

BEDRIJFSCULTUUR HANDBOEK

De grondwet voor onze bedrijven

Vrijheid. Avontuur. Ondernemerschap.

Met structuur, verantwoordelijkheid en uitzonderlijke gastbeleving.

Versie 1 - augustus 2026

Introductie

Dit handboek is de gezamenlijke grondwet voor de bedrijven binnen de holding. Het beschrijft niet de unieke identiteit of core values van ieder afzonderlijk bedrijf; die blijven van het bedrijf zelf. Dit document legt vast hoe wij ondernemen, leidinggeven, samenwerken, investeren, onze gasten behandelen en verantwoordelijkheid nemen voor de wereld om ons heen.

Onze bedrijven mogen verschillend voelen, maar achter de schermen herkennen we dezelfde standaard: verzorgd, gestructureerd, gastvrij, ondernemend en gericht op de lange termijn. Geen ducttape-oplossingen, geen onnodige complexiteit en geen korte termijn winst die de ervaring van morgen beschadigt.

Het handboek is een levend document. Het leadership team scherpt het regelmatig aan, met de founder als bewaker van de kern. Nieuwe inzichten mogen worden toegevoegd, zolang ze de principes versterken en het geheel eenvoudiger en beter maken.

We bouwen bedrijven die steeds beter worden - voor onze gasten, onze mensen en de toekomst.

1. Onze ondernemersfilosofie

Vrijheid, avontuur en ondernemerschap

Vrijheid betekent bij ons niet vrijblijvendheid. Vrijheid groeit met vertrouwen, en vertrouwen groeit wanneer mensen verantwoordelijkheid nemen. We willen nieuwsgierige, open-minded mensen die willen groeien, nieuwe dingen proberen en ondernemerschap tonen.

- Neem verantwoordelijkheid voor je rol, resultaten en afspraken.
- Wees loyaal aan het bedrijf en aan elkaar.
- Blijf jezelf ontwikkelen en zoek actief naar groei.
- Probeer nieuwe dingen en innoveer.
- Kom bij problemen bij voorkeur ook met een voorstel voor een oplossing.
- Fouten maken mag; niet leren van fouten past niet bij onze cultuur.

Onze standaard

- Onze locaties zijn schoon, verzorgd en representatief.
- Kapotte lampen, rommel en tijdelijke ducttape-oplossingen passen niet bij onze standaard.
- Koffie, thee, ontvangst, kleding en uitstraling zijn onderdeel van de gastbeleving.
- We werken gestructureerd en leven afgesproken processen na.
- We denken op lange termijn: een goede omzet vandaag is geen succes als de klant morgen niet terug wil komen.

2. De drie gouden regels

De drie gouden regels zijn de leidraad voor de hele organisatie. Iedereen - van werkvloer tot leadership team - gebruikt ze om te verbeteren, te prioriteren en investeringen te beoordelen.

Regel 1 - Klanttevredenheid omhoog

Regel 1 is heilig.

We doen er alles aan om onze klanten, gasten en avonturiers de best mogelijke ervaring te geven. We verbeteren, vernieuwen en verzorgen de details zodat mensen spontaan tegen anderen zeggen: 'Daar moet je echt heen' of 'Dat moet je echt doen'.

- Warm en vriendelijk ontvangst.
- Goede koffie en thee, nette kleding en een verzorgde omgeving.
- Oprecht vragen hoe de ervaring was.
- Verwachtingen waar mogelijk overtreffen: liever eerder terugbellen dan belooft.
- Bij een onvoldoende ervaring lossen we ruimhartig op: opnieuw leveren, een nieuwe dienst aanbieden of geld terug waar passend.
- Verjaardagen of bijzondere momenten van gasten kunnen aanleiding zijn voor een persoonlijke verrassing.
- We beschermen ons team: gastvrijheid betekent niet dat respectloos of grensoverschrijdend gedrag geaccepteerd wordt.

Toetsvraag: zouden onze avonturiers en gasten dit als oprecht beter ervaren?

Regel 2 - Tijd per klant naar beneden

Dit betekent nooit minder aandacht voor de gast. We halen verspilling, wachttijd, fouten en onnodige handelingen uit onze processen. Daardoor ontstaat juist meer ruimte voor goede service.

