

VOLKSWAGEN PON FINANCIAL SERVICES

FINANCIEREN. LEASEN. VERZEKEREN. MOBILITEIT.

**Best
Workplaces™**

**Great
Place
To
Work®**

NEDERLAND
2025

**Great
Place
To
Work®**

Certified
APR 2025-APR 2026
NL

De cultuur van VW PFS

DE SLEUTEL NAAR MOBILITEIT

Voorwoord

Welkom bij Volkswagen Pon Financial Services, afgekort ook wel VWPFS. We nemen je mee naar Amersfoort, waar ons hoofdkantoor staat. Er werken zo'n 550 mensen, maar meestal tref je er niet eens de helft. De rest werkt vanuit huis of zit bij een van onze klanten, aandeelhouders of bij een van onze vestigingen in Apeldoorn of Zwolle. In dit document kun je lezen waarom onze medewerkers VWPFS zo'n fijne organisatie vinden. We werken elke dag hard om dat ook zo te houden, maar zoals je straks zult lezen, zit de cultuur stevig verankerd in ons bedrijf. Werkplezier is iets wat je samen creëert, met je collega's en met je klanten.

We hebben ambitie. Het kan altijd beter, slimmer, eenvoudiger of gewoon leuker. We zijn trots dat we sinds 2022 de badge van Great Place to Work en sinds 2025 ook de badge van Best Workplaces mogen dragen. Dat past helemaal bij onze kernwaarde "passion to perform". Op de komende pagina's lees je hoe wat dat samen doen.

We wensen je veel leesplezier!



Vertrouwen

Vertrouwen



Vertrouwen is voor ons de basis. Je moet weten wat je aan elkaar hebt en voelen dat je hier 100% jezelf kunt zijn. Dat geldt onder collega's, maar ook richting de organisatie als geheel. We zijn stabiel, financieel gezond en bouwen met een heldere strategie aan de toekomst.

We weten ook: vertrouwen komt te voet en gaat te paard. Daarom hebben we het verankerd in onze vier kernwaarden die ons richting geven in onze dagelijkse manier van doen:

Passion to perform

Klanten en collega's kunnen er op vertrouwen dat we doen wat we afspreken. We doen ons werk met enthousiasme en dagen elkaar uit om het elke dag nog beter te doen. Daar worden we zelf blij van, maar vooral onze klant wordt daar beter van.

Make it simple

Bij alles wat we doen, kijken we of het niet eenvoudiger kan. Door ons te verdiepen in wat onze klant van ons verwacht, kan deze erop vertrouwen dat onze dienstverlening goed aansluit bij zijn of haar behoefte.

Empower each other

Geef de ander vertrouwen en wees duidelijk over de ruimte die je geeft. Neem initiatief en heb het lef om het vertrouwen dat je krijgt, optimaal te benutten.

Do what is right

Als financiële instelling hebben we te maken met strenge wet- en regelgeving. Het is belangrijk die te kennen en ernaar te handelen. Dat zorgt ervoor dat men op je kan vertrouwen.

Familiegevoel

We zijn onderdeel van het Nederlandse familiebedrijf Pon (40%) en het Duitse Volkswagen Financial Services (60%), dus een grote speler. Toch ervaren veel collega's een familiegevoel: de koffiemomentjes, successen vieren, en de gezelligheid – je voelt je hier snel thuis.

“Ik kwam in een warm bad terecht”, horen we vaak van nieuwkomers. En dat is belangrijk, want je bent hier vaak meer met collega's dan met vrienden of familie. Dan is het fijn om in een omgeving te zijn waar je - net als bij je familie en vrienden - jezelf kunt zijn, je uit kunt spreken en gewaardeerd voelt.

Lukt dat altijd? Nee. Iedereen heeft wel eens een mindere periode. Dan zoeken we samen naar een oplossing – met elkaar, of via je manager. Soms past het niet meer, en nemen we afscheid. Ook dat doen we zorgvuldig.

Heb je behoefte aan een vertrouwelijk gesprek? Dan is Carolien er, onze externe vertrouwenspersoon. Ze luistert, denkt mee en alles blijft tussen jullie. Haar kantoor zit in Amersfoort, net als dat van ons.

Vertrouwen

Stagiaires

Elk half jaar hebben we zo'n 20 stagiaires. Onze collega's die een stagiair begeleiden krijgen duidelijke kaders mee, waardoor de stagiair erop kan vertrouwen dat onze organisatie een veilige en fijne plek is om stage te lopen. Voor stagiaires hebben we ook een stagevertrouwenspersoon. Dat is een jonge HR-collega die hier zelf ook stage heeft gelopen. Laagdrempelig dus, en altijd bereikbaar.

Eerste 100 dagen programma

Nieuw bij ons? Dan start je met het 'Eerste 100-dagenprogramma'. Dit zorgt ervoor dat je zo snel mogelijk de organisatie leert kennen.

Je begint al thuis met een introductiepakket: een boekje met wie we zijn, wat we doen en een handig ABC'tje van onze termen. Zo kun je je alvast voorbereiden op je nieuwe baan.

Op je eerste werkdag ontvang je een pot autodrop en maken we je wegwijs in het pand. Ook krijg je een introductieochtend met alle andere nieuwkomers.

Je krijgt alles wat je nodig hebt: laptop, telefoon en een buddy die je op weg helpt. Voor je thuiswerkplek krijg je € 900,- budget voor onze eigen Coolblue-shop. Zo kan je zelf je thuiswerkplek helemaal Arbo-proof inrichten.

In de eerste 100 dagen volg je verschillende kennissessies – over leasing, onze klanten, strategie, HR, wet- en regelgeving. Integriteit is daarin een belangrijk thema. Je luncht ook een keer met de Board en volgt een sessie van de Ondernemingsraad.

Iedere maand kun je je ook aanmelden voor een rondleiding bij een van onze stakeholders, zoals Pon in Leusden, de Volkswagen dealer in Amersfoort of ons Remarketing Center in Zwolle. Die rondleidingen zijn altijd snel vol.

Marc Roolaart, Accountmanager:

“Dankzij het onboardingprogramma krijg je echt inzicht in hoe alles in elkaar grijpt. Bezoek aan dealers en Pon gaven me een compleet beeld van de keten.”

Heb je je 100-dagen programma succesvol afgerond? Dan krijg je je VWPFS-rijbewijs en kun je zelf achter het stuur van je loopbaan stappen.

