

## 'Freitag flexibel door bijzondere organisatievorm'

04-10-2019 09:10



Het Zwitserse tassenmerk Freitag kan dankzij zijn bijzondere organisatiestructuur veel flexibeler reageren op ontwikkelingen. Dat zegt creative director Oliver Brunschwiler in een interview met RetailTrends.

Freitag, dat van oude vrachtwagenzeilen tassen maakt, heeft in 2016 voor holacratie gekozen. Het traditionele top-downmanagement is verdwenen en de autoriteit is verdeeld over alle medewerkers in de organisatie. Men werkt in cirkels of teams vanuit rollen met duidelijke verantwoordelijkheden. Iedere medewerker is verantwoordelijk voor het functioneren van zijn eigen rol.

"Onze cultuur was al niet erg autoritair, dus dat maakte het gemakkelijker om deze organisatievorm te implementeren", blikt Brunschwiler terug. "Natuurlijk moesten we wennen aan de situatie en er tijd en energie in steken. Maar vergelijk het maar eens met de kosten van reorganisaties waar veel merken in zitten om zich aan te passen aan de nieuwe marktomstandigheden. Dat kost evenveel. Dit is een agile methode die ons in staat stelt om continu te transformeren."

In het oktobernummer van RetailTrends staat een uitgebreid interview met Oliver Brunschwiler van Freitag. Lees hier het artikel in het [digitale magazine](#).