen. Om dit werk goed te kunnen doen, krijgen de OR- en PVT-leden scholing, betaald door het bedrijf. De OR en PVT overleggen regelmatig met hun eigen directie, ook informeel. Dit werkt goed, door het wederzijdse respect voor elkaars verantwoordelijkheden.



Communiceren is tweerichtingsverkeer. Daar hoort dus bij dat je de tijd neemt voor de ander. "Is er ook voor jou een luisterend oor?"

Nancy Schimmel secretaresse general sales manager, Phoenix Contact

“Er is een sfeer van openheid. Het is ook fijn dat we discreet omgaan met wat de ander vertelt. We gaan ook integer om met al die verschillende karakters. Veiligheid, dat is het sleutelwoord.”



Ernest Kappers product marketing manager, EPLAN

“Er is geen hiërarchie, geen onderscheid. Iedereen doet er toe, iedereen krijgt respect. En we nemen de tijd om écht naar elkaar te luisteren.”



Erica van Son administratief ondersteuner, Cito Benelux

“Ik werkte voor onze oud-directeur. René zei op een dag: wil jij in de toekomst voor mijn opvolger werken? Die vraag had een enorme impact: wat ga ik doen als hij weg is, wat wil ik met mijn leven? We hebben veel gepraat, hij luisterde, gaf advies. Uiteindelijk heb ik voor een hele nieuwe richting gekozen – goede keus.”



Els Vos office sales engineer, Rittal

“Als ik op vrijdagavond ergens mee zit, hoef ik niet te wachten tot maandag. Ik mag mijn leidinggevende altijd bellen.”



6

Bedanken

Waardering uiten en de ander bedanken voor z'n inzet. Dat geeft niet alleen een goed gevoel, maar draagt ook bij aan persoonlijke en professionele ontwikkeling – van jezelf én van de ander.





“Elkaar helpen, elkaar belonen – dat is hier zó vanzelfsprekend”

Collectieve waardering

Het sluiten van een grote deal, het halen van een nieuw omzetrecord, een hoge score voor de klanttevredenheid, een mooi cijfer van GPTW – het zijn allemaal redenen voor collectieve waardering. Dan komt er een oprechte erkenning van de directie of van de Duitse aandeelhouders. Meestal per email – vaak vergezeld door gebak, een enkele keer champagne. Of laatst, na het binnenhalen van een grote order: broodje Bratwurst met Sauerkraut.

Er zijn ook andere blijken van waardering. Goede prestaties en potentieel voor de toekomst belonen we met een extra salarisverhoging of bonus, passend bij de prestatie en de ontwikkeling. De bonus kan oplopen tot een maandsalaris.

Individuele waardering

Heeft iemand goede resultaten geboekt of zich extra ingezet? Dan kan de leidinggevende hem of haar voordragen voor een incidentele, persoonlijke bonus. De hoogte daarvan kan variëren van een kwart tot een volledig maandsalaris. Jaarlijks ontvangt gemiddeld 20% van onze medewerkers een persoonlijke bonus. Ook geven we bloemen, boekenbonnen en dinerbonnen.

Leidinggevendenden kunnen medewerkers, die opvallend presteren en aan het einde van de uitloopschaal zitten, extra belonen. Een structurele prestatietoeslag kennen we incidenteel toe, anders vervalt de mogelijkheid iemand daadwerkelijk te onderscheiden. Het toekennen gebeurt één keer per jaar en valt samen met de jaarlijkse aanpassing van de salarissen. De percentages die we toekennen variëren van 1% tot 10%.



Waardering komt in vele soorten en maten. Voor een persoon of een groep. Incidenteel of structureel. "Hoe ervaar jij dat?"

Nancy Schimmel secretaresse general sales manager, Phoenix Contact

“Ik hoef echt niet overal voor bedankt te worden, zeker niet als ik gewoon mijn werk doe waarvoor ik betaald krijg. De erkenning en waardering is gedoseerd, anders zou het ook z’n waarde verliezen.”



Laurens Masbaitoeboen magazijn medewerker, Cito Benelux

“We zijn vrij nuchter, noem het de Achterhoekse mentaliteit. Een bedankje voor je inzet of prestatie is ook vaak een klein gebaar. Een knipoog, schouderklopje, high five – niet alleen van collega’s, maar ook van leidinggevenden.”



Ronny Helmink technical sales engineer, Rittal

“Een grote order binnenhalen? De ene keer krijgen we een frietje met, de andere keer een traktatie van vers fruit. Successen delen we collectief. Als Rittal scoort, bedanken we ook de collega’s van EPLAN, Phoenix Contact en Cito Benelux. We doen het immers samen.”



Els Vos office sales engineer, Rittal

“Iedereen weet: je hebt elkaar zó hard nodig. We zijn ons ervan bewust dat we de successen samen halen. En daar horen schouderklopjes bij, als dat ook gelukt is.”



7

Ontwikkelen

Ontwikkelen is geen luxe maar noodzaak, omdat de wereld om ons heen – mensen, markten, technologie – steeds sneller veranderen. Wie werkt bij ons bedrijf moet zélf het heft in handen nemen en zich actief ontwikkelen.

Carrièrekanen

Als modern bedrijf met een sterke focus op de toekomst, willen we onze medewerkers begeleiden bij hun persoonlijke ontwikkeling en het realiseren van (internationale) carrièredoelen. Hun ambitie en competenties zijn daarbij richtinggevend. Samen kijken we naar de mogelijkheden in ons bedrijf, maar ook bij onze aandeelhouders in Duitsland en onze zusterbedrijven in de rest van de wereld. Het maakt niet uit voor welk carrièrepad je kiest: ons bedrijf zal dit proces begeleiden met programma's voor opleiding en persoonlijke ontwikkeling.

In opdracht van het bedrijf, of op eigen verzoek, kan een medewerker deelnemen aan een individueel assessment. Zo komen zijn of haar kwaliteiten, leerpunten, passies, drijfveren en talenten in kaart. Vervolgens wordt helder in welke setting de medewerker optimaal tot zijn recht komt. Alleen met dit consequent 'investeren in mensen' kan ons bedrijf ook op de lange termijn haar innovatiekracht en productkwaliteit waarborgen.

Ruimte voor groei

Wij geloven dat je alleen kan groeien als je blijft leren. Vanaf dag 1 stimuleert ons bedrijf medewerkers zich professioneel en persoonlijk verder te ontwikkelen. We investeren ook voortdurend in opleiding en bijscholing. De medewerker kan dit zelf invullen, maar kan ook de hulp inroepen van coaches en specialisten, of een assessment doen. Wij betalen dat, inclusief reiskosten en verblijfkosten.

1 op 1 Intervisie

Collega's die al wat verder zijn in hun carrière, hebben vaak minder behoefte aan training, maar meer aan 1 op 1 intervisie. Wij werken hiervoor samen met coaches van gespecialiseerde bedrijven als Inspiric en Coach in Zicht.

