



Sander Bon



D&B THE FACILITY GROUP GEEFT TOPKANTOREN DE GLANS VAN EEN VIJFSTERRENHOTEL

Het is niet meer vanzelfsprekend dat bedrijven grote kantoorruimten afnemen en werknemers graag naar kantoor gaan. De vijfsterrenservice van D&B The Facility Group - van valet parking, restaurant, receptie, beveiliging tot schoonmaak en facility management - kan daar verandering in brengen, stellen D&B-directeuren Sander Bon en Jeroen Peters. 'Als conceptuele denkers ontwerpen we een groundfloorconcept dat eigenaren en eindgebruikers volledig ontzorgt.'

‘Wij hebben de duffe facilitaire markt sexy gemaakt’, vatten commercial director Sander Bon en director Marketing & Communication Jeroen Peters het 30-jarige bestaan van D&B The Facility Group samen. In 1993 beginnen economiestudenten Derek Hoeffelman en Bas Hertz een chauffeursbedrijf dat zich specialiseert in taxiriten en valet parking voor corporates en vijfsterrenhotels. Na D&B The Mobility Group volgt The Facility Group. Want al snel komt de vraag of ze hun gast- en servicegerichtheid kunnen inzetten voor receptiediensten en beveiliging. Daarvoor schakelen ze in 2001 vriend Sander de Meester in. Vervolgens zet in 2007 voormalig KPMG-organisatieadviseur Edo den Hertog een facility management-tak op. Daarna volgen hoogwaardige catering en schoonmaak met in 2013 de overname van luxe foodcourtconcept WeCanteen en in 2014 de koop van een kleine, mensgerichte schoonmaakorganisatie uit Eemnes. Alle D&B-mensen zitten bovendien strak in het pak, met een door Mart Visser ontworpen kledinglijn van donkerblauw met een gouden randje.

Grote impact

Anno 2023 is D&B met ruim 1.000 werknemers een gerenommeerde facilitair dienstverlener die vanuit Amstelveen de top van het bedrijfsleven en vastgoedsector bedient, met klinkende namen als ASML, TomTom, Schiphol, Symphony Offices, WTC Amsterdam, Delftse Poort, The Valley en The Collection. Het beste voor de besten leveren blijft het handelsmerk van D&B, verklaart commercieel directeur Bon. ‘Onze vijfsterrendiensten waren een gamechanger. De meeste facilitaire dienstverleners richten zich op alle sectoren. D&B bedient bewust alleen high end-vastgoed en de top van het bedrijfsleven. We voelen ons thuis in een high demanding-omgeving. Doordat we in deze nichemarkt zitten en alle diensten in huis hebben, hebben we bovendien een veel grotere impact op klantbeleving. Ons luxeconcept slaat goed aan op de vastgoedmarkt. Bestond onze doelgroep vijf jaar geleden voor 60 procent uit corporates en 40 procent vastgoed, nu is dat andersom.’

**‘MET ONZE VIJFSTERRENDIENSTVERLENING
KAN EEN VASTGOEDEIGENAAR ER BETER
IN SLAGEN EINDGEBRUIKERS AAN ZICH TE
BINDEN EN DE LEEGSTAND TE VERMINDEREN’**

Langetermijnhuurders

In de post-covid kantorenmarkt met een afkoelende economie is uitstekende dienstverlening geen overbodige luxe, betogen de directeuren. ‘Het is geen sinecure om kantoren te vullen. Veel werknemers blijver liever thuis. Dat maakt de vorming van een bedrijfscultuur lastiger. De traditionele vrijdagmiddagborrel is vrijwel uitgestorven, omdat vrijdag nu een vaste thuiswerkdag is. Het lijkt ook of mensen nog individualistischer zijn en zich minder aan werk hechten’, aldus Bon. ‘Omdat bedrijven nu risicoavers zijn, huren ze eerder werkplekken in een multi-tenant-kantoor dan dat ze grote vloeren of een heel kantoor huren’, voegt marketingdirecteur Peters toe.

‘Vastgoedpartijen en kantoorhuurders moeten hun kantoren aantrekkelijker maken. Om bedrijven en werknemers naar kantoor te verleiden, is meer beleving, een betere service en betere food & beverage nodig. Met onze vijfsterrendienstverlening kan een vastgoedeigenaar of projectontwikkelaar er beter in slagen eindgebruikers aan te trekken en de leegstand te verminderen. De hurende bedrijven zijn met ons beter in staat hun bedrijfscultuur weer op te bouwen en het communitygevoel te versterken. Dat bindt werknemers langer aan het bedrijf en de huurders langer aan het kantoor. En D&B is uiteraard flexibel. Met nu vooral dinsdag en donderdag als vaste kantoordagen passen we het op contract op rustiger dagen aan met minder werknemers en dus lagere kosten.’