- Interne en externe communicatie zijn helder, snel en effectief.
- Klanten krijgen binnen één werkdag reactie op e-mail, bij voorkeur eerder.
- De telefoon wordt snel opgenomen; als richtlijn laten we deze niet onnodig langer dan circa twintig seconden overgaan.
- Geen ingewikkelde telefoonmenu's of onnodige keuzedoolhoven.
- Systemen werken zoveel mogelijk samen en informatie hoeft niet steeds opnieuw te worden ingevoerd.
- We voorkomen fouten structureel in plaats van dezelfde fouten steeds opnieuw te herstellen.
- Processen worden continu verbeterd via onder andere EOS Rocks en Issues: wat kan sneller, makkelijker, effectiever en efficiënter?

Toetsvraag: werken we hiermee intern en extern efficiënter en effectiever, terwijl de gast het juist soepeler ervaart?

Regel 3 - Winst per klant omhoog

Winst volgt uit waarde. We zoeken naar schaalbaarheid, terugkerende klanten, slimme proposities en eerlijke upsells die daadwerkelijk iets toevoegen.

- Transparante prijzen en geen verborgen kosten.
- Upsell alleen wanneer deze waarde toevoegt voor de klant.
- We verbeteren returning customer gedrag en mond-tot-mondreclame.
- We zoeken naar schaalbaarheid en proposities die zowel de gast als de onderneming sterker maken.
- Geen korte termijn winst ten koste van vertrouwen.

Toetsvraag: voegt dit aantoonbaar waarde toe voor de klant, en volgt de winst dan logisch?

De volgorde is heilig

Regel 2 mag nooit ten koste gaan van regel 1. Regel 3 mag nooit ten koste gaan van regel 1 of regel 2. Meer winst is nooit een excuus voor een slechtere gastbeleving.

3. Hospitality & klantbeleving

Wij opereren in vrije tijd en wellness. Daarom verwachten we een hospitality-standaard die voelbaar is in elk bedrijf, ongeacht het specifieke product.

- Iedere gast voelt zich gezien en welkom.
- We beloven geen perfectie, maar wel oprechte aandacht, snelle opvolging en een consistent hoog niveau.
- Serviceherstel is snel en ruimhartig.
- We denken in positieve verrassingen en mond-tot-mondreclame.
- De ervaring is simpel, menselijk en betrouwbaar.

4. EOS, structuur en uitvoering

EOS is de gemeenschappelijke operationele taal van onze bedrijven en leadership teams.

- Level 10 Meetings starten voorbereid en op tijd; deelnemers zijn bij voorkeur vijf minuten voor aanvang aanwezig.
- Iedereen draagt actief Issues aan.
- To-do's worden nagekomen.
- Rocks zijn zichtbaar en er wordt structureel aan gewerkt.
- Kwartaal- en jaarbijeenkomsten worden met energie en voorbereiding ingegaan.
- We zijn open en eerlijk. We kroppen problemen niet op en praten niet achter elkaars rug.
- Scorecards en KPI's worden binnen EOS gebruikt; we creëren geen tweede parallel meetsysteem.

- Besluiten worden besproken met ruimte voor verschillende stemmen. We streven naar draagvlak; waar nodig hakt de Integrator de knoop door.

Goede discussie vóór het besluit. Volledige betrokkenheid ná het besluit.

5. Medewerkers & HRM

Werving en selectie

- Iedere rol heeft een duidelijke functieomschrijving, verwachtingen en targets.
- We toetsen op Right People, Right Seat.
- We gebruiken de EOS-toets: Get it, Want it, Capacity to do it.
- Een kandidaat moet passen bij de core values van het individuele bedrijf.
- We zoeken open-minded, avontuurlijke, ondernemende en klantgerichte mensen die ook vakinhoudelijk sterk zijn.
- Voor management- en leadershipfuncties gebruiken we de WHO-methode als verplichte werving- en selectieaanpak.
- De founder is betrokken bij de selectie van sleutel- en leadershipfuncties.
- Liever langer zoeken dan snel de verkeerde persoon aannemen.

Onboarding

- Onboarding begint vóór de eerste werkdag met een warm bericht.
- Op dag één is er een passend welkomstpresentje.
- De nieuwe medewerker wordt persoonlijk geïntroduceerd in de organisatie.
- Nieuwe medewerkers ontvangen de relevante bedrijfshandleiding én dit cultuurhandboek.
- De rol, verwachtingen, EOS en de drie gouden regels worden uitgelegd.
- Waar passend wordt een buddy aangewezen.
- Bij sleutel- en leidinggevende functies is er een persoonlijk welkom van de founder, bijvoorbeeld telefonisch.
- Na ongeveer 30 dagen wordt gecontroleerd of rol, cultuur en verwachtingen duidelijk zijn.