Jowin van Werven, Manager Accounting:

“De kennissessies en het programma voor managers zorgden voor een zachte landing. Ik leerde collega's uit alle hoeken van de organisatie kennen.”



**“ALS JE NIEUW BENT,
DOORLOOP JE EERST
ONS HONDERD DAGEN
PROGRAMMA.”**

Vertrouwen

Off boarding

Soms nemen medewerkers afscheid. Gemiddeld stroomt jaarlijks 8% uit, vaak mensen die hier al jaren werkten en toe zijn aan iets nieuws.

We voeren altijd een goed gesprek bij vertrek. Meestal gaat iemand weg voor een nieuwe kans. Soms spelen arbeidsvoorwaarden een rol, al zitten wij iets boven het marktgemiddelde. Onze HR-strategie is duurzaam: wij hebben liever marktconforme arbeidsvoorwaarden dan de allerbeste en daar staat tegenover dat we onze medewerkers veiligheid en continuïteit kunnen bieden doordat we financieel solide zijn.

Vertrek van medewerkers is soms jammer, maar het brengt ook nieuwe mensen met een frisse blik. Dat houdt ons scherp.

**"VOOR IEDERE MEDEWERKER
DIE JARIG IS, PLANTEN WE
TWE E BOMEN."**

Voorbeeldfunctie

Leidinggevend en hebben bij ons een voorbeeldrol. Om hen daarbij te helpen, hebben we het Role Model Program met o.a.:

- We are proud of the work we do: medewerkers worden voorgedragen voor de succesrubriek op onze kanalen.
- We not Me: we stimuleren samenwerken tussen afdelingen, met tools als Miro en sessies waar afdelingen samenkomen.

Het management is makkelijk benaderbaar. We hebben glazen kantoren, open deuren en persoonlijk contact staat centraal. Ook met thuiswerken is dat persoonlijke contact belangrijker dan ooit. Leidinggevend en krijgen daarvoor training.

Met kerst en bij de loonronde ontvangt elke medewerker een persoonlijke kaart. Geen standaard boodschap, maar echt iets persoonlijks. Verjaardag? Dan planten we twee bomen voor de jarige medewerker. Een cadeau dat de wereld voor de toekomst een beetje beter maakt.

Iedereen integer

Sinds 'sjoemelsoftware' in 2015 het woord van het jaar werd, is integriteit voor ons extra belangrijk. Dat ging over autofabrikanten die op grote schaal de software in auto's manipuleerden.

Volkswagen kwam onder vuur te liggen en de schade was niet aanzienlijk. Volkswagen koos daarna voor een volledig nieuwe koers: stoppen met diesels, focus op elektrische voertuigen en een zwaar integriteitsbeleid.

Iedere nieuwe collega krijgt een pre-employment screening en een jaarlijkse integriteitstraining. Voor toekomstige managers ligt de lat nog iets hoger: zij krijgen tijdens hun assessment een dilemmatest, zodat we zeker weten dat onze managers over het juiste "integriteits-gen" beschikken.

Directiebesluiten toetsen we niet alleen financieel, maar ook op integriteit aan de hand van onze kernwaarden.

Leidinggevend en vertalen strategische organisatiedoelen naar persoonlijke uitdagingen en voeren daar regelmatig gesprekken over. Niet meer één keer per jaar, maar doorlopend. Ook hier gaat het weer om het geven en krijgen van verantwoordelijkheid én vertrouwen

Vertrouwen

Enkele praktijkvoorbeelden van vertrouwen:

- Hybride werken: je kiest zelf waar je werkt, met de afspraak dat je twee dagen op kantoor bent, waarvan één met je team.
- Werkcafé: lunch reken je zelf af bij de scankassa van ons restaurant. We nemen geen steekproeven omdat we erop vertrouwen dat je eerlijk afrekent.
- Kledingbeleid: We hebben geen voorschriften meer. We zijn van mening dat bij '100% mogen zijn wie je bent' ook kleding hoort waar jij je prettig in voelt.

Iedereen gelijk

Onze visie op gelijkheid is dat iedereen in onze organisatie zichzelf mag zijn en dat wij staan voor vertrouwen en groei.

Medewerkers en teams mogen meedenken over verbetervoorstellen naar aanleiding van de uitslag van het medewerkerstevredenheidsonderzoek. Zo gaven collega's aan meer maatschappelijke impact te willen hebben. Daarom werken we nu samen met JINC en geven onze collega's gastlessen, trainingen en stages aan kinderen uit wijken met een sociale achterstand. Ook steunen wij als organisatie twee goede doelen waar medewerkers zich voor inzetten: Trees for All en Stichting Ambulance Wens.

En ander voorbeeld is de IT-afdeling die aangaf dat ze beter geïnformeerd wilden worden. Nu is er een periodieke IT-nieuwsbrief en zijn er meer coördinatoren.

