



NIET BIJ FOOD EN HOSPITALITY ALLEEN POWERPLANT WIL DE COMPLETE WERKPLEK ONTWERPEN

‘Wij maken de duurzaamste & gezondste workplace experiences’, claimt Powerplant, een ambitieus en leergierig Amsterdams design- en conceptontwikkelingsbureau, maar wel een met langjarige roots en veel ervaring in food en hospitality. Met hun ‘holistische’ benadering willen ze laten zien dat branding en hospitality essentieel zijn voor een passende werkomgeving. Partner Jan Willem van de Sande: ‘Wij verzetten ons tegen het idee van een generieke werkplek. Ieder merk vraagt om een andere werkomgeving.’

Jan Willem van de Sande Partner Powerplant en David Kulen creative director Powerplant



Boven en links HEYDAY project in Den Bosch



‘WAAROM ZOU JE STOPPEN BIJ HET RESTAURANT ALS JE OOK DE RECEPTIE, DE WERKPLEK, DE BREAK-OUTSPACE EN DE EVENTRUIMTE KUNT ONTWERPEN?’

Aan het ontstaan van Power Plant, dat zich “designstudio voor duurzame & gezonde workplace concepten” noemt, is een lange ontwikkeling voorafgegaan. De bureaus waar de kiem werd gelegd voor deze veelbelovende en actuele positionering, hielden zich onder meer bezig met merkontwikkeling en food & hospitality-concepten, waaronder bedrijfsrestaurants. Inmiddels is er een apart cateringbedrijf en kunnen Jan Willem van de Sande en de andere medewerkers van Powerplant zich volledig richten op waar ze goed in zijn: de ontwikkeling van werkplekken die mensen energie geven, zoals de naam al aangeeft. Met speciale aandacht voor duurzaamheid en de gezondheid van de gebruiker.

De coronacrisis raakte het bedrijf vrij hard, vertelt Jan Willem van de Sande. Maar het was ook een wake-upcall. Tijd om nog dieper na te denken over wat precies bijdraagt aan een goede werkervaring. Een fijn restaurant en goed eten is maar één van vele facetten. Het design van de workspace, het gevoel van een gezamenlijke identiteit en missie, een gezonde werkomgeving, duurzame oplossingen in materiaal, ook dat is allemaal van belang. Kortom, moest er niet een one stop-shop komen voor alle onderdelen van een bedrijf die bijdragen aan een goede, gezonde en duurzame work experience?

Zo ontstond Powerplant, gevestigd aan de Brandslangstraat op Cruquius eiland in Amsterdam Oost. Engels voor energiecentrale. En voor een

geestverruimend middel. Wat ook van toepassing is, want out-of-the box denken is hier verplicht. De werkruimte van het bedrijf is op zichzelf al een showcase, zegt Van de Sande enthousiast. Zo zijn er vrijwel uitsluitend gerecyclede materialen gebruikt en is het logo van het bedrijf onontkooftbaar. ‘Alles wat je hier ziet, kleur, lettertype, interieur, is wie wij zijn. Alles praat hier tegen je.’

Bovendien kom je op een ongebruikelijke manier binnen: via de koffiebar-annex-lunchruimte. Niet uit ruimtegebrek, maar om de gast zich welkom te laten voelen en anders na te laten denken over wat een werkplek eigenlijk is. ‘Waarom heb je een bedrijfsrestaurant nodig’, vraagt Van de Sande. ‘En niet gewoon een toffe werkplek waar je ook twee uur per dag kunt eten? En waarom zou een uitgiftebuffet niet een tafel kunnen zijn waaraan je ook kunt werken? Waarom gaat iedereen werken bij de Coffeecompany of de Starbucks als je dat ook gewoon in huis kunt hebben?’

Het is maar een voorbeeld van de innovatieve manier van werken waar het bedrijf voor wil staan. ‘Wij noemen ons architect, want wij willen hele bedrijfsgebouwen ontwikkelen’, stelt Van de Sande gedeceerd vast. ‘Ik heb zelf met veel briljante architecten gewerkt, maar voornamelijk voor de hospitality en het bedrijfsrestaurant. Maar waarom zou je stoppen bij het restaurant als je ook de receptie, de werkplek, de break-outspace en de eventruimte kunt ontwerpen?’