Vrijheid en eigenaarschap

- We geven ruimte binnen heldere kaders.
- Problemen komen bij voorkeur met een oplossingsvoorstel.
- Beslissingen worden zo laag mogelijk in de organisatie genomen.
- Leiders coachen; zij lossen niet automatisch ieder probleem zelf op.
- Vrijheid groeit met vertrouwen; vertrouwen groeit door verantwoordelijkheid.

Feedback, communicatie en gedrag

- We praten met elkaar, niet over elkaar.
- We geven directe, respectvolle feedback op gedrag en resultaten.

- Geen roddel, politiek gedrag of drama.
- Complimenten krijgen net zo bewust ruimte als verbeterpunten.
- We spreken verwachtingen vooraf uit.
- Onduidelijkheid is ook de verantwoordelijkheid van de zender: controleer of de boodschap is geland.
- Het belang van de individuele organisatie gaat vóór persoonlijk belang. Sterke organisaties bouwen samen een sterke holding.
- Laat je ego buiten de deur. Het beste idee wint, niet de persoon met de hoogste functie.

Ontwikkeling en groei

- Ontwikkeling is onderdeel van het werk, geen extraatje.
- We stimuleren trainingen, boeken, coaching en relevante opleidingen.
- Leidinggevenden zijn verantwoordelijk voor het laten groeien van hun mensen.
- Waar passend kijken we eerst naar interne doorgroei.
- De groei van de organisatie wordt begrensd door de groei van onze mensen.

Leiderschapsontwikkeling

- Leiders doorlopen het EOS-ontwikkeltraject.
- Boeken, trainingen en coaching kunnen onderdeel zijn van het traject.
- Leiders worden niet alleen beoordeeld op resultaat, maar ook op cultuur, ontwikkeling van mensen en het stimuleren van eigenaarschap.
- Leaders create leaders: een sterke leider bouwt nieuwe leiders.

Externe vertrouwenspersoon

- Iedere onderneming heeft toegang tot een externe vertrouwenspersoon.
- De vertrouwenspersoon is laagdrempelig en onafhankelijk benaderbaar.
- Contactinformatie wordt tijdens onboarding actief gedeeld en periodiek opnieuw onder de aandacht gebracht.
- We respecteren iedereen ongeacht achtergrond, gender, identiteit of andere persoonlijke kenmerken.

Afscheid

- We nemen met dezelfde aandacht afscheid als waarmee we iemand welkom heten.
- Eerlijke gesprekken worden op tijd gevoerd.
- We bedanken mensen expliciet voor hun bijdrage.
- Waar passend helpen we iemand naar een volgende stap.
- Voor goede mensen kan de deur open blijven.
- We meten leiderschap mede aan hoe mensen over ons spreken nadat ze vertrokken zijn.

6. Medewerkersbetrokkenheid: kwartaalenquête

Ieder bedrijf verstuurt ieder kwartaal een medewerkers-enquête. Medewerkers staan dicht bij gasten en processen en zien vaak als eerste waar kansen, frustraties of verbeteringen zitten.

De resultaten worden gezamenlijk ingezien door de founder en de verantwoordelijke Locatiemanager, Operationeel verantwoordelijke en/of Integrator. Relevante patronen worden vertaald naar acties of EOS Issues.

De bedrijfsnaam en functies in de vragen worden altijd aangepast aan het betreffende bedrijf. Onderstaande vragen zijn de vaste basis:

1. Wat is je naam?
2. Wat vind je allemaal leuk aan het werken bij [Bedrijfsnaam]?
3. Wat vind je minder leuk aan het werk?
4. Wat zou er moeten gebeuren om het nog leuker te maken?
5. Hoe ervaar je de communicatie binnen [Bedrijfsnaam] en tussen de relevante teams/functies?
Wat gaat er goed en wat kan er beter?
6. Hoe kunnen we [Bedrijfsnaam] nog leuker en beter maken voor onze klanten en gasten?
7. Waar moeten we volgens jou mee stoppen?
8. Waar moeten we juist mee starten?
9. Zijn er materialen, systemen of andere dingen die je mist waardoor je je werk makkelijker, beter of sneller kunt doen? Barst los!
10. Waar liggen volgens jou nog kansen voor [Bedrijfsnaam]?
11. Wat zou jij doen als je de eigenaar van [Bedrijfsnaam] was?
12. Wat wil je verder nog kwijt?