R&O cyclus

Het gaat niet alleen om het verder ontwikkelen van vakinhoudelijke expertise, maar ook om persoonlijke groei. De basis hiervan is de Resultaat en Ontwikkelingscyclus, kortweg: de R&O cyclus. Wij zeggen: 'Jij hebt héél veel talent en in onze organisatie zit héél veel kwaliteit. Als we dit combineren, kunnen we samen onze organisatie laten groeien.' We hebben kosten noch moeite gespaard om de R&O cyclus bij de mensen tussen de oren te krijgen. Elke medewerker kreeg een door ons zelf ontwikkeld inspiratieboekje over R&O (toegevoegd als bijlage). Elke medewerker bezocht ook de kick-off. Twee acteurs speelden daar gesprekken tussen medewerker en leidinggevende over persoonlijke ontwikkeling. Soms behoorlijk over de top, er werd veel gelachen. Tegelijkertijd werd helder dat de gesprekken concreter en prettiger verlopen als beiden actief meedoen. Ook werd kraakhelder waar R&O voor staat: 'van jou als medewerker wordt verwacht dat je initiatieven neemt om jouw groei en toekomst bewust vorm te geven.'



“Kom met ideeën, stel realistische doelen, praat erover met je leidinggevende en pak de kans die wij je bieden.”

Zichzelf herhalend proces

De R&O cyclus duurt 1 kalenderjaar en is een zichzelf herhalend proces. Elk jaar doorlopen medewerker en leidinggevende 4 fasen. Fase 1 is de voorbereiding/start: wat wil je, welke taken, wat zijn je ambities en dromen? In fase 2 is er het voortgangsgesprek: wat gaat goed, wat kan beter, zijn de afspraken nagekomen, welk opleidingstraject wil ik volgen? Fase 3 is de eindevaluatie: zijn je resultaatafspraken behaald, welke competenties heb je weten te ontwikkelen? En fase 4 is

de afsluiting: het door beiden ondertekenen van het verslag van de eindevaluatie, waarna de leidinggevende het verslag ‘vergrendelt’. Heeft de medewerker dan nieuwe wensen en ambities, dan stelt hij die aan de orde in het planningsgesprek van het volgende jaar. Zo begint de cyclus weer van voren af aan.

De kern van de R&O cyclus

- sturen op resultaat
- medewerker toont initiatief
- medewerker is regisseur én eindverantwoordelijk
- ontwikkeling van competenties
- manager inspireert en faciliteert
- betere beslissingen over opleiding en beloning

Internationale loopbaan

Onze aandeelhouders onderkennen het belang van ‘leren van elkaar’. Ook onze medewerkers kunnen over de grens ervaring opdoen. Zij kunnen ook hun carrière voortzetten bij onze aandeelhouders in Duitsland of bij onze zusterbedrijven op andere continenten. En een aantal collega’s doet dat ook.

Rittal heeft een International Associate Program. Hiermee worden medewerkers aangemoedigd hun kennis, kunde en netwerk binnen Rittal wereldwijd te gebruiken en uit te breiden. Inmiddels heeft één van onze medewerkers deelgenomen aan het International Associate Program van Rittal in Duitsland. Een andere collega heeft zijn commerciële functie internationaal

voortgezet – hij bezoekt nu klanten over de hele wereld. Onze aandeelhouders Rittal GmbH en Phoenix Contact GmbH – maar ook EPLAN Duitsland – hebben een internationale jobsite, met daarop alle vacatures wereldwijd.

High Potentials

Het vinden van gekwalificeerd personeel wordt steeds moeilijker, gezien het beperkte aanbod van technische mensen op de arbeidsmarkt. Met specifieke projecten en opleidingen versterken we onze positie als ‘goede werkgever’, waaraan onze mensen zich – hopelijk – langdurig binden. Dat lukt: het gemiddelde dienstverband is meer dan 13 jaar. Dit geldt ook voor onze high potentials, mensen met specifieke talenten die een functie op strategisch niveau ambiëren. Vacatures voor leidinggevenden en managers vervullen we bij voorkeur vanuit deze groep ‘eigen mensen’, vaak na een assessment, opleidingstraject of coachingstraject. Dit is geen loze belofte: veel vacante functies (ook leidinggevende functies) zijn de afgelopen jaren ingevuld door eigen kweek: eigen medewerkers die we zelf hebben opgeleid.

Ook managers ontwikkelen zich

Medewerkers van nu (‘kenniswerkers’) willen worden aangesproken op hun volle potentieel, waarbij ze hun talenten en passie kunnen inzetten en zo een onderscheidende bijdrage leveren. Onze managers faciliteren dat.

Ook de manager moet zich verder ontwikkelen. Wanneer hij zaken wil veranderen en daarin medewerkers wil betrekken, is het cruciaal dat hij verder kijkt dan de waan van de dag. Dat hij leiderschap toont aan anderen én aan zichzelf. De komende jaren trainen en begeleiden we onze managers volgens het leiderschap ontwikkelprogramma van Stephen Cofey. In hun leiderschapsstijl ontstaat zo aandacht voor het potentieel van medewerkers. Dat is win/win/win: de manager groeit, de medewerker groeit, het bedrijf groeit.

4DX – voor alle leidinggevendenden Cito Benelux

Iedere manager weet het: je kunt plannen maken wat je wilt, de mensen bepalen het succes. Begin 2015 zijn we gestart met het implementeren van 4DX, begeleid door bureau FranklinCovey. 4DX is een verandermethode en staat voor '4 Disciplines of Execution'. Ofwel: '4 Disciplines van Uitvoering'. Die stellen ons in staat om voorspelbaar een gekozen doel te behalen met grote groepen mensen, die ander gedrag moeten gaan vertonen.

Deze methodiek levert ons nu al veel op:

- gedeelde focus van alle teams
- consistente uitvoering van gedrag met de meeste impact
- transparantie van alle voortgang
- teams die elkaar houden aan afspraken

Coachingsmatrix – voor leidinggevendenden Rittal

Bureau Sharewater heeft ons geholpen het commerciële team van Rittal te versterken. Belangrijk, juist in een tijd dat de markt voor Rittal steeds meer commodity-kenmerken vertoont. Dat vraagt om aanpassing, maar hoe doe je dat? De afgelopen jaren is het commerciële team intensief getraind op vaardigheden inzake management en sales. Maar nu is het zaak hier in de praktijk mee te doen, zodat Rittal sterker en succesvoller wordt. Sharewater borgt dit door training en coaching van de MT-leden en hun teams. Resultaten zijn al geboekt:

- het MT stuurt nu meer op 'gewenst gedrag', minder op geld
- de link tussen gedrag en opbrengsten is duidelijker zichtbaar
- het MT kan in z'n rol als coach het gedrag van medewerkers positief beïnvloeden

De top halen is moeilijk,
maar er blijven is lastiger.
Wij vragen van onze
mensen zich te ontwikkelen.
Of beter gezegd:
we eisen het van ze.