Een gebouw moet energie geven, vindt hij. ‘Hier

is het ook de bedoeling dat je met meer energie naar buiten gaat dan je binnenkomt. Ik denk dat corona het belang van een gezonde werkplek steeds meer op de agenda heeft gezet. Op die golf en die filosofie zitten wij. Wij zullen ieder programma van eisen altijd challengen. Waarom zou je al die onderdelen van een werkplek scheiden, het is toch één experience?’

Van de Sande is zelf geen ontwerper, maar heeft een horeca achtergrond. Hij werkt als culinair talent in toprestaurants, waaronder Le Pont de la Tour in

Londen, het sterrenrestaurant bij de Tower Bridge. Daar haalde zijn voorgerechtigd voor een etentje van Tony Blair en Bill Clinton en hun echtgenotes - gevulde octopus met broodkruim en spek en geroosterde tomatensaus - zelfs de voorpagina van de *Sun*.

Maar toen hij een huidallergie kreeg, viel zijn droom in duigen, waarna hij ging werken bij Sodexo Nederland, de bedrijfscateraar waar hij zijn zakenpartner Maurits ontmoette. In 2008 maakte hij de overstap naar Enbiun, tegenwoordig Powerplant, om samen met de andere partners het bureau te



HEYDAY project in Den Bosch



Jan Willem van de Sande en David Kulen

‘WAAR JE GOED KUNT ETEN KOMEN MENSEN SAMEN, DAAR VINDT INTERACTIE PLAATS, DAAR ONTSTAAN IDEEEN’



Work Out for HDI Global Specialty SE, Rotterdam



richten op het integraal ontwikkelen van hospitality concepten voor de horeca en het bedrijfsleven.

Bij Powerplant werken jonge ontwerpers uit verschillende landen die uiteenlopende disciplines beheersen als hospitality, branding, interior design, social design en food design. Idealiter zal een traject als volgt verlopen: zo vroeg mogelijk overleg met de klant om te weten te komen wat de identiteit en cultuur van een bedrijf is. Daarna het ontwerp van gezonde, flexibele en slimme werkomgevingen die passen bij de organisatie. Na ontwerp en realisatie volgen logischerwijs ‘Experience & Activatie’. En altijd staat circulariteit voorop, want duurzaamheid is een sociale verplichting.

Met Enbiun, nu Powerplant, zijn al hospitality concepten ontwikkeld als restaurant Vroeg in Bunnik en Otemba in Amsterdam, en voor bedrijven als Booking.com, Guerilla Games, Unilever en Coty. ‘We hebben bedrijfsrestaurants ontwikkeld vanuit de mens, de gebruiker, de gast. Maar we kunnen nu ook werkplekken aan. Alles begint bij: wat willen ze en wat hebben ze nodig? Daar zamelen we eerst kwalitatieve data voor in, via interviews, klankbordsessies enzovoorts. Voor het nieuwe hoofdkantoor van Booking.com op het Oosterdokseiland hebben wij het hospitality concept ontwikkeld. Wij hebben toen de best wel revolutionaire beslissing genomen geen grote keuken in het gebouw neer te laten zetten, maar uit te gaan

‘WAAROM HEB JE EEN BEDRIJFSRESTAURANT EN NIET EEN TOFFE WERKPLEK WAAR JE OOK TWEE UUR PER DAG KUNT ETEN?’

van een productiekeuken buitenaf. De maaltijden maken ze ter plekke af. Bij Booking komen straks 4.000 mensen per dag eten in drie restaurants, ieder met een eigen dagelijks wisselend menu. De focus ligt op de warme maaltijd, het publiek is voor meer dan 95% internationaal en gewend warm te lunchen. Dat is overigens ook veel gezonder. Op een app kunnen ze aangeven wat ze van het eten vonden en wat ze de volgende keer willen bestellen. Met die feedback wordt de dienstverlening continue verbeterd. En natuurlijk brengt AI zelflerend vermogen met zich mee, zodat het hele proces steeds soepeler kan verlopen, je de kwaliteit kunt verhogen en je veel minder waste hebt. Inmiddels is Join Program ook de cateraar voor Booking.com.’