Bij We Love Oldtimers kan vraag 5 bijvoorbeeld specifiek spreken over de communicatie tussen het OT en de chauffeurs. Feedback verzamelen zonder er iets mee te doen past niet bij onze cultuur.

7. Tradities, waardering en betrokkenheid

Cultuur leeft in rituelen. We vieren successen en belangrijke levensmomenten en tonen aandacht wanneer het moeilijk is.

- Verjaardagen worden gevierd en niet vergeten.
- Jubilea en behaalde mijlpalen krijgen passende aandacht.
- Huwelijk, geregistreerd partnerschap, geboorte of adoptie krijgen een persoonlijk gebaar.
- Bij langdurige ziekte, ernstige ongevallen of verlies tonen we passende persoonlijke aandacht.
- Ieder individueel bedrijf komt ieder kwartaal samen om terug te kijken en de volgende periode te delen met de werkvloer.
- Er zijn personeelsuitjes en momenten om verbinding en successen te vieren.

- Minstens periodiek kan de holding bedrijven bij elkaar brengen voor gezamenlijke verbinding en kruisbestuiving.

Communicatie richting founder

De founder wordt tijdig geïnformeerd zodat betrokkenheid mogelijk is, niet vanuit controle.

- Nieuwe medewerkers en uitdiensttredingen, inclusief relevante context.
- Verjaardagen en belangrijke jubilea.
- Huwelijk of geregistreerd partnerschap.
- Geboorte of adoptie.
- Langdurige ziekte of uitval.
- Ernstige ongevallen.
- Overlijden van een medewerker of direct familielid.
- Andere gebeurtenissen met grote impact op mens, cultuur of continuïteit.

8. Leiderschap

- Leiders geven richting en vertrouwen, niet alleen opdrachten.
- Leiders ontwikkelen mensen en bewaken cultuur.
- Leiders leven de drie gouden regels zichtbaar voor.
- Leiders durven keuzes te maken en laten zich evalueren.
- Een leider lost niet ieder probleem zelf op, maar leert mensen problemen oplossen.
- Leiderschap betekent voorbeeldgedrag.

9. Besluitvorming

- We toetsen grote beslissingen aan de drie gouden regels.
- Feiten wegen zwaar, met behoud van een menselijk kompas.
- Snelheid telt: we vermijden besluiteloosheid en onnodige complexiteit.
- In Level 10-, kwartaal- en jaarmeetings krijgt iedereen ruimte voor zijn of haar stem.
- We streven naar draagvlak en volgen de meerderheidsrichting waar passend.
- De Integrator kan de knoop doorhakken wanneer dat nodig is om verder te kunnen.
- Na een besluit committeert het team zich aan uitvoering.

10. Kwaliteit en standaarden

Kwaliteit is geen toeval. Het is een gewoonte.

- We werken met duidelijke standaarden, checklists en procesbeschrijvingen.
- We meten actief klanttevredenheid en leren van reviews en feedback.
- Wat niet klopt wordt hersteld én structureel verbeterd.

- Netheid, onderhoud, uitstraling en hospitality zijn dagelijkse kwaliteitsindicatoren.
- Keep it simple: complexiteit is een kost en moet een duidelijke reden hebben.

11. Innovatie, focus en continue verbetering

- Stilstaan is achteruitgang.
- We testen klein, meten, leren en schalen op wat werkt.
- Iedere medewerker mag verbeteringen voorstellen.
- We gebruiken AI en automatisering om mensen sterker te maken en werk slimmer te organiseren, niet om menselijkheid uit de ervaring te halen.
- We blijven gefocust: liever één product uitzonderlijk goed dan te veel middelmatige producten.
- Werkende innovaties worden waar mogelijk gedeeld tussen bedrijven.
- Kruisbestuiving tussen bedrijven is actief onderdeel van innovatie.

Focus creëert kwaliteit. Synergie creëert schaal. Innovatie brengt de volgende stap.

12. Data, AI en technologie

- We verzamelen relevante data om beter te leren en te sturen.
- Data wordt waar mogelijk centraal georganiseerd over de bedrijven heen.
- We gebruiken zoveel mogelijk dezelfde systemen, definities en databronnen.
- AI en technologie moeten werk eenvoudiger, sneller en slimmer maken.
- Privacy, veiligheid en ethiek blijven onderdeel van iedere technologische keuze.
- Systemen moeten kunnen samenwerken en onnodige dubbele invoer voorkomen.