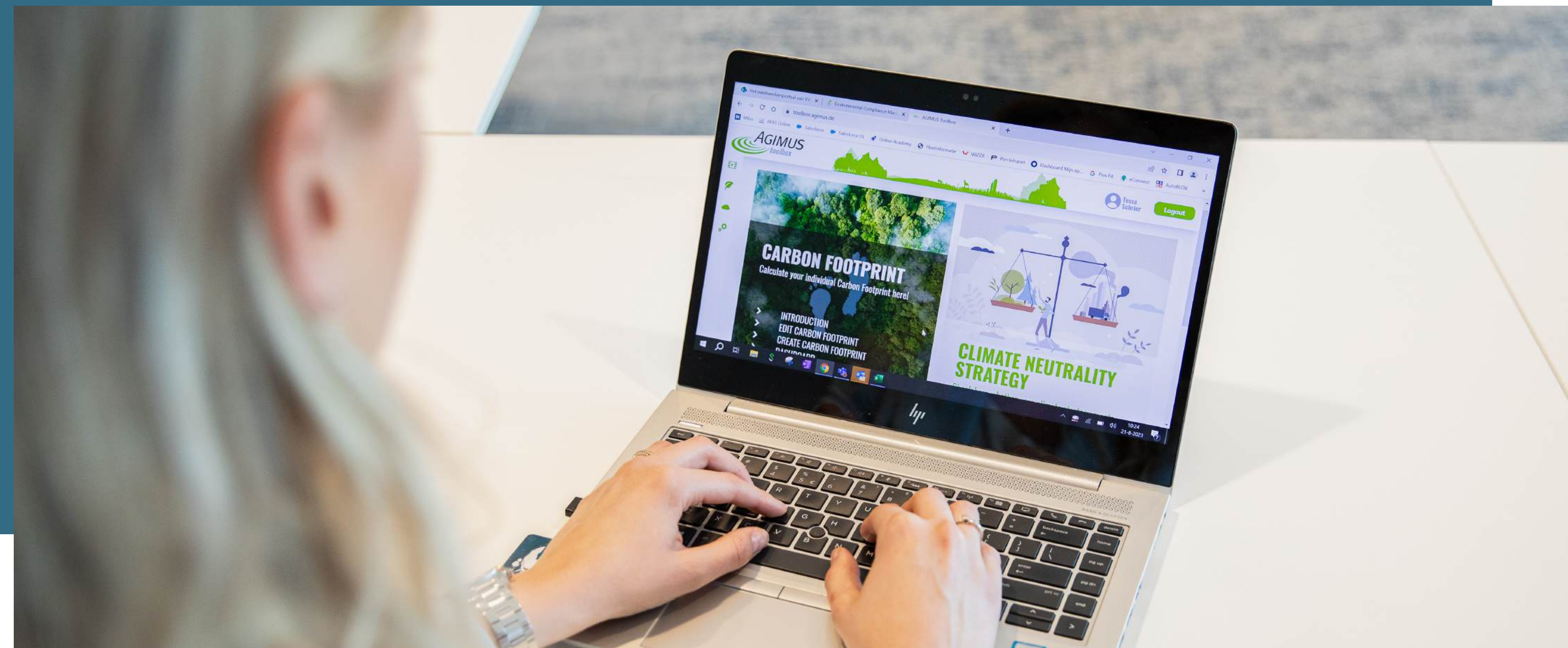
Waardering bleek ook belangrijk. Elke week schrijven MT-leden van de IT afdeling een handgeschreven kaartje voor collega's die iets moois hebben gedaan. Kleine moeite, groot effect.

En is dan iedereen ook echt gelijk? Natuurlijk zijn er verschillen tussen mensen en functies.

Maar een mooi voorbeeld is onze afdeling IT Governance, Risk & Compliance. Medewerkers op deze afdeling komen vanuit de hele wereld: India, Zuid-Afrika, China, Mexico en Nederland. Dat brengt interessante culturele verschillen met zich mee.

Uitruil feestdagen:

Medewerkers mogen bij ons drie erkende feestdagen omruilen voor feestdagen uit hun eigen culturele achtergrond, zoals Ketikoti of het Suikerfeest. We besteden extra aandacht aan deze dagen, net zoals we al deden met Sinterklaas, Pasen en Kerst. Iedereen hoort erbij.



A group of four people (two men and two women) are sitting around a small, round, dark wooden table in a modern office lounge. They are all smiling and engaged in conversation. The man on the left is wearing a brown polo shirt and white trousers. The man next to him is wearing a light-colored button-down shirt and dark trousers. The woman next to him is wearing a white blouse and red trousers. The woman on the far right is wearing a white blouse and red trousers. They are sitting on yellow chairs with black frames. On the table are four glasses of coffee. In the background, there is a white vintage Volkswagen van, a coffee bar with various coffee-making equipment, and a large potted plant. A poster for Audi Q4 is visible on the left. The floor is blue carpeted. The overall atmosphere is bright and professional.

Maximaliseren van ieders potentieel

Maximaliseren van ieders potentieel

Bij VWPFS willen we dat jij jezelf kunt zijn, je ontwikkelt en met plezier werkt. Dat je ruimte krijgt om fouten te maken en ervan te leren. Dat je trots bent op je werk, op je collega's en op het bedrijf. We willen een werkomgeving zijn waar je met enthousiasme over vertelt.

Zoals Carl van Loo (Commerciële Binnendienst) zegt: “Ik voel me hier helemaal thuis omdat het hier echt om de mensen draait.”

We geloven dat jij zelf aan het stuur zit van je loopbaan, heel passend bij wie we zijn als auto-gerelateerd bedrijf. Dat zie je terug in onze communicatie, bijeenkomsten, filmpjes én gesprekken tussen leidinggevend en medewerkers.

Wij zorgen voor de mogelijkheden, jij pakt ze op. Blijf leren, blijf vitaal, blijf in beweging.

Karin Iding, Directeur People & Culture: “Bij ons zit je aan het stuur van je eigen loopbaan en kun je doorgroeien in een richting die écht bij je past.”

Om ieders potentieel te benutten, hebben we verschillende programma's.

Individuele ontwikkeling

Als organisatie faciliteren we alles wat onze medewerkers nodig hebben om zich te blijven ontwikkelen. We benadrukken dat het belangrijk is dat je zélf de middelen en de kansen pakt. Dat je bij de tijd blijft en mee verandert met de wereld om je heen.

We reserveren elk jaar een royaal budget voor opleidingen en ontwikkeling, afgestemd op jouw ambities. Samen met je leidinggevende en HR kijk je hoe jouw groei past binnen het team en de organisatie. Elke afdeling heeft ook een eigen leeragenda.

Leren doen we op allerlei manieren: via trainingen en workshops, door van elkaar te leren, door tijdelijk werk van een collega over te nemen of mee te draaien in een ander team.

Allard Jacobsen, Coördinator Commerciële Binnendienst “Je krijgt hier echt de ruimte om je te ontwikkelen. En omdat je je doelen samen vastlegt in een Persoonlijk Ontwikkelplan, voel je ook eigenaarschap.”

Management by Objectives (MbO)

Samen met je leidinggevende stel je jaarlijks je doelen vast, zowel voor je werk als voor je persoonlijke ontwikkeling. Daarnaast maakt een medewerker een Persoonlijk Ontwikkel Plan.

De doelen worden minstens één keer per jaar geëvalueerd. Je performance wordt beoordeeld op een schaal van 1 tot 5 en telt mee voor de jaarlijkse loonronde.

Online leren

Via onze Online Academy heb je onbeperkt toegang tot e-learnings. Van Excel en businesscases tot mindfulness en online presenteren. Sommige trainingen, zoals Compliance en IT Security, zijn verplicht en worden jaarlijks herhaald.

