

## **Doordrenkt van duurzaamheid werkt water-link aan de toekomst | Plan Samen Groeien**

### **Beschrijf in één zin waarover je idee gaat.**

"Water-link wil als grootste oppervlakte waterleverancier van Vlaanderen een voortrekkersrol spelen in het zoeken naar circulaire oplossingen en samen met onze klanten inzetten op duurzaam water."

### **Wat is de visie van water-link op gezonde groei? Wat mogen we daarbij niet uit het oog verliezen?**

"Vanuit ons product – water – vindt water-link het heel vanzelfsprekend dat wij bezig zijn met maatschappelijk verantwoord ondernemen. Onze *core business* is een product waar we duurzaam mee om moeten gaan, en dan moet alles wat wij doen duurzaamheid ademen. We werken hoofdzakelijk met publieke middelen, dus moeten we absoluut kunnen verantwoorden hoe we dat inzetten en hoe we werken. Je moet volledig doen wat je zegt, en handelen naar de waarden die je wilt uitdragen."

"Duurzaamheid betekent voor mij: vandaag handelen met een visie op de lange termijn. Dat geldt voor infrastructuur en investeringen, bijvoorbeeld het nieuwe spaarbekken dat we samen met de overheden bestuderen. Dat gaat ook over relaties met mensen. Dus daar zetten we actief op in, met bijvoorbeeld een open feedbackcultuur, successieplanning, en gepersonaliseerde trajecten. Historisch gezien zijn wij een intercommunale organisatie. Sinds 5 jaar zijn we bezig om water-link te transformeren om zich meer als een privébedrijf te organiseren. En daar hoort ook een aangepast HR-beleid bij."

### **Wie ben je en waar wil je naartoe met jouw idee?**

"Wij werken samen met de industrie om innovatieve oplossingen te ontwikkelen. We hebben bijvoorbeeld partnerships rond het opzuiveren van effluentwater, plannen voor de bouw van een brakwaterfabriek om de industrie duurzaam te kunnen voeden, en water-link start met de bouw van een waterbekken. Daarnaast werken we samen met andere waterbedrijven. Er lopen oefeningen om te bekijken hoe we van ruwwater naar proceswater kunnen gaan zodat niet alle water opgezuiverd moet worden naar drinkwater-kwaliteit. Al deze initiatieven dienen om leveringszekerheid in de toekomst te kunnen garanderen naar al onze klanten: de industrie, de andere waterbedrijven en het residentieel drinkwater.."

### **Waarom heb je beslist om die richting uit te gaan? Welke stappen heb je reeds gezet?**

"Wanneer je de zekerheid van water wil garanderen, moet je je steeds voorbereiden op de toekomst. Een onmisbaar element in je bedrijf, zijn de mensen - je medewerkers. Ook daar is het ontzettend belangrijk om in te zetten op duurzaamheid. HR gaat over de mens in zijn geheel. Ik bekijk niet graag de mens als een bundel aan competenties, mensen zijn hele wezens, met ratio en emoties. Daarmee dien je in een organisatie bezig te zijn: wat drijft hen, wat motiveert, wat geeft voldoening, ... In een vorig leven heb ik als advocaat fusies weten mislukken omdat er onvoldoende met de menselijke factor rekening werd gehouden. En dat doe je niet per se door een Chief Happiness Officer aan te stellen, wel door te zorgen dat je medewerkers een rol met aantoonbare impact te hebben, elk op zijn manier."

"Ik geloof in een ander partnership tussen werkgever en werknemer. Het kan perfect dat een medewerker een paar jaar binnen het bedrijf aan een bepaald project werkt, waarna de wegen scheiden. We moeten ook niet teveel stilstaan bij de opleidingen waarin je als werkgever mogelijk hebt geïnvesteerd – elke organisatie profiteert op een manier van de investeringen van een vorige werkgever. Je mag juist niet stoppen met investeren in mensen of teveel mechanismen inbouwen om mensen waarin je veel investeert aan je organisatie te blijven binden. Als ze gemotiveerd en

uitgedaagd worden en ze blijven, des te beter. Gaan ze elders werken, kunnen ze misschien nog een prima toekomstige partner worden. Ik geloof eerder in het blijven ontwikkelen van duurzame netwerken met (ex-)collega's."

"Als bedrijf moet je dus durven die soms tijdelijke relatie aan te gaan met mensen, en tegelijk ook nadenken over hun toekomst. En je verhaal moet kloppen: zeggen wat je doet en doen wat je zegt. Je kunt enkel professionaliteit vragen en verwachten van je medewerkers, als je het hen zelf ook geeft. Zo hebben we hier bijvoorbeeld alle medewerkers een iPad meegegeven. Niet enkel de mensen op het bureau, maar ook degenen op de sites. Enerzijds fungeert dit als handige tool voor allerlei bedrijfstoets, anderzijds geef je al je mensen een laagdrempelig apparaat waar ze al eens de gazet op kunnen lezen. Ze zijn er trots op dat zij ermee kunnen werken, het meenemen naar huis en soms leren de kleinkinderen hen nieuwe toepassingen. Dat is veel effectiever en duurzamer dan welke computercursus ook."

Ik leid de afdeling ondersteunende diensten en wil graag dat mijn team geconnecteerd blijft met het basisproduct. Voor mij is het essentieel hen mee te geven dat ook zij meewerken aan de productie en distributie van kwalitatief water, onze corebusiness.

De weg die ik kort schets is er natuurlijk één van ups-and-downs, waar je elke dag opnieuw bouwt aan vertrouwen. "

### **Welke (concrete) uitdagingen liggen er nu voor jullie op vlak van duurzaamheid? Hoe plan je die aan te pakken?**

"Wij zijn reeds 135 jaar oud, maar we willen opnieuw een startup worden. We zijn expert in wat we doen en hoeven ons warm water – letterlijk - niet meer uit te vinden, maar we willen wél vanuit een startup-mindset innoveren, samenwerken met andere partners zonder onze basistaken uit het oog te verliezen. Water-link wil die inspirator zijn om zo ook zijn afspraak met de zich hervormende watersector niet te missen."

### **Wanneer is jullie missie geslaagd?**

"Een mooie slogan vind ik 'there is no finish'. Ik wil ik dat het verhaal steeds verder gaat. Zo niet stoppen de uitdagingen.

Maar we kunnen wel van een succes spreken wanneer wij met water-link een fundamentele rol kunnen spelen in het nieuwe waterlandschap van Vlaanderen als spelverdeler, in een balancing model dat onze CEO, Franky Cosaert uitwerkt, als inspirator/partner voor onze industriële klanten en als zekere waterleverancier voor onze drie klantensegmenten. Dat betekent dat we meer kunnen inzetten op "water as a service". Kortom: wanneer we op een duurzame manier kunnen omgaan met dit waardevolle product. Want enkel op die manier komt er ruimte om ook onze bedrijven te helpen met duurzame oplossingen, wat iedereen ten goede zal komen."

"Op vlak van HR is mijn plan van aanpak geslaagd wanneer onze medewerkers opstaan met een goeie Antwerpse goesting om bij te dragen aan de zin en de doelstellingen van ons bedrijf – en niet om bij ons gewoon te komen werken."

**Quote: "Durf te investeren in duurzame relaties met je medewerkers."**