Ronny Helmink technical sales engineer, Rittal

“Mijn baas Geert zegt altijd: je mag twee keer hard op je bek gaan. Bij de derde keer is het ahum ... Je mag dus fouten maken, maar je moet er wél van leren. Ja, jezelf ontwikkelen is heel vanzelfsprekend.”



Els Vos office sales engineer, Rittal

“Ik krijg de kans m’n eigen pad te bewandelen en de tijd mezelf te ontplooien en m’n kennis te verbreden. Ik krijg ook de ruimte veel meer op te pakken dan in mijn functieomschrijving staat. Zo ben ik technisch enorm gegroeid. Maar je bent er nooit, ik leer elke dag. Daarom ga ik een sales opleiding volgen.”



Erica van Son
administratief ondersteuner,
Cito Benelux

“Ik kom constant in aanraking met nieuwe dingen. Zo maak ik me nu vertrouwd met een nieuw kwaliteitssysteem. Ik wil het per se snappen. En ik mag zelf bepalen naar welke trainingen ik ga. Dat geeft mij veel zelfvertrouwen, ik kan zo ook meer voor mijn bedrijf betekenen.”



Jarno Froeling quality manager, Phoenix Contact

“Ik zat vroeger in de sales support, maar stapte bij Phoenix Contact over naar quality management – totaal nieuw vakgebied. Ik kreeg de tools aangereikt om maximaal te presteren, zoals een opleiding kwaliteitsmanager en intern auditeren. Voor mij is nieuwe kennis vergaren erg belangrijk. En dat maken we ook concreet: plan–do–check–act.”



8

Zorgen

Een goede balans tussen werk en privé is pure winst: voor onze medewerkers natuurlijk, maar ook voor ons bedrijf.

8a

Work-Life Balance

Steeds vaker willen mensen hun werk combineren met bijvoorbeeld de zorg voor hun kinderen, mantelzorg of studie bijvoorbeeld. Zeker dan is een goede balans tussen werk en privé belangrijk. Dat geldt niet alleen voor ouders met jonge kinderen, maar ook voor starters en seniors. Als werk en privé in evenwicht zijn, verhoogt dat de vitaliteit en productiviteit. En dat komt ook ten goede van onze organisatie en klanten.

Ons Nieuwe Werken

Het Nieuwe Werken is voor elk bedrijf anders. Daarom spreken wij van Ons Nieuwe Werken. Het verschil is dat wij ons constant willen aanpassen aan de ontwikkelingen in de maatschappij en de wensen van onze medewerkers. De eerste stap is het flexibiliseren van de werktijden, waarvoor we een tijdregistratiesysteem hebben ingevoerd. Zo kunnen onze medewerkers de begintijden en eindtijden beter afstemmen op hun privéleven. De ene vader kan dan 's morgens z'n kinderen naar school brengen, de andere kan eerder naar huis om zijn voetbalteam te trainen.

Financial planning

Een veilige financiële toekomst is een recht voor al onze medewerkers. Die kunnen een afspraak maken met Heilbron, een gecertificeerde financiële planner, door ons geselecteerd.

Heilbron inventariseert en analyseert de huidige situatie en rekt deze door naar de toekomst, op basis van persoonlijke doelen en wensen. Resultaat: minder risico's, zoals pensioengat bij echtscheiding en geldtekort door arbeidsongeschiktheid, werkloosheid en overlijden. Bij de analyses wordt rekening gehouden met de nieuwste fiscale regelgeving.

Een goed financieel plan is nooit af – het moet flexibel zijn, veranderbaar. Daarom bieden wij onze medewerkers aan hun plan eens in de vijf jaar opnieuw te laten bekijken. Dat kan ook eerder als er veranderingen zijn, privé of zakelijk. Wij betalen de kosten.

Personal coach

Als een collega 'vastloopt' of niet goed presteert, willen we graag de oorzaak weten. Past zijn functie niet bij zijn persoonlijkheid? Is er geen chemie met managers en collega's? Speelt werkdruk en stress een rol? Om de antwoorden te vinden, schakelen we de hulp in van de externe coaches van Inspiric en Coach in Zicht. Samen met de werknemer gaan zij op zoek naar de kern van het probleem. Vervolgens komt er een vervolgtraject, zoals coaching, training of loopbaanadvies. Het doel is om weer plezier in het werk krijgen of een overstap te maken naar een beter passende functie.

Aandacht voor de werkplek

De mensen op onze logistieke afdelingen doen werk dat hun lichaam belast. Het is belangrijk dat zij zware spullen op de juiste manier verplaatsen. Maar verkeerde gewoonten sluipen er makkelijk in, met nare blessures als gevolg. Daarom wordt ons logistieke personeel elke twee jaar getraind: op correct bukken en tillen en op het juiste gebruik van persoonlijke beschermingsmiddelen. Zo zorgen we ervoor dat lichamelijke belasting geen gevaar oplevert voor hun gezondheid en veiligheid. Vaak verwatert na verloop van tijd het geleerde. Daarom hangen er op strategische plekken in de magazijnen posters met afbeeldingen van eigen medewerkers (heel bewust!) in zowel juiste als onjuiste werkhoudingen.

Veel van onze mensen doen zittend werk. Om het risico op werkgerelateerde ongemakken (RSI, CANS, klachten aan nek en schouder) te verkleinen, heeft een ergonoom van onze Arbodienst alle werkplekken onderzocht. Hij heeft de werkplekken ergonomisch correct ingesteld en heeft geadviseerd over de werkhouding (stoel, bureau), werkomstandigheden (licht, geluid) en werkgewoonten (rust, beweging).

Aan het begin van elk onderzoek is een foto gemaakt en na het onderzoek weer één. Na een paar maanden kwam de

ergonoom terug om de werkplek opnieuw te bekijken.

Dan komen de foto's op tafel en bespreekt hij eventuele verschillen met de medewerker. Zo weten we klachten – door te hoge fysieke belasting en te veel repeterende handelingen – te verminderen of te voorkomen.

Schone werkplek

Hygiënische werkplekken – denk aan schone toetsenborden, beeldschermen en telefoons – zijn niet alleen prettig voor werknemers, ook dragen ze bij aan een gezonde werkomgeving en een verhoogde productiviteit. Een hygiënische werkplek vraagt om aandacht, zeker als meerdere werknemers er gebruik van maken. Hiervoor is samen met een professionele partner het onderhoudsprogramma 'Hygiëne voor Hardware Plan' samengesteld. Dit zorgt ervoor dat onze mensen kunnen beschikken over een werkplek met minder vuil en ziekmakende bacteriën.