Interne opleidingsprogramma's

Samen met je leidinggevende kun je je aanmelden voor in company-trainingen, zoals:

- LEAN Yellow/Green Belt
- Business English of Duits
- VNA Leasing
- Elektrisch rijden
- Pon Professional Programma

De seizoenslabs

Ieder seizoen organiseren we inspirerende workshops en trainingen. Soms met Pon, soms zelfstandig. Dit varieert van Design thinking tot Wandelend nadenken over duurzaamheid en van PowerPoint voor gevorderden tot een workshop Innovatie. Naast kennis en inspiratie opdoen, hebben de Labs als leuke bijkomstigheid dat je veel collega's van andere afdelingen en andere Pon bedrijven ontmoet.

Maximaliseren van ieders potentieel

Stagiairs

Zoals in het vorige hoofdstuk al verteld, verwelkomen we ieder half jaar zo'n 20 stagiairs van mbo, hbo en universiteit. Voor ons brengen zij frisse ideeën en energie, en voor henzelf is het een kans om praktijkervaring op te doen. Vaak blijven stagiairs hangen. Soms eerst als vakantiekracht, maar vaak groeien zij tot vaste medewerker.

Bodine Bakker, voormalig stagiair Communicatie:

“Ik voelde me hier al snel thuis omdat ik als volwaardige medewerker behandeld werd. Samen met mijn stagebegeleider onderzocht ik waar mijn talent en kracht lag. Na mijn stageperiode heb ik hier ook in de vakanties gewerkt en daarna heb ik een vast contract gekregen.”

Talentscan

Diversiteit binnen teams versterkt ons als organisatie. Daarom gebruiken we DISC-profielen en de TalentNavigator van Bureau LTP. Deze tools geven inzicht in iemands drijfveren en voorkeursrollen. Het helpt ons om teams nog beter samen te stellen en strategisch te plannen.

Medewerkerspanel

We werken zoveel mogelijk bottom-up. Daarom hebben we een medewerkerspanel van ongeveer 60 collega's – een goede afspiegeling van het bedrijf.

Zij denken mee over allerlei onderwerpen, zoals diversiteit & inclusie, secundaire arbeidsvoorwaarden of duurzaamheid. Hun input leidt tot concrete acties en zorgt voor breed draagvlak.

Marc Roolaart, Accountmanager:

“Mijn deelname aan het panel maakt me extra betrokken. Je leert collega's kennen uit heel andere delen van het bedrijf.”



**“WE HEBBEN EEN
MEDEWERKERSPANEL”**

Onze kernwaarden



Verbonden met Vergademante Bentley | Verbinding verbreken

VOLKSWAGEN FINANCIAL SERVICES

ONZE KERNWAARDEN

Passion to perform	Make it simple	Empower each other	Do what is right
Focus op concrete resultaten en maak af waar je aan begint	Kijk bij alles wat je doet hoe je het makkelijk kunt maken voor klanten en collega's	Geef elkaar vertrouwen en wees duidelijk over de ruimte die je geeft	Houd je aan de regels en je woord, zorg ervoor dat mensen op je kunnen rekenen
Daag elkaar uit om het strakker te doen en kijk verder op, echt wat hen dan je eigen taak is	Neem initiatief, toon lef en gebruik de ruimte die er is	Doe altijd wat juist is	
Denk in mogelijkheden en breng ze naar voren	Gebruik je gezond verstand en leer van fouten	Spreek het uit als je iets ziet dat niet goed is en wees daarbij niet bang voor hiërarchie	Kijk hoe je in je werk kunt bijdragen aan duurzaamheid

DFM

Vergademante Bentley

Microsoft

Onze kernwaarden

Bij VWPFS werken we elke dag aan hetzelfde doel: de beste mobiliteitsaanbieder van Nederland worden. Onze vier kernwaarden helpen ons daarbij. Ze zijn de basis voor hoe we werken, beslissingen nemen en met elkaar omgaan of dat nu op de werkvloer is of aan de vergadertafel. We vertellen je graag hoe die waarden tot stand zijn gekomen en hoe je ze in de praktijk tegenkomt.

"BIJ VWPFS WERKEN WE ELKE DAG AAN HETZELFDE DOEL: DE BESTE MOBILITEITSAANBIEDER VAN NEDERLAND WORDEN"

Waar we vandaan komen

In 1960 begon Pon met de Dealer Financierings Maatschappij (DFM). Rond 2000 ontstond uit overleg met Volkswagen Duitsland onze eigen leasemaatschappij. In 2003 werd dat VWPFS: een joint venture waarin DFM opging. We groeiden snel, ook door overnames, en werden de op één na grootste leasemaatschappij van Nederland. In 2019 herformuleerden we onze kernwaarden, passend bij wie we inmiddels waren geworden.

Hoe de kernwaarden zijn ontstaan

Een team van collega's onderzocht welke waarden we delen met onze aandeelhouders Volkswagen Financial Services en Pon. Door interviews met medewerkers én klanten kregen we een goed beeld. Het resultaat? Vier krachtige kernwaarden die samenvatten wie we zijn:

- Passion to perform
- Make it simple
- Empower each other
- Do what is right

Passion to perform

We gaan voor resultaat en dagen elkaar uit om het beter te doen. Je kijkt vooruit, denkt in oplossingen en bent niet bang om iets aan te kaarten of op te pakken. Je enthousiasme werkt aanstekelijk en je neemt verantwoordelijkheid. Wat hier niet bij past? Roddelen, kritiek via e-mail of je plan omzeilen met een nieuw plan.

“Binnen het team is aandacht voor elkaar. In good and bad times. Er is tijd en ruimte voor lol.” – Alexander Hamers, Directeur Leasing

Make it simple

We zoeken steeds naar hoe dingen makkelijker kunnen. Dat begint met je verplaatsen in de ander: klant of collega. Wat hebben zij nodig? Wat is logisch voor hen? Soms is het lastiger om iets simpel te maken dan ingewikkeld, maar dát is precies waar deze waarde om draait. Het is niet: je werk half doen of alles op je eigen manier doen.

Empower each other

We geven elkaar vertrouwen en ruimte en nemen die ook. Je helpt anderen groeien en neemt verantwoordelijkheid voor je keuzes. Fouten maken mag, als je ervan leert. Wat niet past? Geen keuzes durven maken, alles aan je leidinggevende overlaten of roekeloos handelen.

Do what is right

Betrouwbaarheid en integriteit staan centraal. We houden ons aan de wet- en regelgeving. Je komt je afspraken na, spreekt je uit als iets niet klopt en blijft bij de feiten. Je laat dingen niet op z'n beloop, ook niet als het lastig is of om iemand 'te sparen'.

