

‘Bestemmingsvrij is het nieuwe adagium’

In de kantorenmarkt moeten markt en overheid ook geheel andere functies durven toelaten in gebieden die worstelen met hardnekkige leegstand



FREDERIQUE WEBER



BAS VAN HOLTEN



WILLEM HEYLIGERS

BEELD: KAREN VELDAMP

In een rondetafelgesprek nemen Frederique Weber (fund manager van het CBRE Dutch Office Fund, DOF), Bas van Holten (ceo van kantorenbelegger Merin) en architect Willem Heyligers de stand van zaken in de kantorenmarkt onder de loep. Heyligers is de architect van bijzondere projecten in herontwikkeling, zoals de voormalige Renault-garage (onder andere huisvesting van Het Financieele Dagblad en café-restaurant Dauphine) en de Diamantbeurs in Amsterdam. Weber is als fund manager verantwoordelijk voor de grootste Nederlandse kantorenportefeuille – geconcentreerd op toplocaties – en Van Holten stuurt een kantorenbelegger aan met een opportunistische portefeuille verspreid over Nederland.

DOOR PAUL WESSELS EN ERIK DE BOER

De kantorenmarkt is uitdagender dan ooit. Hoe blijven jullie als belegger concurrerend?

Weber: ‘We hebben DOF in 2014 ingrijpend geherstructureerd. De strategie is herzien en we hebben afscheid genomen van niet-strategische assets. De focus ligt nu op grote plaatsen waar dynamiek is, talenten zitten en huurders willen komen. Dat zijn de vier grote steden; we zijn van monofunctionele naar multifunctionele panden gegaan. Actief beheer zorgt ervoor dat de leegstandcijfers gestaag dalen. We blijven vernieuwen en verversen.’

Merin heeft een gespreide portefeuille die veel opportunistischer is dan die van DOF. Hoe maak je die succesvol?

Van Holten: ‘We onderscheiden twee fasen bij het onze klanten. In fase 1 proberen wij dicht bij de klant te staan om te begrijpen wat deze nodig heeft. In fase 2 moet het kantoor het gewoon doen en is iedere onderbreking van de werkzaamheden die met vastgoed te maken heeft ongewenst. In de eerste fase zit onze creatieve kant en ons oplossend vermogen, voor fase 2 hebben we nu een militaire operatie waarin een huurder binnen 8 minuten antwoord heeft op een melding of probleem. De klant wil blij-

ven en uitbreiden als je fase 2 op orde hebt. Klanttevredenheid en bezettingsgraad groeien momenteel hard. We zien steeds meer bedrijven die er een verdieping bij willen. Een paar jaar geleden wilde iedereen van die ruimte af. Heel belangrijk is ook dat we een landelijke organisatie hebben. Je kunt niet alles centraal vanuit Amsterdam regelen.’

En wat betekenen de grote veranderingen in de kantorenmarkt voor de architectuur?

Heyligers: ‘Door de crisis werden de grote bureaus die zich vooral met ‘landmarks’ bezighielden het hardst getroffen. Wij zijn met ons architectenbureau gespecialiseerd



in interieurs. En we kijken dus anders naar gebouwen; vanuit het perspectief van de gebruiker. Een mooi voorbeeld is het oude Renault-gebouw. Dat was voor het FD het enige gebouw met een vloer van 3000 m² dat beschikbaar was. De essentie is dat je gebouwen vanuit de gebruiker moet benaderen. Je ziet nu dat gebruikers zich beter op hun gemak voelen in getransformeerde kantoren dan vroeger in gloednieuwe gebouwen. Je moet verder kijken dan het huurcontract voor de toekomst van een gebouw. Waar gaat onze samenleving heen als het gaat om werken en wonen? Als je kijkt naar Uber, naar Facebook, naar Airbnb, dat zijn bedrijven die geen fysieke assets meer hebben, maar een dienst. Dat zal niet meteen in de kantorenmarkt gebeuren, maar de vraag is wel of je alleen de kale muren en vloeren aanbiedt of een compleet concept. Gebruikers willen een stuk vaste en een stuk flexibele meters. Uiteindelijk moet de gebruiker zich blij voelen in jouw gebouw – het gaat niet alleen om de buitenkant, maar ook om de cultuur die hij in het gebouw vindt.’

Hoe belangrijk is de ‘cultuur’ van een gebouw voor objecten die buiten de zogenoemde toplocaties liggen?

Van Holten: ‘Ik denk dat het aantal meters

waar je meer dan € 200 aan huur betaalt, relatief beperkt is. Internationale beleggers kijken alleen maar naar die zogenoemde toplocaties. Het is een term die door vastgoedmensen is bedacht. Maar voor een klant die in Flight Forum zit, is dát de toplocatie.

