



TIM CHRISTIAENS,  
DE TIMEMANAGER

## Dagen eigen werkplek zijn geteld

Het is geen verrassing dat de economische crisis organisaties aanzet tot besparingen. Volgens de Occupiers Cost Index (OCI) bedragen de jaarlijkse gemiddelde kantoorkosten per voltijdse medewerker in België 12.638 euro. Steeds meer organisaties kiezen voor het 'nieuwe werken'. Bedrijven slaan twee vliegen in één klap: ze kunnen het aantal werkplekken en het aantal vierkante meters verminderen.

Hoewel *desk sharing* nog niet echt ingeburgerd is, zal deze toepassing steeds meer ingang vinden in de werkplekken van morgen. Nieuwe kantoorgebouwen beogen een bezettingsgraad van 70 procent, zodat een eigen werkplek over enkele

jaren een utopie wordt.

De samenwerking in een grote ruimte maakt veel werknemers nochtans ongelukkig. Na *mailitis* en *vergaderitis* is het werken in een open kantoor de vaakst gehoorde klacht in onze opleidingen. Het lawaai, de vele onderbrekingen en het gebrek aan privacy zijn de grootste ergernissen. Vaak zijn er wel rustige zones waar medewerkers zich kunnen terugtrekken. In de praktijk zien we dat deze *cockpits* en *bubbles* vaak worden opgeëist door managers die hun kantoor hebben moeten opgeven. Op andere plaatsen zijn er dan weer geen aparte ruimtes voorzien.

**De auteur is expert in tijdmanagement bij Time Management Company.**

### RECLAME

## Schudden met die telefoon

De Amerikaanse start-up Adtile.me laat toe een glimp op te vangen van hoe reclame op onze mobiele telefoon er zou kunnen uitzien. Adtile maakt handig gebruik van technologie



die sowieso in onze smartphone zit zoals allerlei sensoren en gps. In het filmpje (zie QR-code) zie je voorbeelden van advertenties die je activeert door je telefoon te bewegen: een boodschap op je telefoon vraagt je met je telefoon te schudden om een afbeelding van je glas op het scherm te vullen, waarna je korting krijgt voor een sapje in de sapjesbar om de hoek. Een andere boodschap vraagt je het op een lopen te zetten, waarna je korting krijgt voor loopschoenen in een winkel in de buurt. Heel wat mensen beschouwen reclame krijgen op hun telefoon als storend, maar deze technologie geeft een reclameboodschap een leuk spelelement mee. Je beslist bovendien zelf of je dat 'spel' meespeelt, waardoor je de reclame veel minder een inbreuk vindt op je privacy. Bovendien krijg je reclame van winkels in je buurt, wat voor een hoge relevantie zorgt.



### START-UP

## Leren coderen met houten speelgoed

De Londense start-up Solid Labs haalde op de crowdfunding-site Kickstarter 56.666 pond op om zijn Primo-speelgoed te commercialiseren. Primo is houten speelgoed met technologie dat kinderen tussen 3 en 7 op een speelse manier laat kennismaken met de principes van het softwareprogram-

meren. Het speelgoed, dat 170 pond kost, bestaat uit een klein houten kubusje op wielen dat draadloos in verbinding staat met een moederbord. Op dat bord kunnen kinderen series maken van houten gekleurde blokjes waarmee ze de kubus een opdracht geven over naar waar hij moet rijden.