“Vanuit onze voorbeeldrol stralen we bepaalde normen uit. Denk aan afspraken nakomen, verantwoordelijkheid nemen, problemen niet bagatelliseren.” – Chris van Oosterom, Directeur Retail



Passion to perform

Focus op concrete resultaten en maak af waar je aan begint.

Daag elkaar uit om het steeds beter te doen en kijk verder dan je eigen taak.

Denk in mogelijkheden en breng enthousiasme.



Make it simple

Kijk bij alles wat je doet hoe je het makkelijk kunt maken voor klanten en collega's.

Verdiep je in je klant en collega, begrijp echt wat hen een goed gevoel geeft.



Empower each other

Geef elkaar vertrouwen en wees duidelijk over de ruimte die je geeft.

Neem initiatief, toon lef en gebruik de ruimte die er is.

Gebruik je gezond verstand en leer van fouten.



Do what is right

Houd je aan de regels en je woord, zorg ervoor dat mensen op je kunnen rekenen.

Doe altijd wat juist is.

Spreek het uit als je iets ziet dat niet goed is en wees daarbij niet bang voor hiërarchie.

Kijk hoe je in je werk kunt bijdragen aan duurzaamheid.

Onze kernwaarden



Hoe we onze kernwaarden levend houden

We hebben ze niet alleen bedacht, maar ook écht in de organisatie gebracht. Leidinggevenden volgden workshops en gaven die door aan hun teams. Niemand kan bij ons zeggen dat hij/zij de kernwaarden nooit heeft gezien. In de koffiecorners hangen ze, op intranet vind je ze terug, en je hoort ze terug in gesprekken. Ze zijn ook onderdeel van onze beoordelingen, want ze tellen voor 30% mee. Nieuwe medewerkers volgen een kennissessie, waarin zij de betekenis van kernwaarden leren kennen.

De kernwaarden zien we ook terug in de overlegstructuur van onze teams, die zelfsturend zijn. Denk dan aan de vorm die voor ieder team passend is gemaakt, het voorzitterschap dat rouleert per keer, de agenda en de follow-up van de actiepunten. Daar komt vaak geen manager aan te pas.

“We vergaderen efficiënt. Onderwerpen worden vooraf aangeleverd, afspraken en acties vastgelegd. De voorzitter rouleert.” – John Plette, Directeur XLLease

Voor nieuwe medewerkers

Als je solliciteert, zie je onze waarden al op de website. Tijdens je sollicitatiegesprek komen ze aan bod, en vóór je eerste werkdag ontvang je een introductiepakket waarin ze uitgelegd worden. In je eerste 100 dagen leer je ze verder kennen via workshops en gesprekken met je leidinggevende.

Kernwaarden en besluitvorming

Onze kernwaarden helpen bij dagelijkse keuzes. Je vraagt je gewoon af: maak ik het hiermee makkelijker voor de klant of collega? Doe ik wat juist is? Ze zijn onderdeel van ons dagelijks werkende leven. Soms is het ook een gevoelskwestie: motiveert dit, versterkt het vertrouwen? De kernwaarden helpen om scherp te blijven en bewuste besluiten te nemen.

In het leiderschapstraject leren leidinggevenden hoe ze de kernwaarden tot leven brengen in hun team. En bij grote beslissingen, ook op Boardniveau, checken we bewust: past dit bij wat we belangrijk vinden?

Zoals Corina Versteeg, manager van het Customer Experience Center zegt: “Doordat we open communiceren en teams betrekken bij besluiten, voelt iedereen zich betrokken.

In de praktijk

Als commerciële organisatie en klantgerichte dienstverlener voel je de kernwaarde Passion to perform altijd. In het dagelijkse contact met de klant gaan we voor het beste resultaat. Met innovatieprogramma VWPFS Vooruit kunnen medewerkers verbeterideeën delen. En met ons verbindingsprogramma brengen we collega's op een leuke manier met elkaar in contact. Ook onze agile/scrum werkwijze helpt om taken duidelijk te prioriteren.

Onze kernwaarden

Soms loopt het even niet lekker, dat hoort erbij. Dan helpt onze ‘speak-up culture’; je spreekt je uit als je ziet dat iets niet goed gaat, ongeacht de hiërarchie. Daar trainen we ook onze leidinggevenden op.

Met **Empower each other** hebben we de 90-10 regel: 90% van de beslissingen kun je zelf nemen, voor de overige 10% ga je naar je manager. Deze kernwaarde komt ook tot uiting bij drukkere periodes of bij ziekte van een medewerker. Dan steunen we elkaar door het werk over te nemen of even te parkeren.

‘Fouten maken moed’ zeggen we vaak. Natuurlijk hebben we liever dat je je werk foutloos doet, maar we realiseren ons tegelijkertijd dat waar mensen werken, fouten worden gemaakt. Het gaat erom dat je ervan leert en doorgaat. Daarbij vinden we het belangrijk dat je ook de moed hebt om die fout te melden, want dat zijn we vanuit wet- en regelgeving vaak verplicht.

Bij **Do what is right** hoort ook het melden van wat niet in de haak is. We testen bijvoorbeeld met phishing-mails en geven terugkoppeling. We werken veel met beleidsdocumenten waarin kaders vastgelegd zijn. Nieuwe medewerkers volgen verplichte compliance-trainingen zodat ze weten wat wel en niet kan. Ben je langer in dienst, dan krijg je ieder jaar de verplichte herhaaltraining.

Als kernwaarden botsen

Zitten er dan ook valkuilen aan onze kernwaarden? Ja, de kernwaarden kunnen soms schuren. Bijvoorbeeld als onze passie leidt tot té veel ideeën. Daarom hebben we een Innovatieteam dat prioriteert en een Changeteam dat IT-aanpassingen coördineert. Ook **Make it simple** schuurt soms met de uitgebreide internationale regels. Die begrijpen we, maar maken het werk niet altijd makkelijker. Door die regels in onze processen te integreren, maken we het werk wél werkbaar.

In kritieke situaties

Bij een crisis, zoals een datalek of systeemuitval, treedt ons Crisis Management Team in werking. Het team volgt een draaiboek, houdt alles bij in een logboek en zorgt dat de situatie snel weer onder controle is. Altijd binnen de kaders van onze kernwaarden.

Ook bij reorganisaties of lastige beslissingen helpen de kernwaarden. We stellen vragen als: is dit transparant? Doen we dit op een integere manier? Kunnen we medewerkers begeleiden naar ander werk? We houden vast aan eerlijkheid en respect.