Whitelabel-restaurant

Voor opdrachtgevers ontwikkelt D&B een serviceconcept dat naadloos aansluit op de bedrijfscultuur, legt Bon uit. ‘We hanteren de one size fits one-methode. Een kantooreigenaar kan kiezen voor een eigen kledinglijn en restaurantconcept. Zo hebben we voor het Amsterdamse kantoor The Joan een restaurant ontworpen, inclusief de naam, kleur en logo ervan. Restaurant Bream - brasem - is een knipoog naar het duurzame karakter van zowel het restaurant als kantoor. Ook zorgen we voor werknemers die aansluiten op de bedrijfscultuur; vaak verbindende,



JEROEN PETERS
Directeur Marketing & Communicatie

Na corona is het gebruik van kantoren veranderd, wat is de belangrijkste trend voor jou?
Het verleiden van medewerkers om naar kantoor te komen
Waar moet het kantoor aan voldoen om het moderne werken te kunnen faciliteren?
Met name gebieden bieden waar men elkaar kan ontmoeten. Samenwerken, overleg in grote of kleine setting en verbinden door middel van activiteiten. Voor al deze zaken moet ruimte zijn
Het kantoor als ontmoetingsplek, of gewoon iedereen weer naar kantoor?

Is sterk afhankelijk van het type werk. Functies die meer interactie behoeven tussen medewerkers zullen gewoon terug gaan naar kantoor. Functies waarbij men meer solitair werkt, zullen meer thuis blijven
Wat betekent het voor de kantorenmarkt als bedrijven structureel minder vierkante meters nodig hebben?
Meer gedeelde faciliteiten in multi-tenant omgevingen
Duurzaamheid is een no-brainer, maar hoe realiseer je werkelijke duurzaamheid, waarbij je ook rekening houdt met comfort en beleving?
Door sensing. Exact monitoren hoe het kantoor wordt gebruikt en zo besparen op

energie en inzet middelen
Zijn er nog kansen voor grootschalige herontwikkeling of nieuwbouw?
Herontwikkeling is booming. Veel traditionele kantoorgebouwen kunnen gestript worden en opnieuw ingedeeld op een CO₂ neutrale manier. Hiervan zijn er nog meer dan genoeg in NL
Welke levenslessen heb je geleerd en van wie?
Blijf ongenadig zelfkritisch en rust nooit op je lauweren. Van Raymond Manders. Mijn eerste reclamebaas
Wat wil jij mensen mee geven?
Never stop giving a damn. Als je iets ziet wat beter kan, zeg dat

dan, doe dat dan
Wat was voor jou een beslissend moment in je leven?
Toen ik werd afgekeurd voor straaljagerpilot. Eindelijk besloot ik iets met mijn creatieve kant te doen en de exacte wetenschap te laten varen
Welke waarden wil je uitstralen?
Bevlogenheid en betrokkenheid
Wat maakt jou nieuwsgierig?
Emoties. Als ik zie dat iemand emotioneel is, dan wil ik weten wat er speelt
Waar kom jij 's ochtends je bed voor uit?
Mijn katten. Die zijn nog mauwkeuriger dan mijn wekker
Hoe ga jij om met uitdagingen?
Vol overgave. Of het nu

een kleine of een grote uitdaging is. Leuk of vervelend
Wat motiveert jou?
Als ik iets ontwerp en de realisatie verrast
Wat is je diepste drijfveer?
Perfectionisme
Wat wil jij bijdragen?
Ik wil verwachtingen creëren met marketing en trots zijn dat de operatie deze waarmaakt
Waar spreek je af met vrienden en waarom?
Op beurzen waar mijn hobby wordt vertegenwoordigd. Daar praten we dan ook een dag lang over de hobby
Waar kom je tot rust?
Op de schietbaan of op de motor. Op dat moment is er niets anders
Wat is je favoriete uitwaai-plek?

IJmuiden. Een strand zonder pretenties of nonsens
Hoe combineer jij hart en verstand?
Met ratio. Je kunt de mooiste dingen bedenken. Alles moet worden onderbouwd
Hoe bewaar jij de balans tussen hoofd en gevoel?
Eigenlijk hetzelfde als voorgaande antwoord. Alles moet worden onderbouwd. Soms is dat een puzzel. Soms komt dat vanzelf
Welke bezieling ervaar je in je werk en je leven?
Eindeloze drang om te creëren
Hoe kom jij tot jezelf na een drukke werkweek?
Een goede fles wijn en modelbouw. Maar niet in die volgorde
Hoe blijf jij trouw aan jezelf?
Door nooit compromissen te sluiten waar ik niet achter sta
Hoe ga je om met ergernissen?
Door heel boos te worden. Helaas ben ik daar erg goed in
Wat zou je nog een keer over willen doen?
Niets
Durf jij groot te dromen? En waarover?
Nee. Ik leef met de dag. Zo voorkom je teleurstellingen

SANDER BON
Commercieel Directeur

Na corona is het gebruik van kantoren veranderd, wat is de belangrijkste trend voor jou?