13. Samenwerking en synergie tussen bedrijven

Onze bedrijven zijn zelfstandig, maar nooit op zichzelf.

- We delen kennis, best practices, systemen en innovaties.
- We concurreren intern niet onnodig; we versterken elkaar.
- We zoeken actief naar gezamenlijke marketing, finance, HR, IT, AI en andere schaalvoordelen.
- Bedrijven verwijzen klanten naar elkaar wanneer dit waarde toevoegt.
- We denken vanuit de gezondheid van het individuele bedrijf én de versterking van de holding.
- Sterke organisaties bouwen samen een sterke holding.

14. Externe partners en leveranciers

- We behandelen goede leveranciers als partners.
- We betalen op tijd en zijn helder in verwachtingen.

- We zoeken langdurige win-winrelaties.
- We kopen waar zinvol strategisch en gezamenlijk in om schaalvoordeel te benutten.
- Waar wij aantoonbaar klanten, bereik of kansen leveren zonder directe vergoeding, verwachten we actieve wederkerigheid van de partner.
- We werken bij voorkeur met partijen die kwaliteit, duurzaamheid en innovatie serieus nemen.
- We willen de favoriete klant zijn van onze favoriete leveranciers.

Geven creëert vertrouwen. Wederkerigheid creëert duurzame partnerships.

15. Investerings en kapitaalallocatie

Iedere investering moet aantoonbaar bijdragen aan minimaal één van de drie gouden regels. De vraag is niet alleen wat iets kost, maar welk structureel effect het heeft.

Onderdeel	Richtlijn
Klanttevredenheid omhoog	Investeren in mensen, beleving, kwaliteit en hospitality.
Tijd per klant naar beneden	Investeren in systemen, processen, automatisering, communicatie, opleidingen en efficiëntie.
Winst per klant omhoog	Investeren in schaalbaarheid, nieuwe proposities, returning customers en slimme commerciële groei.

Bij iedere relevante investering stellen we de vraag: aan welke gouden regel draagt dit bij, en hoe gaan we dat effect meten?

Investerings vanaf relevante drempelbedragen worden volgens de geldende bevoegdheden besproken; eerder is als richting genoemd dat investeringen vanaf circa EUR 5.000 en later circa EUR 10.000 extra toetsing kunnen vragen. De exacte limieten kunnen per groeifase worden vastgesteld.

16. Winst met een doel

Wij geloven in gezonde, winstgevende ondernemingen. Niet omdat winst het einddoel is, maar omdat winst vrijheid geeft: om te groeien, te ontwikkelen, te innoveren, kansen te pakken en iets terug te geven.

Eerst onze verplichtingen

Winst - reguliere aflossingen op leningen = resterende cash

De resterende cash wordt volgens onderstaande richtlijn verdeeld:

Onderdeel	Richtlijn
7,5% - Goede doelen	People & Planet: lokale maatschappelijke initiatieven, kinderen en kansengelijkheid, natuur, zeeën en oceanen.
7,5% - Talentontwikkeling & sport sponsoring	Talent, ambitie, sport, lokale initiatieven en kansen voor mensen met potentieel.
15% - Extra aflossen	Extra aflossing wanneer van toepassing; anders toevoegen aan buffer en/of investeringsruimte.
25% - Dividend	Beschikbaar voor aandeelhouder(s), vanuit kracht en zonder de onderneming uit te hollen.
45% - Buffer & investeren	Groei, ontwikkeling, innovatie, schaalbaarheid, systemen, AI, nieuwe producten, overnames en financiële buffer.

De percentages vormen samen 100% van de resterende cash. De financiële gezondheid en continuïteit van de bedrijven blijven leidend.

People & Planet

Bij People geven we de voorkeur aan concrete, lokale doelen, zoals voedselbanken en initiatieven voor kinderen die door omstandigheden bijvoorbeeld hun verjaardag niet kunnen vieren. Bij Planet ligt een duidelijke interesse in natuur en bescherming van zeeën en oceanen.

Talent en sport

We steunen mensen met ambitie, discipline en doorzettingsvermogen. Sponsoring hoeft niet alleen om bereik te draaien; het verhaal en de aansluiting bij onze ondernemende en avontuurlijke mentaliteit tellen mee.

We maken winst om vrij te kunnen ondernemen - en om onze omgeving sterker achter te laten.

17. Overnames en integratie

We kopen geen bedrijven om ze alleen te bezitten. We nemen bedrijven over om ze sterker te maken en om de holding als geheel te versterken.