ONZE ‘SPEAK-UP CULTURE’; JE SPREEKT JE UIT ALS JE ZIET DAT IETS NIET GOED GAAT, ONGEACHT DE HIËRARCHIE.



Effectief leiderschap

Effectief leiderschap

Bij VWPFS werken we aan een helder doel: we bieden financiële mobiliteitsoplossingen aan voor elke fase in de levenscyclus van een voertuig. We doen dat klantgericht en duurzaam. Onze ambitie? In 2030 willen we de beste mobiliteitsaanbieder van Nederland zijn. Dat bereiken we door onze klanten goed te kennen en hen snel en digitaal van dienst te zijn. Zo zorgen we ervoor dat voertuigen langer aan ons verbonden blijven én voegen we waarde toe voor de hele keten, van importeur tot dealer.

We begonnen ooit als ondersteuning voor de Volkswagen-merken, maar inmiddels zijn we actief in de hele automotive sector. We financieren, verzekeren en leasen voertuigen van alle merken. Daardoor kunnen we aan vrijwel elke klantvraag voldoen en profiteren we van schaalvoordelen.

Waar we nu staan

De afgelopen jaren hebben we mooie stappen gezet: meer digitalisering, aandacht voor duurzaamheid, een sterkere organisatie en een goede relatie met Pon en de dealers. Vanuit die basis voeren we onze strategie uit: MOBILITY2030. Die geeft richting voor de lange termijn, maar we sturen elk jaar bij via concrete speerpunten.

We willen bijvoorbeeld de hoogste klanttevredenheid in onze branche én de beste werkgever zijn. Twee belangrijke subdoelen zijn: voertuigen langer in de keten houden (vanuit duurzaamheid) en werken aan een klantgerichtere en data-gedreven organisatie. Denk aan hergebruik van onderdelen of een leaseauto een tweede leven geven als occasion.

Hoe we strategie ontwikkelen

De hoofdlijnen van onze strategie komen van Volkswagen Financial Services in Duitsland. Maar elk land is anders, dus we vertalen dat naar de Nederlandse markt tijdens de zogeheten Bosdagen, waar ons MT de koers bepaalt. Clusterdirecteuren werken dit verder uit naar cluster- en afdelingsplannen.

In 2024 zijn we begonnen met de strategie MOBILITY2030. We traptten af met workshops, communicatie en bijeenkomsten. De komende jaren verdiepen we ons in de strategie, onder andere via een StrategieFestival. Het idee daarachter: Strategie is van ons allemaal. In workshops en sessies brengen we de strategie van het hoofd naar het hart.

“We nemen onze mensen mee in de visie en ontwikkelrichting van de organisatie en afdeling, zodat zij hun eigen werk in dat belang kunnen plaatsen en hun meerwaarde weten.” – Edwin Pouw, Directeur Lease Services

De vijf strategische pijlers

Onze strategie rust op vijf pijlers:

- Mobiliteit
- Klantloyaliteit
- Data & digitalisering
- Mensen & prestatie
- Duurzaamheid

Deze pijlers vormen het fundament van onze bedrijfsvoering.

Effectief leiderschap

Jaarlijkse focus: speerpunten

Naast de langetermijnstrategie werken we elk jaar met speerpunten. Voor 2025 zijn dat:

- Blijven verbeteren, ook in samenwerking
- Groei in volume en marktaandeel Volkswagen-merken
- Lagere kosten per contract door digitalisering
- Hogere klantloyaliteit via betere klantbeleving
- Volledige integratie van overnames

Afdelingen werken de speerpunten uit in actieplannen, samen met medewerkers. Die plannen bevatten concrete doelen en acties, verdeeld over het jaar. Zo is de strategie niet iets dat boven je hoofd hangt, maar iets waar je zelf aan meebouwt.

“We maken samen het jaarplan en toetsen onze ideeën aan de strategie. Zo wordt het iets van het team, niet alleen van de manager.” – Guillaume Hoeve, Manager Remarketing

**“DE STRATEGIE IS VAN
IEDEREEN EN NIET VAN ALLEEN
VAN DE DIRECTIE”**

Strategie in het dagelijkse werk

De strategie zie je op veel momenten terug:

- Elk kwartaal is er een medewerkersbijeenkomst met updates.
- We delen wekelijks verhalen van collega's op intranet, in het personeelsmagazine en op de schermen in het pand.
- Teamdoelen zijn gekoppeld aan persoonlijke doelen, die je bespreekt in beoordelingsgesprekken.

“Het is altijd weer leuk om te horen of te lezen hoe medewerkers enthousiast vertellen over hun concrete bedrage aan de strategie. Dan zie je pas echt dat onze strategie van iedereen is en niet van alleen van de directie.”
- Saskia van Doorn - Interne & Corporate Communicatie

Verandering op strategie, koers en doelen

Het zijn vooral de marktontwikkelingen die van invloed zijn op onze strategie. Natuurlijk zetten we altijd strategisch beleid voor de langere termijn uit, maar soms worden we ingehaald door plotselinge veranderingen in de maatschappij of wereldeconomie. Dit zorgt ervoor dat we ons strategische beleid moeten toetsen en aanpassen aan de nieuwe werkelijkheid. We geven een aantal voorbeelden van ontwikkelingen die van invloed zijn op onze strategie:

- Volkswagen verliest marktaandeel door de plotselinge run op Chinese auto's. Dit lossen we op door andere merken dan die van de Volkswagen groep aan te bieden.

- Belastingvoordelen voor elektrische voertuigen vallen weg, waardoor klanten eerder hun leasecontract beëindigen. Hierdoor worden de restwaarden op deze voertuigen anders dan we hadden gecalculeerd. Dit heeft direct financieel effect. Dit vangen we op door deze auto's een tweede keer in te zetten in een occasionleasecontract.

Is iedereen dagelijks met de strategie bezig?

Wij vinden van wel, maar eerlijk is eerlijk, als je aan een gemiddelde medewerker vraagt wat hij/zij vandaag aan de strategie heeft gedaan, dan is het antwoord waarschijnlijk dat hij/zij het niet weet. Wij zien dat anders. Zit je bijvoorbeeld de hele dag aan de telefoon om klanten te woord te staan, dan ben je bezig met de strategische pijler “Klantloyaliteit”.