Gezondheidscheck

We bieden onze medewerkers een Periodiek Medisch Onderzoek aan. Deelname aan dit PMO is vrijwillig. De frequentie (1x per 4 jaar) en inhoud is afgestemd op de gezondheidsrisico's. Alle deelnemers worden persoonlijk op de hoogte gesteld van de onderzoeksresultaten.

Zijn de resultaten zorgwekkend, dan volgt een gesprek.

De bedrijfsarts adviseert dan over te nemen stappen.

We kunnen de informatie uit het PMO ook op groepsniveau laten rapporteren (bijvoorbeeld per bedrijf, afdeling en/of functie).

8b

Aandacht, opvang, zorg

Het geven van aandacht, opvang en nazorg is bij ons vanzelfsprekend. Een kersverse vader of moeder krijgt – 1 dag na de geboorte – een bos bloemen namens directie en collega's. Wij vragen altijd om het geboortekaartje: dat zetten we op intranet, zodat iedereen op de hoogte is. Trouwt een medewerker, dan bezoekt een lid van de directie de receptie. Daar overhandigt hij een bloemetje en een enveloppe met geld.

Jubileum

Wie 12,5 jaar in dienst is, krijgt een uitnodiging van de algemeen directeur voor een kop koffie, samen met zijn leidinggevende. De jubilaris krijgt dan een bos bloemen plus enveloppe met € 250 (netto). Bij een 25-jarig dienstverband bieden we de medewerker een receptie aan. Hier wordt het vollallige personeel, vulters en gepensioneerden uitgenodigd. De jubilaris is vrij om z'n partner en gezin uit te nodigen, maar ook klanten en relaties. Ook dan ontvangt de medewerker een bos bloemen en een enveloppe met geld (bruto maandsalaris netto, minimaal € 1.000).

Nare omstandigheden privé

Minder leuke gebeurtenissen vragen een individuele aanpak. Vertrouwelijkheid en terughoudendheid zijn hier de sleutelwoorden. Bij vervelende en verdrietige omstandigheden

in de privésfeer worden er – in overleg met directie, leidinggevende en betrokkene – afspraken gemaakt over zijn aanwezigheid. Zo vinden we een oplossing op maat. De kosten van niet gewerkte uren zijn altijd voor rekening van het bedrijf. Ook kan de directie beslissen het ontstane tekort aan verlofuren en spaaruren kwijt te schelden.

Advies van deskundigen

Heeft een medewerker financiële of andere (privé) problemen, dan bieden we hem de mogelijkheid advies in te winnen bij deskundigen. Denk aan een maatschappelijk werker, een personal coach of jurist – wij werken al jaren met deze experts samen. Hun honorarium en de verloren werktijd, komt voor onze rekening. Hoeveel we betalen – geheel of gedeeltelijk – hangt af van de oorzaak en het aantal consulten.

Ongevallenpolis

Waar mogelijk maken we gebruik van de wettelijke regelingen op het gebied van zorgverlof. Bij ongevallen biedt de – door het bedrijf aangeboden en betaalde – collectieve ongevallenverzekering uitkomst. Deze verzekering geldt 24/7, dus ook buiten werktijd.

‘Wat een mooi gebaar!’

Martin Abbink (warehouse manager, Cito Benelux) kreeg in 2000 de schrik van zijn leven: bij zijn vrouw Babette werd CIDP geconstateerd. Een progressieve, zeldzame ziekte die het zenuwstelsel aantast.

‘Begin dit jaar voelde ze zich zo slecht, dat ze dacht nieuwjaarsdag 2016 niet te zullen halen. Maar ze heeft een opleving. We hebben een zoonje van 6, hij weet heel goed wat er met mama aan de hand is. Ook dat doet pijn. Ik vind niet dat mijn werk er onder lijdt, al ben ik regelmatig minder lang op de zaak. Per jaar verzuim ik zo’n 80 uur en als compensatie lever ik wat verlofdagen in. Mijn leidinggevende heeft alle begrip. En wat was ik verrast toen ik hoorde dat we met z’n drieën naar Euro Disney mochten! Wij zouden ons dit zelf nooit veroorloofd hebben: met de Thalys naar Parijs, logeren in dat grote witte kasteel, dineren in de beste restaurants. Wat een mooi gebaar! Ik voelde me er zelfs wat ongemakkelijk bij. Bij Babette kon Cito Benelux al niet stuk. Ze zegt altijd: je mag ontzettend blij zijn met zo’n werkgever. Gelijk heeft ze! Mijn directeur toont regelmatig interesse. Hij heeft Babette ook al eens bloemen gestuurd. Moet je nagaan, haar eigen werkgever heeft tot op de dag van vandaag niets van zich laten horen ...’





Het leven gaat niet altijd over rozen.
Kent een medewerker tegenslagen,
dan helpen we waar we kunnen.
“Hoe voelt dat?”

Els Vos office sales engineer, Rittal

“Als je in de problemen zit, wordt er tijd voor je vrijgemaakt: kom langs, dan praten we erover. Toen mijn moeder van 90 met kanker in het ziekenhuis lag, kreeg ik alle ruimte haar te bezoeken. M'n leidinggevende zei: je moeder gaat voor, wat je nog werkt is meegenomen.”



Laurens Masbaitoeboen
magazijn medewerker, Cito Benelux

“Ik had een frozen shoulder. Op advies van de bedrijfsarts ging ik naar een hele goede kliniek. Dure behandeling, betaald door Cito Benelux. Ik heb bij een grote multinational gewerkt, maar zo veel menselijkheid heb ik niet eerder gezien.”



Ernest Kappers product marketing manager, EPLAN

“Ik kreeg een burnout. De directeur kwam bij me en zei: maak je geen zorgen over je salaris. Dat bracht meteen rust. Ik kreeg ook een nieuwe functie en zo kwam ik steeds beter in m'n vel. Het heeft me vier jaar gekost om los te laten en niet alles meer te willen. Mijn leidinggevenden gaven me adviezen, waren mijn klankbord. Ik ben er weer voor 80%, die andere 20% steun ik op de kracht van mijn collega's.”



Nancy Schimmel secretaresse general sales manager, Phoenix Contact

“Ik heb privé een moeilijke tijd achter de rug, kon amper nog op m'n benen staan. Ik mocht toen taken overdragen en m'n rust pakken. Die zorg van je werkgever creëert loyaliteit. Zodra het ook maar even kon, ben ik weer gaan werken.”



9

Vieren

Als er succes is geboekt of een mijlpaal bereikt – groot of klein – we vieren het samen. Altijd!

Feest!

We vieren regelmatig feest. De directie komt ook buiten werktijd bij elkaar in het DirectieTeam-weekend: de partners gaan mee, de locatie is bijzonder, gezelligheid staat voorop. Ook met partners (maar zonder kinderen) vieren we één keer per anderhalf jaar onze successen met een groot personeelsfeest.