Zonder lekker en gezond eten en drinken gaat het niet, zegt Van de Sande. ‘Ons vertrekpunt vanuit hospitality is heel belangrijk: er is geen plek op aarde waar het zonder goed eten en drinken leuk is. Op een plek waar je kunt eten komen mensen samen, daar vindt interactie plaats, daar ontstaan ideeën. Dat is cultureel altijd een heel belangrijke factor om een bepaalde sfeer, cultuur of resultaat te realiseren.’

Bij Nationale Nederlanden ontwikkelde het bedrijf een 100 procent plantaardig foodconcept voor de door Fokkema ontworpen circulaire eventspace. Trots is Van de Sande ook op het werk voor PwC. ‘Zij hadden mei vorig jaar een personele bezetting van twintig, dertig procent, na de invoering van ons concept hebben ze ruimtegebrek. Wij hebben een campus ontworpen van 12.500 m² op de begane grond in het Amsterdamse hoofdkantoor. Die hebben we futureproof gemaakt, volledig circulair en duurzaam én geschikt voor het binden van talent. We hebben er een ontmoetingsplek van gemaakt met meerdere food concepten. Echt the place to be. Je kunt er gasten ontvangen, winkelen in een AH to Go, ontspannen of evenementen organiseren. Heel flexibel en in staat om bijna alle soorten van werken te faciliteren. We hebben nauwkeurig nagedacht over hoe we het gebied de hele dag door relevant laten zijn en tegelijkertijd dat je PwC als

merk ervaart. Met een experience programming die het publiek informeert en inspireert. Ruimtes die multifunctioneel en flexibel zijn. Niet alleen een mooie plek of fijne atmosfeer maar een campus die bijdraagt aan de doelstellingen van het bedrijf.’

Een prettige werkomgeving moet afwisseling bieden, is de filosofie van Powerplant. ‘Je moet diversiteit creëren binnen een gebouw. Ze hadden al een restaurant, maar dat was veel te groot en onpersoonlijk. Dat hebben we meer gesegmenteerd en we hebben er veel meer groen aan toegevoegd, waardoor het veel menselijker aanvoelt. Wij waren lead architect daar, maar we hebben samen met PwC ons netwerk ingeschakeld om te onderzoeken wat echt duurzaam of circulair is. Zo is er ook een relatie ontstaan met Gielissen die alle maatwerkonderdelen uit zowel PwC-kantoren als andere plekken geoogst en opnieuw ingepast in het ontwerp.’

Maar de bedoeling van Powerplant is dus de hele work experience onder handen te nemen. De eerste stappen zijn gemaakt. ‘Nu doen we als architect bijvoorbeeld het hele kantoor van HEYDAY in Den Bosch, zo’n 2.500 vierkante meter. En we zijn bezig voor Kryha in Amsterdam, zo’n 600 vierkante meter. Samen met de opdrachtgever hebben we een werkconcept gedefinieerd dat we vertalen naar een gelaagd werkplekontwerp. Je ziet de merkwwaarden erin terug, maar ook service, hospitality en duurzaamheid. Dat is beter voor de wereld, de planten en de mens. En altijd vanuit de vraag: wat zijn de doelstellingen van het bedrijf en hoe kunnen we hier de meest gezonde en duurzame oplossing voor bedenken? We willen de reden om naar je werk te gaan opnieuw definiëren. Wat wil je met je bedrijf en wat hebben mijn mensen nodig? Ik vind het altijd interessant de status quo ter discussie te stellen. Ja, Powerplant heeft wel iets rebels. Maar we gaan ook voor degelijkheid en betrouwbaarheid. Ik zou zeggen: daag ons uit!’

Powerplant.nl



JAN WILLEM VAN DE SANDE
Partner Powerplant

Wie of wat inspireerde jou om een eigen bedrijf te starten?

Ik ben het bedrijf niet gestart maar later ingestapt. Het ondernemen is begonnen door de klik en samenwerking met mijn huidige compagnon Maurits Tofohr

Welke waarden wil je uitdragen met je bedrijf en waarom?