Selectiecriteria

- Actief in vrije tijd, wellness of een logisch aanpalende markt.
- Minimale jaaromzet als richtlijn: EUR 1 miljoen.
- Standalone onderneming met positieve cashflow.
- Niet afhankelijk van één ondernemer of eigenaar voor de dagelijkse continuïteit.
- Duidelijk groeipotentieel.
- Aantoonbaar synergievoordeel voor de holding.
- Systemen en processen moeten kunnen aansluiten zonder onnodige complexiteit.

- Management moet bereid zijn te werken volgens de kernprincipes en systemen van de holding.

Synergievoorbeelden

- Kosten van leadership team en ondersteunende functies verdelen.
- Gezamenlijke marketing, finance, HR, IT, data en AI.
- Gezamenlijke inkoop en schaalvoordeel.
- Kruisverkoop en klanten doorverwijzen tussen bedrijven.
- Best practices en succesvolle innovaties delen.

Integratie

- In de eerste fase luisteren en begrijpen we voordat we veranderen.
- We behouden wat sterk is en verbeteren wat beter moet.
- De unieke identiteit van een goed merk hoeft niet te verdwijnen.
- Centraal waar het waarde toevoegt, decentraal waar het de gast of het merk sterker maakt.
- KISS: keep it simple. Complexiteit moet zichzelf verdienen.

18. Risicomanagement

- We nemen bewuste risico's, nooit onverantwoorde risico's.
- Veiligheid, liquiditeit en reputatie gaan voor onnodige snelheid.
- Problemen worden niet verstoep maar tijdig gedeeld.
- Liever een klein probleem vandaag oplossen dan een groot probleem morgen.
- Na incidenten leren we en verbeteren we het systeem.
- Schuldfinanciering mag de continuïteit niet onnodig in gevaar brengen.

19. Marketing en groei

Marketing wordt benaderd als een meetbare funnel. We willen begrijpen hoe mensen ons vinden, waar ze afhaken en waar we waarde kunnen toevoegen.

- Meet instroomkanalen en bereik.
- Meet websitebezoek en relevante conversies.
- Meet boekingen, offerteaanvragen en contactmomenten.
- Meet upsells en aanvullende waarde.
- Meet returning customers.
- Gebruik klanttevredenheid en mond-tot-mondreclame als belangrijke kwaliteitsindicatoren.
- Verbeter de funnel stap voor stap; kleine verbeteringen kunnen samen compounding groei opleveren.

20. Ethiek, mens en natuur

We willen zaken doen op een manier die past bij onze principes. Dat betekent respect voor mensen, natuur en de lange termijn.

- Afspraak is afspraak.
- We behandelen medewerkers, gasten, partners en leveranciers met respect.
- We kiezen partners mede op kwaliteit, betrouwbaarheid, duurzaamheid en waardenfit.
- We respecteren verschillen tussen mensen en bouwen een open-minded cultuur.
- We willen onze impact op natuur en omgeving verbeteren en verspilling verminderen.
- Bij gevoelige samenwerkingen formuleren we toetsbare principes rond mensenrechten, integriteit, duurzaamheid en reputatierisico, zodat beslissingen consistent en uitlegbaar blijven.

21. Het handboek als levend document

Dit document is geen stoffige map. Het moet gebruikt, besproken en verbeterd worden. Het leadership team bewaakt de toepassing en doet voorstellen voor aanscherping. De founder bewaakt de kernfilosofie.

- Nieuwe leidinggevenden lezen dit handboek tijdens onboarding.
- Bedrijfsspecifieke core values blijven aanvullend gelden.
- Processen en playbooks kunnen onder dit handboek hangen en per bedrijf verschillen.
- Wanneer regels botsen, zijn de drie gouden regels en de lange termijn gezondheid van de organisatie belangrijke beslisfilters.
- We houden het eenvoudig, toepasbaar en actueel.

Slot

Onze ambitie is niet om bedrijven identiek te maken. Onze ambitie is om ze vanuit dezelfde ondernemersfilosofie uitzonderlijk goed te laten worden.

We bouwen aan organisaties die hun gasten verwennen, hun mensen laten groeien, processen steeds slimmer maken en winst gebruiken om opnieuw te investeren in groei, ontwikkeling, innovatie en positieve impact.

We bouwen voor de lange termijn. Met aandacht voor de gast, verantwoordelijkheid voor het bedrijf en ruimte voor avontuur en ondernemerschap.