Afscheid oud-directeur

Over feest gesproken: we vierden het afscheid van onze directeur René Wortelboer, die na 13 jaar geniet van zijn pensioen. Hij was het boegbeeld voor personeel en klanten. Allereerst – op 22 mei 2014 – schudden 450 relaties hem de hand. We hebben hen meteen de gelegenheid geboden onze bedrijven te bezichtigen en kennis te maken met nieuwe producten en ontwikkelingen. Een eyecatcher was de World Solar Challenge 2013 zonnwagen NUNA7. Ook veel bezocht waren de sessies van Diederik Jekel (DWDD), die zijn visie deelde op de toekomst. Angelique Kruger (presentatrice TV Gelderland) nam het ‘officiële afscheid’ voor haar rekening. Zij stelde ook de nieuwe directie voor.

Twee dagen later namen de medewerkers – vaak met partner en kinderen – afscheid van hun directeur. Op het bedrijfsterrein was van alles te beleven. Een hapje en een drankje in de feesttent. En voor de kinderen een klimtoren, kinderboerderij, trampoline en een ritje met de pony.

René Wortelboer stuurde daags na het feest een dankbrief, met daarin de hartenkreet: ‘Fantastisch, wat een sfeer hebben jullie allemaal gerealiseerd en wat was ik trots. (...) Mijn afscheid was beter en mooier dan ik in mijn stoutste dromen had durven voorzien.’

Personeelsvereniging

Jaarlijks organiseert zij uitjes voor medewerkers, samen met partner en kinderen. Het aanbod is gevarieerd: van paaseieren zoeken in Het land van Jan Klaassen tot Sinterklaas vieren met cadeautjes. Er zijn ook dagtrips. Alles is dan geregeld en betaald, van busvervoer tot avondeten (waarbij we rekening houden met de wensen van de kleintjes).

Samen sporten

Wij geven ruimte om passies met elkaar te delen. Er zijn collega’s die met elkaar wielrennen, hardlopen en voetballen. We organiseren jaarlijks de Cito Benelux fietsdriedaagse en een zaalvoetbaltoernooi. We sponsoren de SevenaerRun, waaraan eigen teams en die van klanten deelnemen. Onze medewerkers gebruiken vaak ons intranet en de interne nieuwsbrief Flits om hun activiteiten en bijeenkomsten te organiseren.

Successen vieren

Cito Benelux kan alleen succesvol zijn als iedereen binnen de organisatie zich daar deelgenoot van voelt. Het is een mooie traditie: het vieren van onze successen met gebak. Bijvoorbeeld toen de GPTW-audit een fraaie 8,6 opleverde. Maar 'vieren' doen we ook zo:

- Het RiMatrix team (Rittal) scoorde na 4,5 jaar onderhandelen de grootste order ooit. We trakteerden iedereen – geheel in de stijl van het Duitse moederbedrijf – op een broodje Bratwurst met Sauerkraut.
- Phoenix Contact scoorde een grote order bij Yokogawa. We gaan componenten leveren voor het Yamal Project: een nieuwe installatie voor het maken van vloeibaar aardgas, op het Russische Jamal-schiereiland. Alle medewerkers kregen een 'gezonde snack': een bak vers fruit.


Met pensioen

Een medewerker die na een lang dienstverband met pensioen gaat, heeft in onze ogen een bijzondere prestatie verricht. Wij vieren het afscheid met een receptie. Alle medewerkers en oud-collega's zijn uitgenodigd. De jubilaris kan aangeven welke klanten en leveranciers hij wil inviteren. Het hoogtepunt is het aanbieden van het cadeau: nooit de onpersoonlijke 'envelop met inhoud', maar een 'blijvende herinnering', gekozen in overleg met de familie. Voorbeelden: verre reis, elektrische fiets, schilderij.

We geven de medewerker ook een beeldje dat de samenwerking tussen de 4 bedrijven uitdrukt.

Teamgeest versterken

Samen met je collega's een teamactiviteit doen. Of samen naar een bijeenkomst, in een totaal andere omgeving. Zo ga je elkaar met andere ogen zien – vaste patronen vallen weg, waardoor je het contact kunt verdiepen. We stimuleren dit op allerlei manieren. We stellen budget beschikbaar, waarmee de afdelingen elk jaar een uitje kunnen organiseren. Doe-activiteiten zijn populair – zoals bowlen, lasergamen en kookworkshop. Vlak voor de zomervakantie is een BBQ (Logistiek organiseert het), eind december een kerstborrel en op de eerste werkdag van het nieuwe jaar een gezamenlijk ontbijt.



Samen successen vieren, samen feestjes bouwen. Dat doen we om de teamgeest te versterken. En om naast het harde werken ook te ontspannen.

Ernest Kappers product marketing manager, EPLAN

“Het jaarlijkse personeelsfeest wordt ook trouw bezocht door de gepensioneerden. En het grappige is: ze hebben het nog steeds over ‘wij’ en ‘mijn bedrijf’. Dat zegt iets over de betrokkenheid en saamhorigheid.”



Ronny Helmink technical sales engineer, Rittal

“Toen we een mooie order binnensleepten, kwam er braadworst met zuurkool – een leuke link naar onze Duitse roots. Steeds komen ze met wat nieuws als we successen vieren. Hier werken dus mensen die zich met hart en ziel voor de zaak inzetten.”



Jarno Froeling quality manager, Phoenix Contact

“Onze feesten zijn warm en gezellig. Neem het Sinterklaasfeest: we zijn er met onze zoon naar toe gegaan. Vooraf is ons gevraagd iets over hem te schrijven – over de streken die hij uithaalt, de wandelingen die hij met ons maakt. Op het feest is hij naar voren gehaald en toegesproken door de hulp-Sinterklaas, een van mijn collega’s.”



Nancy Schimmel secretaresse general sales manager, Phoenix Contact

“Als ik op een verjaarsfeestje vertel over de friteskrot op onze parkeerplaats en dat we zo samen onze successen vieren, dan schieten de wenkbrauwen tot net onder de haargrens.”

10

Delen

We vinden het belangrijk ieders inzet te belonen. Met salaris, bonus, cadeaubon. Of in de vorm van een compliment. Of met meer verantwoordelijkheid.

10a

Vaste beloning

Eerlijkheid duurt het langst. Het betekent ook: geen geheimen voor elkaar, transparant zijn. Daarom kunnen alle medewerkers kennis nemen van onze secundaire arbeidsvoorwaarden.

Deze vermelden we 'gewoon' in ons personeelshandboek. In één op één presentaties en voorlichtingsessies geven we openheid van zaken over onze salaristabellen. We toetsen het salaris jaarlijks op basis van landelijke beloningsonderzoeken (onder meer van Heliview).