Kijk eens verder dan die zogenoemde toplocaties. Dat is alleen maar een term die door vastgoedmensen is bedacht

Onze service moet dat gevoel versterken.’ Heyligers: ‘Gebouwen die nu een tweede leven krijgen, zijn bijna allemaal oorspronkelijk bedacht voor een enkele gebruiker. Er komen steeds minder grote bedrijven, en de grote bedrijven krijgen steeds minder mensen. Er komen steeds meer kleinere bedrijven die op veel minder meters werken. En wie wil er nog in een kantoorhok zitten? De mensen zeggen tegenwoordig: je vindt me in de coffeeshop beneden en ik heb m’n mobiel aan.’ Weber: ‘Wij geloven in de dynamiek van meerdere gebruikers in een gebouw in community-concepten. Wij denken dat een dergelijk concept een duurzame toe-

komst biedt voor een gebouw.’ Van Holten: ‘Maar het opmerkelijke is dat een gebouw met een enkele huurder en een huurcontract van 10 jaar nog steeds de meeste waarde heeft bij beleggers.’ Heyligers: ‘De markt blijft uiterst concurrerend. Weliswaar zijn er ieder jaar meer mensen met een kantoorbaan, maar vroeger had de kantoorwerker 25 m² per werkplek, nu is dat 8–10 m². Hoeveel kantoormedewerkers er ook bij komen, dat kan deze trend van minder meters per werkplek nooit compenseren.’

Dat roept natuurlijk de vraag op: welke kantoorlocaties blijven het goed doen?

Van Holten: ‘Dat gaat ook over kantoorlocaties waar een kwart of meer van de gebouwen leeg staat. Amsterdam-Zuidoost is een voorbeeld. Ooit was dat gebied afgeschreven, maar het wordt nu alweer gezien als een toplocatie. Er ontbreken echter wel een aantal dingen; daar moet je wel op inzetten. Flight Forum was een locatie met een slechte naam, slecht bereikbaar. Maar wij zitten er nu, flexibele aanbieder Tribes idem, en we draaien uitstekend. Er zijn ook plekken waarvan we afscheid hebben genomen. We hadden gebouwen in Axel, Gorredijk. Dat was te ver voor ons om te bereizen. Dus daar doen we afstand van.’ Weber: ‘Het lastige

is het soort belegger op dit soort plekken. Dat zijn vaak kleine particuliere beleggers of kleine fondsen. Die kunnen zich weinig permitteren.' Heyligers: 'Ik zie kansen voor innovatieve ontwikkelaars die het risico weghalen bij de belegger. Die moet het gebouw verpanden aan een ontwikkelaar, die het vervolgens renoveert en daar de eerste paar jaar de vruchten van plukt, en dan mag het terug naar de eigenaar.' Van Holten: 'Het kan ook via duurzaamheid. In het Verenigd Koninkrijk mag je een pand niet meer verkopen als het niet aan bepaalde duurzaamheidseisen voldoet, net zoals oude dieselauto's niet meer de binnensteden in mogen.'

Maar wat heeft een gebouw nu nodig om succesvol te zijn?

Weber: 'Je moet kijken naar de gebruikers van een gebied. In het WTC aan de Zuidas in Amsterdam is de gebruiker anders dan die in het centrum van de stad. De community die is gecreëerd op de campus van Nike in

Hilversum is fantastisch. Er wordt heel actief gestuurd met zaken als een health check voor iedereen, voortdurende aanpassing van het eten in het restaurant, er is een winkel, je

Je moet verder kijken dan het huurcontract voor de toekomst van een gebouw

kunt sporten. Op de Zuidas moet je wellicht personal training aanbieden naast de receptie- en stomerijfunctie. Je moet daarover met je gebruikers en huurders in gesprek.' Van Holten: 'Wat heeft een auto nodig om succesvol te zijn? De een wil een grote laadbak, de ander wil klein en comfortabel. Dat geldt voor een werkplek ook.' Heyligers: 'Bedrijven hebben steeds meer te maken met hun imago. Dat begint al bij de inrichting van je kantoor. Bedrijven willen op de Zuidas zit-

ten omdat dit past bij hun imago. Kleine bedrijven liften wel mee met de Spaces (flexibele, red.)-concepten, maar creëren daarmee geen eigen identiteit. Je moet je mensen ook naar je kantoor halen om ze daar het imago bewust te laten beleven, in plaats van dat je mensen hebt die niet eens meer weten wat het logo van je bedrijf is. Er is een forse strijd gaande om talent binnen te halen. Bij interieuropdrachten draait het om de eerste meters in een kantoor: die eerste indruk is cruciaal. En je moet ook kijken naar andere functies dan kantoor; je moet daarom heel zorgvuldig omgaan met het eindgebruik vanaf het begin van de ontwikkeling van een gebouw. Dat heb je bij herbesteding ook.' Van Holten: 'Neem het Rivium-gebied in Rotterdam, dat worstelt met leegstand. De gemeente moet het maar zijn gang laten gaan. Laat er maar functies ontstaan die je ook in het centrum vindt. Laat de architect en de ondernemers hun gang gaan – bestemmingsvrij is het nieuwe adagium.' ■