Zo kunnen we ontelbare voorbeelden geven. We vinden het niet zozeer belangrijk dat je de vijf strategische pijlers op kunt dreunen, maar wel belangrijk dat je je werk binnen de gestelde kaders van de strategie goed kunt uitvoeren en dat je dagelijks richting en sturing krijgt.

Effectief leiderschap

Om die strategische doelen door het jaar heen als management te kunnen volgen, bespreken we dit ook in evaluatiegesprekken met medewerkers. Aan het begin van het jaar leggen we de doelen vast, zowel vakinhoudelijke als persoonlijke doelen, en minstens twee keer per jaar evalueren we ze. De medewerker kan zelf feedback ophalen bij zijn collega's. Zo zit je ook hier weer zelf aan het stuur en kun je de strategie niet vergeten.

De strategie komt op verschillende manieren terug via verschillende kanalen, maar is ook zichtbaar in ons pand. Het staat op de muur van ons werkcafé waar dagelijks zo'n 250 collega's lunchen. Wanneer je je laptop ontgrendelt, staat de strategie op de screensaver, daarnaast doen we veel aan storytelling op ons intranet. Op deze manier brengen we onze strategie naar de medewerkers.

Managers APK – Leidinggeven in verandering

We vinden goed leiderschap cruciaal. Leidinggevend willen weten hoe ze teams het beste kunnen meenemen in verandering. Daarom ontwikkelden we samen met opleidingsinstituut De Baak de Managers APK: een leerprogramma dat helpt om leiderschapsvaardigheden te versterken.

Het programma bestaat uit vaste modules én keuzemogelijkheden, zodat elke manager werkt aan persoonlijke ontwikkeldoelen. Met deze tools kunnen ze beter omgaan met verandering en hun teams effectief begeleiden. Want in een wereld die constant verandert, zijn sterke leiders onmisbaar.

Feedback als onderdeel van ons werk

We leren van elkaar, van klanten en van ervaringen. Dat doen we op allerlei manieren:

- De stem van de klant – complimenten of klachten besproken tijdens afdelingsoverleggen
- De stem van de medewerker – feedback wordt besproken in het HR-team en het MT
- Medewerkersonderzoeken – om te kijken wat we al goed doen en wat we nog beter kunnen doen als werkgever
- MbO-cyclus – waarin medewerkers aangeven wat zij nodig hebben om te groeien

Stand-ups

Veel teams starten met een korte stand-up. Daarin bespreken we hoe het gaat, wat we deze week willen bereiken en waar hulp nodig is. Ook projectteams gebruiken stand-ups. Soms schuif je aan bij een ander team, gewoon om iets van elkaar te leren.





Innovatiekracht

Innovatiekracht

Bij VWPFS is vernieuwen gewoon onderdeel van ons werk. We proberen steeds slimmer, eenvoudiger en klantgerichter te werken. Dat doen we met elkaar, door elkaar ruimte en vertrouwen te geven voor nieuwe ideeën.

De markt verandert snel. Nieuwe spelers duiken op, en iedereen wil een stukje van onze taart. Dus moeten we wendbaar blijven en goed inspelen op kansen. Dat lukt alleen als we blijven verbeteren en innoveren in wat we al doen én met nieuwe producten en diensten.

Waarom innovatie zo belangrijk is

Uit onze vijf strategische pijlers spreekt de drang om te vernieuwen. We moeten innoveren om ervoor te zorgen dat onze klanten loyaal aan ons blijven en we moeten vernieuwende ideeën bedenken om ervoor te zorgen dat we onze voertuigen langer in de keten houden. Ook moeten we ervoor zorgen dat we meer datagedreven worden en onze diensten maximaal digitaliseren. Dat vraagt om innovatiekracht van onze mensen.

‘We waarderen medewerkers die zaken op nieuwe manieren proberen, ongeacht het resultaat’ – Nancy de Vries, HR Manager

VWPFS Vooruit

Ons innovatieprogramma heet VWPFS Vooruit. De Innovatie Manager begeleiden medewerkers bij het uitwerken van hun ideeën. Via een template kun je zelf aan de slag en op intranet vind je alles over het programma. Het hele jaar door zijn er activiteiten en communicatie die je prikkelen om anders te denken. Innovatie is hier niet iets ‘extra’s’, het zit gewoon in het werk.

Samen met Pon Innovation Lab

We werken nauw samen met het Pon Innovation Lab, dat werkt voor alle Pon-bedrijven wereldwijd. Een voorbeeld: samen ontwikkelden we een app voor accountmanagers die met AI automatisch leads genereert op locatie. Ook organiseren we samen innovatieworkshops om medewerkers te inspireren out of the box te denken.

Nieuwe medewerkers = frisse blik

Nieuwe mensen kijken vaak met een ander perspectief naar onze processen. Daarom organiseren we kennissessies waarin we hen leren hoe innovatie hier werkt en waar zij met hun ideeën terecht kunnen.

Pilot met eigen mensen: Leafs

Bij goede ideeën voor klanten starten we vaak intern. Neem Leafs: een nieuwe duurzame leasepropositie. Vijftig collega's deden mee aan een pilot. We testten o.a. een telematicasysteem om rijgedrag te meten. Dat bleek nog niet goed genoeg, dus ontwikkelden we een andere aanpak: een scan van het wagenpark, plus een duurzame autoregeling. Dankzij interne brainstormen en testen konden we het product succesvol lanceren.

Innovatiekracht

Innoveren met importeur en dealer

Als leasemaatschappij werken we nauw samen met importeur en dealer om de klantreis continu te verbeteren. Door systemen en processen slim te koppelen, zorgen we voor een soepele overgang tussen online en offline kanalen. Gestructureerd overleg en gezamenlijke ontwikkeling zorgen ervoor dat we als keten flexibel blijven inspelen op klantbehoeften en digitale kansen.

Innovatie op teamniveau

Innovatie hoeft niet groot te zijn. Op teamniveau kun je ook het verschil maken. Om mooi voorbeeld is onze afdeling XLLease. Daar heeft iedere medewerker in zijn jaardoelstelling minimaal één verbeterpunt genoemd. Dat kan een verbetering voor het team zijn, maar ook afdelingoverstijgend.

Innoveren op internationaal niveau

Ook internationaal zitten we niet stil. Een voorbeeld van innovatie daar is dat de data van onze Europese vestigingen steeds centraler beheerd wordt. Dat bespaart kosten en maakt ons datagedreven. Onderling wisselen de vestigingen innovatieve ideeën uit. Een voorbeeld van een Nederlandse innovatie, die overgenomen werd door andere vestigingen is een app die wij ontwikkeld hebben.

