

SKEPP in gesprek met oVVice: 'Wij willen betaalbaar en bereikbaar zijn'

28-09-2016 16:00

Mattijs Kaak van SKEPP design+build stort zich de komende tijd op de nu langzamerhand volwassen geworden markt van 'de moderne kantoorconcepten'. Wat is hun kenmerk? Hoe onderscheiden zij zich onderling van elkaar? Wat is hun toekomst? Door op locatie te spreken met een vertegenwoordiger én met een gebruiker van het concept zal naar verwachting een beeld ontstaan van wat deze markt te bieden heeft.

We leggen de 12 meest in het oog springende aanbieders onder een vergrootglas. Nu in het gebouw van oVVice Rotterdam Alexander een gesprek met Aron Reek, mede-eigenaar van oVVice, en vervolgens met oVVice-gebruiker Robert Tjung, mede-eigenaar van Quadrant Trainingen & Purpose Academy.



Mattijs Kaak: "Wat vormt de essentie van jullie concept?"

Aron Reek: "Bij oVVice staat de huurder centraal. De vastgoedmarkt is natuurlijk sterk veranderd. Vroeger zette een ontwikkelaar een gebouw neer, een gebruiker huurde daarin meters. En dat was het dan wel. Wij zien ons vastgoed meer als een middel om onze dienstverlening richting huurders te kunnen faciliteren. Vergelijk ons met een hotel. Wij bieden een hoog 'servicelevel' aan, willen onze huurders bij hun werkzaamheden 'ontzorgen'. Wij ontwikkelen bijvoorbeeld 'as we speak' een app waarbij de huurder vanuit een meeting room middenin een bespreking de officemanager of de officebutler kan oproepen. Het werk hoeft niet onderbroken te worden, de wensen worden door onze mensen geregeld."

"Essentieel is zeker ook ons locatiebeleid. Vanuit ons kantoor Rotterdam Alexander zien we hier de snelweg en daar een intercitystation. Voor de deur 120 parkeerplaatsen. Dat is bepalend voor elke vestiging. Bereikbaarheid. Zowel met de auto als met de trein. De eerste twee letters van de naam oVVice geven dat ook al aan: openbaar Vervoer."

"Wat blijkt in de praktijk het sterkste punt van jullie concept?"

"Dat is inderdaad die optimale bereikbaarheid. Bedrijven willen uit het centrum weg, kiezen meer voor een ruimte aan de rand van de stad. Maar dan wel één die voor werknemers en bezoekers makkelijk te bereiken is.

Wij herbergen bijvoorbeeld een wellness trainingscentrum. Cursisten zijn vanaf het station in één minuutje hier. Samen met onze 'look and feel', onze redelijke huren en het sociale hart bieden wij een plek, waar onze doelgroep zich thuis voelt. En daar gaat het om."

"Zijn er sedert de start van jullie concept zaken veranderd?"

"Zeker. De verhouding 'werken' en 'ontmoeten' is flink veranderd. Kleinere werkplekken, meer ruimte voor het sociale hart, meer overlegruimtes, meer lounge areas. Onze huurders gebruiken de gemeenschappelijke ruimtes echt om afspraken te maken, om met andere partijen te overleggen en samen te werken. Die mogelijkheden bieden wij in ruime mate."

"Wat zijn jullie plannen voor de nabije toekomst?"

"Onze ambitie is in de komende jaren elk jaar twee nieuwe vestigingen te openen. Samen met onze partner 'Atoomclub' zitten we eind 2018 dan op 18 locaties. We doen dat stapje voor stapje. Wij zijn eigenaar van onze vestigingen en zijn zeer zorgvuldig als het gaat om de aanschaf van een nieuw pand. Elke locatie moet onverkort blijven voldoen aan onze uitgangspunten: bereikbaarheid, de mogelijkheid onze eigen ideeën over 'look and feel' te realiseren plus een acceptabel niveau wat betreft de huurprijzen. We doen geen water bij de wijn. Onze vaste huurders zullen uiteindelijk te allen tijde overal in het land in al de vestigingen van oVice en Atoomclub gratis terecht kunnen om te werken en om elkaar te ontmoeten."

"Ook gaan wij ons meer en meer richten op het ontwikkelen van de 'community'. Wij organiseren nu al elk jaar meerdere evenementen, waar huurders elkaar kunnen ontmoeten. Wij stellen nu ook een 'community-manager' aan die expliciet tot taak heeft bij te dragen aan de netwerkmogelijkheden van onze huurders. Hij of zij gaat de verschillende locaties nadrukkelijker met elkaar verbinden."