Naast het salaris ontvangt elke medewerker een gratificatie van 3 of 6%, afhankelijk van de functie. Die wordt berekend over het basisjaarsalaris, vermeerderd met een eventuele overurenvergoeding en ploegentoeslag. De enige uitzondering hierop vormen onze accountmanagers. Zij ontvangen een dubbele uitkering vanuit de omzetpremieregeling.

Variabele beloning

Naast de vaste beloningscomponenten ontvangt iedereen een variabele beloning vanuit de omzetpremieregeling of de winstdelingsregeling. De berekeningsfactor is afhankelijk van de functie (binnendienst of buitendienst, CAO of boven-CAO).

Omzetpremieregeling Rittal en Phoenix Contact

De omzetpremiepercentages worden berekend over het basisjaarsalaris, vermeerderd met eventuele

overurenvergoeding (ontvangen in het jaar waarop de omzet betrekking heeft). De omzetpremieregeling telt drie onderdelen die elkaar aanvullen:

- *1 Collectieve basisregeling*

Elke medewerker in de binnendienst en buitendienst, ontvangt een percentage omzetpremie van zijn basisjaarinkomen. Dit is rechtstreeks gekoppeld aan het percentage waarmee de netto omzet van Rittal en Phoenix Contact in het kalenderjaar groeit. Voor medewerkers in de buitendienst een factor 1,5. Voor medewerkers in de binnendienst een factor 0,75.

- *2 Nieuwe producten*

De Managers New Business Development van Rittal en Phoenix Contact stellen de productgroepen vast die voor de bonusregeling in aanmerking komen. Ook wordt er een omzetbudget aan deze productgroepen gekoppeld, dat als grondslag zal dienen. De uitkering die de medewerkers maximaal kunnen behalen is 2% van het basisjaarsalaris (= 12 x het maandinkomen).

- *3 Individuele beloning*

Bedoeld om de persoonlijke prestaties te stimuleren. Alle medewerkers kunnen per jaar maximaal twee plannen indienen, die kunnen worden beloond met een premie. Deze plannen moeten objectief meetbaar een substantiële

verbetering betekenen, zoals meer efficiency of omzet.

De directie beoordeelt of het plan heeft voldaan aan de verwachtingen. Per plan ligt de uitkering tussen € 1.250 en € 2.500 bruto.

Winstuitkeringsregeling Cito Benelux

Winstuitkering vindt plaats als Cito Benelux in een kalenderjaar een winst voor vennootschapsbelasting behaalt van 1% of meer van de netto omzet. Afhankelijk van de functie bedraagt de winstuitkering 0,575% per 1% winst of 1,15% per 1% winst voor vennootschapsbelasting. Deze winstuitkeringspercentages worden berekend over het basisjaarsalaris, vermeerderd met eventuele overurenvergoeding en/of ploegentoeslag, ontvangen in het jaar waarop de winst betrekking heeft.

Bonusregeling EPLAN

De bonusregeling is onderverdeeld in categorieën, alle medewerkers zijn in een van deze categorieën ingedeeld.

De hoogte van de bonus is gekoppeld aan te behalen doelstellingen (targets) op een van de volgende gebieden: totale omzet, totale operationele omzet, operationele omzet in de betreffende verkoopregio, omzet Professional Services & Training, Productieve activiteiten en winst op netto verkoop. De totale hoogte van de bonus is maximaal 200% van de Target Bonus.

Extra beloning

De leidinggevende kan bovengemiddeld presteren of functioneren extra belonen: met een individuele bonus of extra uitloop op maximum salarisschalen (zie H 6).

Iedereen gelijk

We maken geen onderscheid tussen medewerkers in vaste dienst en collega's met een tijdelijk contract (stagiaires, uitzendkrachten). Onze uitzendkrachten betalen we volgens onze eigen salaristabellen, en die is doorgaans hoger dan het loon via een uitzendbureau. Onze stagiaires betalen we duidelijk meer dan de in Nederland gangbare stagevergoedingen.

Ook uitzendkrachten en stagiaires zijn van de partij bij afdelingsuitjes en activiteiten die de personeelsvereniging organiseert. We nodigen ze ook uit voor ons personeelsfeest en recepties. En iedereen krijgt hetzelfde kerstpakket.

Inkomensportaal

Met het Inkomensportaal bieden we onze medewerkers een gebruiksvriendelijke omgeving waar ze – online, 24/7 – informatie vinden over zaken als arbeidsvoorwaarden, arrangementen, persoonlijke financiën en vitaliteit. Alle medewerkers zijn uitgenodigd voor informatiebijeenkomsten (op het bedrijf, onder werktijd). Dit om ze te enthousiasmeren voor

het Inkomensportaal. De mogelijkheden van het portaal hebben we met de medewerkers besproken en ook hun vragen zijn beantwoord (onder meer over gebruik en veiligheid). Het portaal telt vijf modules:

- *Benefit Shop*

Dit à la carte keuzesysteem is een belangrijk onderdeel van het Inkomensportaal. De medewerker kan hier zijn arbeidsvoorwaarden aanpassen aan zijn wensen en behoeften. Een aantal arbeidsvoorwaarden is in te zetten (bronnen) ten gunste van andere (doelen).

- *Bronnen*

Wat de medewerker daarvoor wil inleveren is een 'bron', zoals tijd (vakantie-uren) en geld (salaris, vakantiegeld, eindejaarsuitkering). Het is natuurlijk mogelijk om meerdere bronnen in te zetten voor één doel.

- *Doelen*

Wat de medewerker wil hebben, heet in het keuzemodel een 'doel', zoals: de contributie van een vakbond en/of beroepsvereniging, inrichting werkruimte thuis, uitruil reiskostenvergoeding of fiscaal voordeel bij de aanschaf van een fiets.

• Persoonlijk Benefits Overzicht

In het Inkomensportaal wordt automatisch voor elke medewerker een Persoonlijk Benefits Overzicht aangemaakt. Zo'n PBO is gepersonaliseerd met tekst en cijfers. De medewerker heeft 24/7 toegang tot zijn PBO en heeft dus te allen tijde inzicht in wat voor hem of haar is geregeld. Ook wijzigingen vanuit de CAO, overheid, instanties en verzekeraars staan vermeld. Het overzicht bespaart de medewerker tijd en energie. Het PBO bevat:

- bedrijfsinformatie
- alle persoonlijke informatie van de medewerker
- alle primaire en secundaire arbeidsvoorwaarden die een rol spelen
- alle persoonlijke benefits van de medewerker
- overzicht van de lasten die de werkgever betaalt (zoals werkgeversdeel pensioenpremie en volledige premie voor de Collectieve Ongevallenverzekering)
- kortingen en arrangementen die via de bedrijven zijn geregeld
- de keuzes die je maakt in het Inkomensportaal

Kortingen en arrangementen

In het Inkomensportaal staan ook kortingen. Alle arrangementen die Cito Benelux aanbiedt voor haar medewerkers zijn daarmee op één plek toegankelijk. Voorbeelden: faciliteiten voor wellness en vitaliteit, fietsprojecten en kortingen op producten en diensten.