Eerst de basis op orde?

Soms hoor je: “Eerst maar eens de basis op orde, dan pas innoveren.” Wij vinden dat je beide tegelijk kunt doen. Kleine verbeteringen maken vaak het verschil. Daarom loopt het verbeteren van processen geruisloos naast ons innovatieprogramma.

PI Planning – slim samenwerken aan innovatie

Soms vraagt de business meer van IT dan er kan. Daarom werken we met een PI Planning: vier keer per jaar maken we in één dag met ongeveer 100 collega's een IT-ontwikkelplan voor de komende weken. Agile teams stemmen hun werk en prioriteiten op elkaar af. Zo doen we wat het meest nodig is, en voorkom je dat teams langs elkaar heen werken.

PI staat voor Program Increment: een manier om samen doelgericht te werken aan verbetering.

Resumé

Bij VWPFS blijven we vernieuwen. Omdat de wereld om ons heen verandert. Omdat klanten en collega's dat verdienen. En omdat we alleen zo voorop blijven lopen in de markt.

**“INNOVEREN HOEFT NIET
GROOT TE ZIJN, MAAR KAN OOK
IETS EENVOUDIGS ZIJN.”**



Gedurfd leiderschap



Gedurfd leiderschap

Bij VWPFS willen we méér zijn dan alleen een goede werkgever. We zetten ons in voor mensen en de maatschappij en maken daarin soms gedurfde keuzes. Niet alleen binnen onze organisatie, maar ook daarbuiten.

Een paar jaar geleden zijn we gestart met de Trust Index, het medewerkersonderzoek van Great Place to Work. Niet omdat we per se een certificaat wilden, maar omdat we wilden weten wat er écht leeft onder onze collega's. Wat gaat goed? Waar wringt het? En wat merken we misschien wel, maar wordt nog niet uitgesproken?

De eerste resultaten waren positief, een mooi compliment. Tegelijk zagen we dat niet álle teams zich herkenden in het beeld van een Great Place to Work. Dat wilden we juist weten. Want pas als je weet waar het schuurt, kun je gericht verbeteren.

Dat hebben we serieus aangepakt. Onze HR-adviseurs doken in de data, deelden de inzichten met de teams, en gingen met hen in gesprek over de resultaten. Wat valt op? Wat zit daarachter? De teams stelden vervolgens zélf verbeterplannen op. Soms ging het om grotere veranderingen, zoals ander leiderschap. Soms waren het juist kleine, praktische zaken: een nieuwsbrief binnen het team bijvoorbeeld, zodat iedereen beter geïnformeerd is.

En dat werkte. Elk jaar zagen we verbetering in de resultaten. Maar belangrijker: we kregen waardevolle gesprekken, meer openheid en gerichtere acties. Great Place to Work is voor ons inmiddels vooral een middel geworden om die gesprekken te voeren.

Robbert van Muyden van Fleetservices vertelt hoe zijn team de uitkomsten oppakte. “We hebben de overleggen nu anders ingericht: het team bepaalt zelf de vorm, wie voorzigt, wat er besproken wordt. Iedereen heeft een Persoonlijk Ontwikkelplan en we stimuleren dat verbeterideeën vanuit het team zelf komen. We merken dat dit zorgt voor meer plezier én meer betrokkenheid.”

Ook bij het Customer Experience Center is het verschil voelbaar. Mensen krijgen meer verantwoordelijkheid, pakken projecten op: soms in hun team, soms afdeling- of zelfs bedrijfsbreed. Daardoor is de betrokkenheid veel groter geworden.

In andere teams zien we soortgelijke ontwikkelingen. Periodieke clustermeetings zorgen ervoor dat collega's zich meer betrokken voelen. We praten open over wat goed gaat, maar ook over wat beter kan. Jaarplannen stellen we samen op en tussentijds kijken we: waar staan we nu? Wat werkt? Waar sturen we bij?

En zo kunnen we nog wel even doorgaan, maar waar het op neerkomt is dat ieder cluster, ieder team, iedere medewerker zelf aan het stuur zit van zelfgeschreven verbeterplannen en dat we zien dat we daardoor steeds meer een Great Place to Work voor alle teams worden.

**"BIJ VWPFS WILLEN WE MÉÉR
ZIJN DAN ALLEEN EEN
GOEDE WERKGEVER."**

Gedurfd leiderschap

“WE HEBBEN EIGEN
WINDMOLENS”

Duurzaamheid in vier pijlers

Duurzaamheid is voor ons geen los initiatief, maar een integraal onderdeel van wie we zijn en hoe we werken. Samen met onze aandeelhouders bouwen we aan een toekomstbestendige organisatie, waarin mens, milieu, producten en dialoog centraal staan.

Mensen

We investeren in sociale initiatieven zoals de samenwerking met Gebarista's, JINC en de Alliantie Stop Verkeersongevallen. Zo dragen we bij aan inclusie, educatie en verkeersveiligheid.

Milieu

Sinds 2020 zijn we CO₂-neutraal, inmiddels zelfs CO₂-negatief. We planten bomen, gebruiken groene energie, stimuleren thuiswerken en verduurzamen onze werkplekken. Onze inspanningen zijn gecertificeerd door Fira en Ecovadis.

Producten

We bieden duurzame mobiliteitsoplossingen zoals fietsleasing en elektrische auto's. Inkoop is gecertificeerd en circulaire initiatieven – van koffieprut tot kroket – maken duurzaamheid tastbaar.

Dialoog

Via ons Verbindingsprogramma, medewerkerspanel en externe samenwerkingen blijven we in gesprek. Zo versterken we betrokkenheid, leren van anderen en blijven we ontwikkelen.

Onze mensen zijn het goud van onze organisatie. Samen doen we er dan ook alles aan de sfeer en de werkomgeving zo fijn mogelijk te maken. We kijken niet alleen naar vandaag, maar vooral ook naar de toekomst, dus we zijn nooit klaar. Daarom meten we jaarlijks met het Great Place to Work onderzoek wat ons leert en inspireert om de tevredenheid van onze medewerkers hoog te houden. Want er is nog genoeg te doen en het kan altijd beter, weten we. Toch zijn we trots op wat we allemaal al hebben bereikt en de waarde die onze medewerkers ons als organisatie toekennen, bevestigt dat we op de goede weg zitten. Wij gaan intussen verder met al onze ambities, want we zijn nog lang niet klaar.