"Hoe zien jullie de toekomst van deze kantoorconcepten?"

"Positief. Deze markt staat in Nederland nog in de kinderschoenen. Juist de differentiatie biedt mogelijkheden. Vergelijk het met de voorkeur voor een merk jeans, een vertrouwd hotel, een specifieke vliegtuigmaatschappij. Iedereen heeft op al deze gebieden een eigen voorkeur, een eigen smaak. Waar voel je je thuis? Waar voel je je lekker bij? Vergeleken met een hotel willen wij een 4-sterren hotel zijn. Betaalbaar, bereikbaar, een eigen sfeer, een uitgebreid servicepakket. Bekend en vertrouwd voor onze specifieke doelgroep. Een ander concept wil, vaak juist op grond van de locatie of de mate van flexibiliteit, een 5-sterren of een 3-sterren hotel zijn. Zij trekken veelal een andere groep huurders aan. Prima. Er is voor iedereen plaats."

"Wat is hier je favoriete plek?"

"Hier. Op deze bank. Ik kan hier even ontspannen. Ik drink een kop koffie. Neem de krant door en kijk naar het reilen en zeilen in het 'sociale hart'"



Mattijs Kaak: “Hoe waren jullie in het verleden gehuisvest?”

Robert Tjung: “Wij zijn een bedrijf dat opleidingen verzorgt in de zorgsector. Vanaf de oprichting zaten wij in het World Trade Centrum Rotterdam. De ruimte die we daar hadden werd voor ons te klein en te benauwend. Het was moeilijk een voor ons betaalbare en representatieve nieuwe ruimte te vinden. Toen kwamen we hier terecht.”

“Wat trok jullie aan in dit concept?”

“Veel. Het is een nieuw pand. Geen eindeloos lange gangen met benauwde hokjes. Goed ingedeeld en uitstekend ingericht. Het heeft de uitstraling van het 'Nieuwe Werken'. Het heeft allure. De faciliteiten zijn prima verzorgd. We kunnen hier in ons eigen pand lunchafspraken maken. Wij hebben in ons werk flexibele ruimtes nodig. Een klaslokaal voor zo'n 12 cursisten bijvoorbeeld, maar ook representatieve ruimtes, waar we onze klanten en relaties kunnen ontvangen en waar we besprekingen kunnen plannen. Dat alles vonden wij hier.”

“Konden jullie zo het gebouw in of waren er aanpassingen nodig?”

“We konden hier zonder problemen in.”

“Wat blijkt in de praktijk de kracht van dit concept voor jullie bedrijf?”

“Vooral de uitstraling. Het gebouw, de ruimtes stralen creativiteit uit. Het is modern, hip zelfs, maar toch ook zakelijk. In feite verleent het gebouw ons een zekere legitimiteit. Een opdrachtgever voelt zich hier thuis en is onder de indruk. Dat straalt op ons af. Wij doen daar ons voordeel mee.”

“Verder kunnen wij spelen met de locatie. Wij hebben onze eigen ruimtes, maar maken ruimschoots gebruik van het sociale hart en de verschillende ontmoetingsruimtes. Een symposium kunnen we houden op de 5de verdieping. De faciliteiten voldoen prima. Wij zijn echt tevreden.”

“Zijn er wat jullie betreft nog verbeteringen mogelijk?”

“Ja, dat wel. In het begin hadden we buiten op de parkeerplaats zo'n beetje het rijk alleen. Nu is dat krapper. Cursisten komen wel met de trein, maar veel geven toch ook de voorkeur om met de auto te komen. Opdrachtgevers wil je in alle gevallen graag een parkeerplaats bieden. Dat is soms schipperen met de ruimte. Verder vind ik persoonlijk de kantoorruimtes een beetje gehorig. Wij hebben geen last van anderen, maar de aard van ons werk brengt nu eenmaal met zich mee dat we regelmatig twaalf babbelende dames trainen in praktisch werk. Wij spannen ons in burens sowieso niet te storen.”

“Wat is hier je favoriete plek?”

“De nieuwe brainstormruimte. Wij ontvangen daar vaak onze gasten. Het is huiselijk en zakelijk tegelijk. Iedereen voelt zich daar meteen op z'n gemak. De ruimte straalt vertrouwen uit. Een bedrijf, dat zo zijn klanten kan ontvangen, maakt een serieuze indruk.”

Rogier Hentenaar