Groene processen

In het Inkomensportaal wordt gestuurd op 'paperless'.

De leverancier gebruikt een duurzaam datacenter voor de hosting en het beheer.

10b

Corporate Social Responsibility

We zijn ons ervan bewust dat onze producten en processen effect hebben op de kwaliteit van lucht, water en bodem. We erkennen onze verantwoordelijkheid in deze en nemen concrete stappen om die effecten te compenseren. Vanaf 2011 hebben we elk jaar de CO₂-doelstelling in ons MVO-beleidsplan opgenomen. We hebben inmiddels belangrijke stappen gezet, samen met onze medewerkers:

CO₂-reductie

Op 25 mei 2015 ontvingen Rittal, Phoenix Contact, EPLAN Software & Services en Cito Benelux gezamenlijk het certificaat niveau 3 van de CO₂-prestatieladder. Hiermee geven de vier samenwerkende bedrijven verder vorm aan hun MVO-ambities en de gezamenlijke doelstelling hun CO₂-uitstoot te verminderen. De CO₂-prestatieladder is een instrument dat helpt bij het reduceren van CO₂. Het inspectiebedrijf DEKRA doet de verifiëring en certificering.

Onze ambitie is om tussen 2010 en 2015 naar een CO₂-reductie te gaan van minimaal 500 ton – dat is ongeveer 20% van onze totale CO₂-uitstoot. Deze doelstelling hebben wij inmiddels gerealiseerd. De directies gaan begin 2016 aan tafel om de nieuwe doelstellingen voor de komende vijf jaar te bepalen.

Minder stroomverbruik

Ongeveer 20% van ons elektriciteitsverbruik (200.000 kWh) is duurzaam opgewekt door waterkracht en biomassa.

Het energieverbruik van de vestigingen Zevenaar, Waalre en Reeuwijk dringen we terug, dankzij energiezuinige apparatuur en led-verlichting. Ook verwachten we een bijdrage van de medewerkers: we vragen ze aan het einde van de dag hun PC en printer uit te zetten (niet stand-by). We vragen ze ook het licht op het toilet uit te doen. Kleine dingen, maar alle beetje helpen.

Het Groene Rijden

We stimuleren medewerkers met de fiets naar het werk te komen. Zij kunnen gebruik maken van ons fietsplan. 106 medewerkers (2014: 79) hebben al een fiets van de zaak.

Auto's met lage CO₂-uitstoot

De afgelopen twee jaar zijn onze zakelijke rijders milieubewuster gaan rijden, doordat wij ons leaseautobeleid hebben aangescherpt. De CO₂-uitstoot is zo verder afgenomen. 54 leaseauto's (2014: 26) hebben het energielabel A. Van deze groep leaseauto's zijn 13 (in 2014: 6) elektrisch met range-extender (Opel Ampera, Toyota Prius Plug-in, Volvo V60 Plug-in), 1 auto (2014: 5) met full hybride technologie (Toyota Prius) en 16 (2014: 13) zeer zuinige diesels (Renault Mégane, Ford Focus, Peugeot 508). Al deze auto's hebben een CO₂-uitstoot

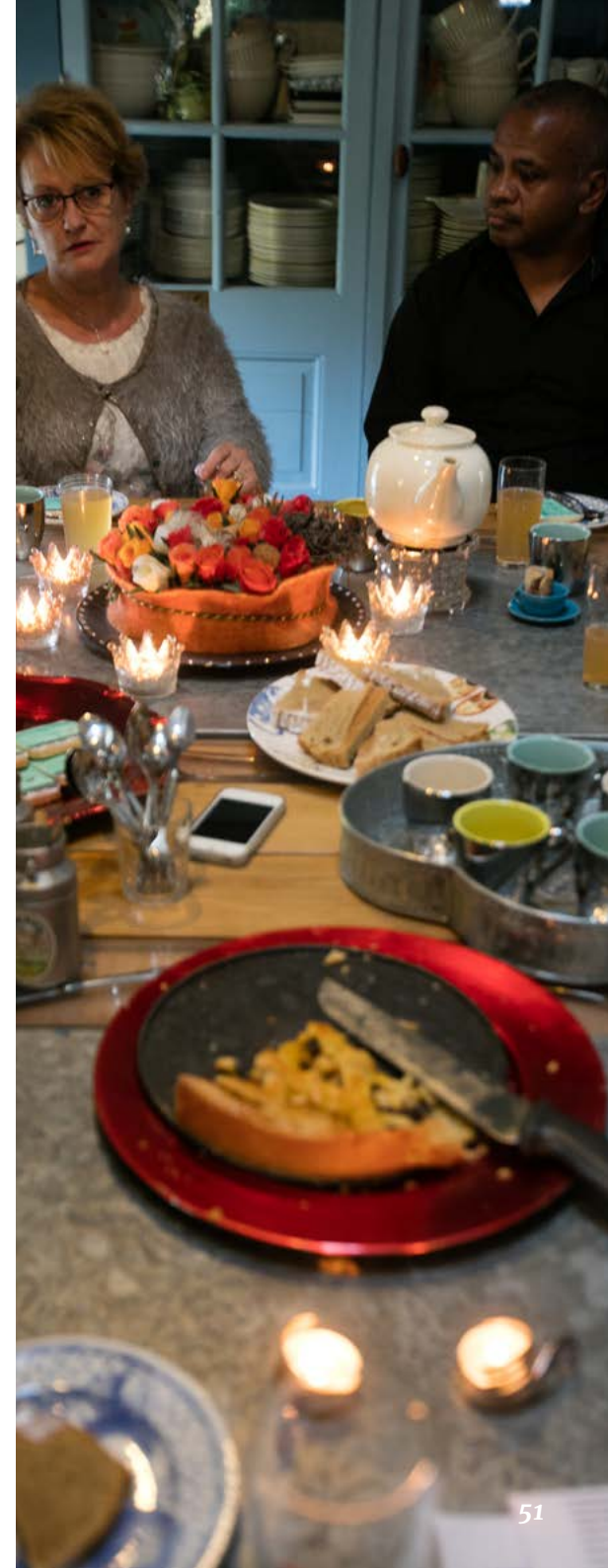
van minder dan 88 gr/km. Deze 'groene' auto's zijn samen 60% (2014: 41%) van ons totale leasewagenpark.