Dat we de vele uitdagingen die er zijn met een positieve insteek moeten benaderen en dat design en creativiteit essentieel zijn voor verandering. Omarmen in plaats van tegenwerken

Op welke manier is jouw ondernemerschap gegroeid?

Gek genoeg door negatieve ervaringen. De financiële crisis in 2009 (toen ben ik begonnen met ondernemen) en de Corona pandemie. Toen kwam het aan op mentaliteit en doorzettingsvermogen

Hoe motiveer jij je mensen, ook gezien de grote onzekerheden markt en de wereld als geheel?

Ik probeer zo veel mogelijk in oplossingen te denken en te praten **Waar haal jij je inspiratie vandaan?** Vooral uit reizen en uit mijn team. Reizen omdat je dan in een ander ritme bent en tijd hebt om dieper na te denken. Mijn team is heel divers met uiteenlopende interesses en projecteer daar ook de

vragen op **Welk boek moet iedere ondernemer lezen/ welke podcast moet iedere ondernemer volgen?**

Boek Grip van Rick Pastoor. Een soort samenvatting van alle interessante managementboeken zo geschreven dat je na hoofdstuk 1 al de tips en adviezen begint in te voeren. Laatst gelezen boek is trouwens Nu of nooit van Dai Carter, over mentale kracht **Welke persoon of welke gebeurtenis heeft een beslissende invloed gehad op je ondernemerschap?** Meerdere, maar belangrijkste is mijn compagnon Maurits. We lijken op elkaar en ook weer niet. Hij is stabiel, minder emotioneel en kritischer dan ik. In 2015 ben ik door

een chronische aandoening bijna een jaar uitgevallen. In een periode waarin het heel druk en onrustig was. Ik heb toen ook heel veel kunnen nadenken en rigoureuze beslissingen genomen waar ik nog steeds mee bezig ben. Maurits heeft me toen in contact gebracht met accupunctuur. Een week na de eerste sessie begon mijn herstel

Als je 1 kernwaarde mag noemen die jouw leiderschap kenmerkt, welke is dat dan en hoe herkennen mensen dat? Ik denk daadkracht. Doorgaan waar het lastig wordt. Wel soms met emotie maar ik vind daar niets mis mee. Andere soms wel denk ik **Go with the flow of eigen koers varen?**

Eigen koers varen. De flow is er sowieso je zult zelf moeten bijsturen en reageren op die flow. Flexibel zijn en altijd in oplossingen denken **Visionair of down to earth?**

Er tussenin. Ik ben denk ik goed om visionaire ideeën of denkwijzen van andere op te pakken en er iets mee te doen. David, onze creatief directeur, is bizar creatief. Ik reageer vaak op zijn ideeën en gedachten en dan ontstaat er vaak de juiste mix. Ik ben een regelaar en thuisbrenger **Op welke plek kun jij je echt opladen?** In de sportschool met metalrock op m'n headset **Hoe reageer jij op tegenslag?** Ik kan heel emotioneel en primair reageren,

is soms een valkuil. Ligt aan de tegenslag ook, ben wel van het niet linksom dan maar rechtsom

Waar lig jij wakker van?

Ik lig nog maar zelden wakker. Dat heb ik in het verleden heel veel gedaan maar dat hielp nooit bij het oplossen van hetgeen waardoor ik überhaupt wakker lag. Hoe lastig soms ook, ik dwing mezelf in het denken van oplossingen

Wat kenmerkt modern leiderschap voor jou?

Mensen coachen en zelfstandig maken. Ruimte voor trial en error bieden **Hoe blijf jij bij leren?** Door te werken met jonge mensen, veel te reizen en te lezen. Ik leer het meeste door veel gesprekken te voeren met veel verschillende soorten mensen

Wat is het ultieme doel dat je wilt bereiken met je bedrijf?

Dat het merk Powerplant zelfstandig kan opereren zonder de dagelijkse betrokkenheid van de partners. Daar zijn we overigens al een heel eind mee **Wat wil jij mensen mee geven?**

Dat het goed is om risico's te nemen en fouten te maken **Wat is je favoriete uitwaai-plek?** Het strand van Callantssoog. Sowieso de zee regelmatig zien