Kantoor is geen plek meer waar je moet zijn, maar waar je mag zijn

Waar moet het kantoor aan voldoen om het moderne werken te kunnen faciliteren?

Uitstekende faciliteiten om de komst naar kantoor tot een beleving te maken. Het kantoor als ontmoetingsplek, of gewoon iedereen weer naar kantoor?

Mensen zijn sociale dieren. Terug naar kantoor dus...

Wat betekent het voor de kantorenmarkt als bedrijven structureel minder vierkante meters nodig hebben?

Meer bedrijven die kiezen voor een multi-tenant locatie.

Dit zal dus een hevige concurrentiestrijd worden tussen vastgoedeigenaren.

Wat onderscheid jouw pand van die van de buurman?

Duurzaamheid is een no brainer, maar hoe realiseer je werkelijke duurzaamheid, waarbij je ook rekening houdt met comfort en beleving?

Dat kan toch uitstekend hand in hand gaan? Kijk bijvoorbeeld eens naar

World Port Center Rotterdam. In het bezit van een WELL certificaat, maar in combinatie met premium services. Zijn er nog kansen voor grootschalige herontwikkeling of gaat het nu vooral om nieuwbouw?

Beiden, mits wordt voldaan aan de wensen van de potentiële huurder

Welke levensles heb je geleerd en van wie?

Mijn vader, een ondernemer pur sang, zei altijd: 'Service is goed, aandacht is onderscheidend'. Wat wil jij mensen mee geven?

Doe geen beloftes die je (nog) niet kunt waarmaken.

Eerlijkheid zorgt juist voor begrip bij de ander

Wat was voor jou een beslissend moment in je leven?

Dat mijn vader de ene dag nog volledig gezond was, en de dag erna niet meer

Welke waarden wil je uitstralen?

Respect, eerlijkheid, rust en inspiratie

Wat maakt jou nieuwsgierig?

Mensen die mij inspireren over onderwerpen waar ik geen verstand van heb. Waar kom jij 's ochtends je bed voor uit?

Successen boeken, zowel zakelijk als sportief

Hoe ga jij om met uitdagingen?

Door proberen hier altijd vanuit innerlijke rust naar te kijken.

Daarna pas in de actie springen

Wat motiveert jou? Concurrentie

Wat is je diepste drijfveer? Bevestiging dat je onderscheidend bent in het leven

Wat wil jij bijdragen? Inspirerend persoon voor mijn collega's en naasten

Waar spreek je af met vrienden en waarom? Restaurant, thuis of sportclub. Daar ben ik altijd mezelf

Waar kom je tot rust? Op het water

Wat is je favoriete uitwaai-plek? Mijn sloep op het water

Hoe combineer jij hart en verstand? Dat is vaak lastig, aangezien ik hoog sensitief ben. Dat lukt dus niet altijd

Welke bezieling ervaar je in je werk en je leven? Successen

Hoe kom jij tot jezelf na een drukke werkweek? Sporten

Hoe blijf jij trouw aan jezelf? Door naar je gevoel te luisteren. Als het tijd is om te gaan, ga dan

Hoe ga je om met ergernissen? Bespreekbaar

proberen te maken

Hoe krijg jij zaken in beweging? Door zelf het initiatief te nemen

Wat zou je nog een keer over willen doen? Niets, ben best tevreden

Durf jij groot te dromen? En waarover? Zeker. Met name durven het roer volledig om te gooien en iets volledig anders gaan doen

‘ALS WIJ ONZE MENSEN GOED FACILITEREN, FACILITEREN ZIJ ONZE OPDRACHTGEVERS GOED’



‘NEVER STOP GIVING A DAMN; ONZE DIENSTVERLENING KAN EN MOET ALTIJD BETER’

jonge en hun talen sprekende mensen voor internationale bedrijven en meer gedistingeerde werknemers voor exclusieve corporates. De beheerder van mixed use-gebouw The Valley stond een premium hoteluitstraling voor. Onze mensen - zowel hospitality, security en schoonmaak - dragen zwartwitkleding. Zelfs de schoonmaakkarren zijn in deze kleuren uitgerust. Onze facility manager in The Valley is eigenlijk een community - en hotelmanager. Met een helicopterview bewaakt hij de kwaliteit en bouwt een gemeenschap op.’