'Groen' papier

We gebruiken CO₂-neutraal geproduceerd kopieerpapier van Océ Black Label Zero. Dit papier heeft het FSC, EU Ecolabel en Nordic Swan keurmerk. Ook hanteren we papierloze bestelprocedures voor onze klanten. Om het papiergebruik terug te dringen verwerken onze medewerkers documenten zoveel mogelijk digitaal. We vragen ze ook gebruikt papier te verzamelen in blauwe bakken. Die staan op alle werkplekken. Toilet papier en handdoekjes in onze sanitaire ruimtes worden gemaakt van 100% gerecycled papier met behulp van 100% groene energie.

Jongeren en groene techniek

In onze Technologie- en Trainingscentra maken we jongeren vertrouwd met de nieuwste 'groene techniek'. We hopen zo te bereiken dat ook zij duurzaamheid een warm hart toedragen en later met een 'groene bril' kijken naar producten en processen. Tijdens onze themadagen, techniekdagen en snuffeldagen maken scholieren van het ROC, vmbo, havo en vwo kennis met de duurzame techniek van morgen. Ook volgen elk jaar bij ons ruim 500 studenten van het mbo en het hbo een masterclass 'groene techniek'.



Social Responsibility

Wat betekent Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen voor ons? We willen met 'medewerkers, munten en middelen' sociaal-maatschappelijke onderwerpen onder de aandacht brengen. We stimuleren en ondersteunen onze werknemers bij hun werk voor goede doelen. En we hebben niet alleen passie voor techniek, maar ook voor sport, waarmee we geld inzamelen voor doelen.

Zo is in juni 2014 voor de vierde keer de Cito Benelux Fiets-3-daagse verreden. Het peloton (met 25 medewerkers) legde in totaal 500 kilometer af. De eerste etappe was vanaf het hoofdkantoor in Zevenaar naar Maastricht. Op dag 2 reden ze door de Limburgse heuvels, op dag 3 weer terug van Maastricht naar Zevenaar. De opbrengst van deze gesponsorde fiets 3-daagse was € 4.350 en is beschikbaar gesteld aan Het Inloophuis Oude IJssel in Doetinchem. Dit huis (in aanbouw) biedt kankerpatiënten en hun naasten de ruimte om hun emoties en onzekerheden te delen, of ontspanning en afleiding te zoeken. In oktober 2014 bezocht een aantal renners het inloophuis en overhandigde de cheque.

(www.inloophuisoudeijssel.nl)

Wij dragen ook financieel bij aan organisaties die belangeloos onze regio maatschappelijk en cultureel verrijken.

Een voorbeeld is het sponsoren van Zevenaars Buitenblik Festival. Dit eigenzinnige festival, initiatief van Filmhuis Zevenaar, is opgezet door mensen met een passie voor kunst en cultuur. Zij hadden een meerdaags film en podium festival voor ogen. Dat is gelukt. Buitenblik is inmiddels een bekend – en nog steeds intiem en sfeervol – festival, met de spiegeltent als middelpunt. Het werd de afgelopen drie jaar bezocht door meer dan 18.000 mensen uit de wijde omgeving. Cito Benelux is hoofdsponsor.

Iedereen weet: succes
maak je samen. Dat
betekent ook dat je
allemaal een goede
beloning krijgt. En dat je
klaar staat voor elkaar.

Ernest Kappers product marketing manager, EPLAN

“Delen betekent bij ons vooral: samen de schouders er onder. Afvallers zijn er nauwelijks, want er is een zelfregulerend effect: wie te weinig stappen zet, wordt er door z’n collega’s weer bij getrokken. Hoe? Door het gemeenschappelijk belang te benadrukken.



Ronny Helmink technical sales engineer, Rittal

“Delen is voor mij ook dat ik me graag inzet voor m’n collega’s. Ik bedoel: er is nog een minderheid met de spreekwoordelijke van 9 tot 5 mentaliteit. De R&O cyclus stimuleert hen zich vól in te zetten. Ik help ze daarbij, stimuleer hen waar ik kan, deel mijn enthousiasme.”



Jarno Froeling quality manager, Phoenix Contact

“Het lukt vrijwel elk jaar te groeien, dus krijg ook ik de gezamenlijke bonus, een percentage van de omzetstijging. Maar als binnendienst medewerker is het mij nog nooit gelukt een persoonlijke bonus te krijgen. Die krijg je na een uitzonderlijke prestatie. Maar wat is uitzonderlijk in mijn functie als quality manager? Dat blijkt dus niet zo duidelijk. Daar gaan we zeker nog over in gesprek.”



Laurens Masbaitoeboen magazijn medewerker, Cito Benelux

“Ook als anderen successen behalen, krijgen wij de credits. Iedereen wordt bedankt voor z’n bijdrage op intranet. En de ene keer komt er een ijsje, de andere keer een frietje. Attent en gezellig! Daarnaast delen we ook in elkaars successen via een aantrekkelijke winstdeling.”

11

Optionele vragen

11a

Great Place To Work

Inmiddels hebben we vier keer deelgenomen aan deze audit. Bij elke deelname kregen we het predicaat Great Place To Work. In 2014 zelf met een vierde plek! En steeds met een hoge waardering van onze medewerkers. We zijn ervan overtuigd dat ons bedrijf zo succesvol kan zijn, doordat onze medewerkers gemotiveerd en tevreden zijn.

Laag verloop

Het verloop bij Cito Benelux is al jaren laag (\pm 4%). Zo blijft de kennis van producten en klanten in onze organisatie ruimschoots op peil. Medewerkers en klanten waarderen deze rust en stabiliteit.

Lang dienstverband

De duur van het dienstverband van onze medewerkers: gemiddeld 13 jaar. Ter illustratie: in 2014 en 2015 waren er 6 collega's met een 12,5 jarig dienstverband en 12 collega die al 25 jaar bij ons werken.

'Best performance'

Bij de beide aandeelhouders behoren Rittal (en zusterbedrijf EPLAN) en Phoenix Contact tot de best presterende dochterondernemingen wereldwijd. Wij mogen elk jaar dan ook veel buitenlandse collega's ontvangen, die op initiatief van de aandeelhouders in Zevenaar komen kijken. Ze zijn vooral geïnteresseerd in onze logistieke organisatie.

11b

Tip: bezoek de beste bedrijven

Het lijkt ons zinvol als GPTW ook bedrijven bezoekt. Jullie kunnen dan met eigen ogen zien hoe het reilt en zeilt binnen het bedrijf en zo meer diepgang geven aan de audit. Zeker, dat vraagt extra tijd en inzet. Wij adviseren daarom alleen bij de bedrijven langs te gaan die op basis van de eerste analyse tot 'beste werkgevers' zijn betiteld. Cito Benelux zal de auditors van GPTW met open armen ontvangen.



Sociaal. Betrouwbaar. Integer.
Innovatief. Inspirerend. Door deze
speerpunten vinden medewerkers
ons een Great Place To Work.



CitoBenelux®