

JAGA

(Ook tijdens de crisis) Innovatie troef

Het spook van de crisis is het voorbije jaar bij heel wat bedrijven op kousenvoeten binnen geslopen. Voor sommigen kwam de malaise als een donderslag bij heldere hemel, anderen dachten dat het wel zou overwaaien terwijl een laatste groep anticipeerde op de feiten waardoor de crisis voor hen een boeiende uitdaging werd. Verwarmingsspecialist Jaga behoort tot de laatste categorie. — Pascal Dewulf

VERONIQUE DEBONDT, HR verantwoordelijke bij Jaga, stippelde met het management en de medewerkers van Jaga een koers uit die het bedrijf ook in minder makkelijke tijden blijf, gemotiveerde medewerkers oplevert.

Zoals elk bedrijf heeft verwarmingsspecialist Jaga het voorbije jaar de crisis aan den lijve mogen ondervinden. Veronique Debondt: "Ondanks de sterkte identiteit die Jaga internationaal etaleert, zijn we niet gespaard gebleven van de recessie. Op drie maanden tijd kregen we een terugval van de omzet.

Voor export was dit op een gegeven ogenblik zelfs veertig procent. We gingen de crisis echter op een atypische manier te lijf. Trouw aan de kernwaarden van Jaga zochten we samen met de medewerkers naar een coherente oplossing. Veel bedrijven opteren op zo'n momenten voor een gemakkelijksoplossing, medewerkers laten gaan. Die aanpak staat echter haaks op de kernwaarden van ons bedrijf en legt daarenboven het gebrek aan een consistente langetermijn visie op een pijnlijke manier bloot. Wat doe je immers wanneer de storm gaat liggen en de economie weer aantrekt? Een pak knowhow en ervaring die je



Veronique Debondt

"Alle medewerkers van Jaga dragen in tijden van crisis solidair hun steentje bij voor de toekomst van het bedrijf, een situatie waar het merendeel van de Belgische bedrijven alleen maar kan van dromen."

in huis had, is op dat ogenblik immers langs de achterdeur verdwenen."

Samen sterk

De aanpak die Jaga al van bij het begin van de crisis kenmerkt, is alvast typerend voor de visie van het bedrijf. Veronique Debondt: "Jaga is een bedrijf dat waarden hoog in het vaandel voert, dit zowel op menselijk als op ethisch vlak. In plaats vanuit een ivoren toren een directief beleid richting medewerkers te voeren, gaan we samen met hen op zoek naar alternatieven. Lang voor de overheid met crisismaatregelen kwam, hadden wij dan ook al een crisisplan klaar. Zowat alle medewerkers van Jaga kozen voor collectieve arbeidsduurvermindering. Minder werken en minder verdienen om samen door de crisis te komen. Wanneer je zowat honderd procent van de medewerkers kan winnen voor dat idee, dan moet je als bedrijf wel een erg sterke bedrijfscultuur hebben."

Twee keer winnen

Ondertussen is de crisis nog niet aan haar einde en is tot overmaat van ramp de regering opnieuw ontspoord. Ook daar is Jaga echter perfect op voorbereid. Veronique Debondt: "De crisismaatregelen die de regering uitvaardigde lopen tot eind september 2010. Ook nu heeft Jaga echter besloten om niet te wachten tot die datum zich aandient. De formule die we bedachten: jobrotatie. In concreto betekent dit dat we medewerkers uit alle afdelingen van het bedrijf gaan inzetten voor commerciële activiteiten in de meest brede zin van het woord. Ook mensen die geen ervaring hebben op commercieel vlak krijgen daarbij de opportuniteit om te bekijken of ze over de nodige commerciële flair beschikken. We voorzien voor hen kortlopende opleidingen die een combinatie zijn van commerciële vaardigheden en een doorgedreven kennis van onze producten en oplossingen. Hierdoor krijgen mensen doorheen het hele bedrijf de kans om de baan op te gaan maar ook om bijvoorbeeld een functie als commercieel medewerker binnendienst te vervullen. Op die manier winnen ze twee keer: Ze brengen variatie in hun job en voor diegenen die door de crisis in een viervijfde regime werken, is het een opportuniteit om weer voltijds aan de slag te gaan. Ook hebben we van de gelegenheid gebruik gemaakt om een aantal bedrijfsprocessen kritisch onder de loep te nemen. Dat leverde een aantal opmerkelijke resultaten op die ons toe lieten de efficiëntie te verhogen, cruciaal wanneer je met minder mankracht meer werk dient te verzetten."

"Minder werken en minder verdienen om samen door de crisis te komen. Wanneer zowat alle medewerkers van een bedrijf zich achter dat idee scharen, dan moet je als bedrijf wel een erg sterke bedrijfscultuur hebben."



De Heatwave, een modulair verwarmingselement in polybeton ontworpen door Jaga in samenwerking met designer Joris Laarman.

"Medewerkers in tijden van crisis laten gaan is een gemakkelijksoplossing. Wat doe je immers wanneer de storm gaat liggen en de economie weer aantrekt? Een pak knowhow en ervaring die je in huis had, is op dat ogenblik immers langs de achterdeur verdwenen."