Multiservice propositie

Dit jaar rolt D&B zijn multiservice propositie uit, verklaart hij. ‘We zijn nu in staat alle zes specialismes aan elkaar te verbinden tot een gestroomlijnde dienstverlening met veel synergie. Zo begonnen we bij WTC Rotterdam voor eigenaar Bouwinvest met hospitality-services. We zagen kansen huurders beter te faciliteren met kleine services als telefonie, stomerij en copy center. Dankzij deze WTC Service Store kregen we steeds meer verbinding met de huurders. Recent hebben we de tender voor security gewonnen, doordat we de toegevoegde waarde konden aantonen. Zo zitten ze in dezelfde ruimte, waardoor een teamgeest ontstaat en ze voor elkaar door het vuur gaan. Bovendien is het goedkoper voor de opdrachtgever; is de receptioniste ziek of afwezig, dan vangt de security host dat geruisloos op.’

Hotelbenadering

D&B werkt graag met opdrachtgevers die een eigen visie en hoge ambitie hebben, aldus Peters. ‘Zeer onder de indruk ben ik van HighBrook en REB Projects. Met hun brand The Collection exploiteren ze stadskantoren in Amsterdam die het neusje van de zalm zijn. Het zijn stuk voor stuk luxe kantoren met een vijfsterrenhoteluitstraling, die de intimiteit en persoonlijke aandacht terugbrengen op

hoog niveau. Voor de werknemers is er niet alleen een gym, ze hebben zelfs de beschikking over een eigen sloep in de gracht. De eigenaren leggen de lat zeer hoog. Wij leren hier ook van. Zo hebben wij Roberto Payer - oud-Hiltonman en oprichter van Waldorf Astoria Amsterdam - een aantal jaar aan D&B verbonden. Hij geeft ons masterclasses, de directie inclusief. Never stop giving a damn, leert hij ons; het kan en moet altijd beter. Het gaat niet altijd om dure investeringen, de essentie is gastvrijheid; werk vanuit het hart. Onze mensen werken ook vanuit een intrinsieke motivatie. Ze willen werknemers ontzorgen, hen een glimlach bezorgen en persoonlijke aandacht geven.’

Conceptontwikkeling

D&B wordt vaak al betrokken bij de ontwikkelfase van een kantoor, vervolgt hij. ‘Wij kunnen conceptueel denken en een uitgekiend groundfloorconcept uitdenken. Laat je dat over aan een binnenhuisarchitect kom je altijd in de knel met de facilitaire dienstverleners. Dan is de receptieruimte of koffiebar verkeerd geplaatst of staat een deur in de weg voor de security. Omdat wij al die diensten zelf in huis hebben, weten we ook de ruimtelijke vertaalslag te maken. We maken niet alleen een eerste schetsontwerp, maar ook een 3D-ontwerp en zelfs desgewenst een restaurantlogo. Dat doen we in samenspraak met onze partners; van binnenhuisarchitecten, keukenleveranciers tot installatietechnici. Omdat we veel ervaring hebben met andere kantoren, weten we precies wat alles kost, tot de servicekosten per vierkante meter. Zodra we groen licht krijgen, kunnen we alles gelijktijdig oplijnen. Dit geeft vastgoedeigenaren veel rust en zekerheid. Deze conceptontwikkeling doen we vaak pro bono, zeker als het een langetermijnklant betreft.’

The Culture Club

De komende jaren wil D&B nog fors groeien als nichespeler. ‘Vorig jaar boeken we een omzet van ongeveer 42 miljoen euro. Per - normaal - jaar willen we 15 procent groeien. Onze ambitie is te groeien naar 55 miljoen euro. De grootste willen we niet worden. Als we de beste blijven in onze nichemarkt met gelukkige werknemers is ons doel bereikt. Ons goud zijn onze mensen. Wij leggen ze in de watten. Zo hebben we tijdens corona The Culture Club bedacht. Onder deze noemer organiseren we leuke events en borrels op spannende locaties. Zo organiseren wij filmavonden op kantoor, inclusief popcorn en steenovenpizza's. Laatst hadden we een borrel in de skybox van het PSV-stadion, aangeboden door onze opdrachtgever ASML. In juni vieren we bovendien ons 30-jarige jubileum met een groot relatiefest en daarna een nog groter personeelsfeest met dj's uit de jaren negentig. Als wij onze mensen goed faciliteren, faciliteren zij onze opdrachtgevers goed’, verzekeren Bon en Peters.