VASTGOED JOURNAAL

Opmars flexoffices: 'Voor succes moet je de lessen van de hotelsector volgen'

28-05-2018 13:46

Flexoffices maken een stevige opmars en dat blijft niet onopgemerkt in de vastgoedsector. Op het Flexoffice Congres van Vastgoedjournaal kwamen een groot aantal experts bij elkaar om het te hebben over de opkomst en toekomst van flexibele kantoorconcepten.

Dagvoorzitter **Frank van der Sluys** (head of research Cushman & Wakefield) leidt de middag in door te benadrukken hoe snel flexoffices hun intrede hebben gedaan op de kantorenmarkt. ''Zes jaar geleden deed ik onderzoek naar flexwerken'', vertelt hij. ''Toen nog zaten de snelwegrestaurants vol met werkende mensen vergezeld door een kop koffie. Heel anders is dat nu: flexwerken gebeurt nu vooral in flexoffices.''

'Place making'
Het evenement vindt plaats in B. Amsterdam, tevens een flexoffice locatie. **Bas van Veggel** (mede-oprichter van B. Amsterdam) bijt als eerste spreker het spits af: ''Flexoffices is een volwaardige asset class geworden in de vastgoedsector'', vertelt hij. ''Het wordt nu echt los gezien van de 'gewone' multi-tenant kantoorgebouwen. Toen wij dit gebouw zes jaar geleden in bezit kregen werd de Riekerpolder geteisterd door leegstand. Inmiddels is het hier echt hip, mede dankzij de (eerste) huurders (veelal start-ups) die zich in ons gebouw vestigden. Flexoffices zorgen in die zin voor een zekere mate van 'place making' die een heel gebied naar een hoger niveau kan tillen.''

Groeigolf
Maar hoe sterk groeit deze branche precies? **Harold Coenders** (directeur Occupier Services bij Colliers International) laat zien dat de eerste groeigolf in 2012 begon, gedreven door een sterke toename in leegstand als gevolg van de crisis. ''Kantooreigenaren zochten alternatieven voor traditionele verhuur. Vanaf 2015 zien we een groeiversnelling door zowel nieuwe flexconcepten als expansie van bestaande concepten."

Toch bestaat momenteel 'slechts' 1,9% van de Nederlandse kantorenvoorraad uit flexconcepten (900.000 m2 in totaal). Ondanks dat Nederland met dit percentage een van de koplopers van Europa is, is dit in andere werelddelen - met name Azië - al veel groter. "Ik verwacht dat de sterke groei van het aantal flexoffices in Nederland de komende jaren zal aanhouden, maar dat de groei met name in de Randstad beperkt zal worden door de schaarsere marktomstandigheden."

Coenders ziet grote kansen voor concepten die flex offices weten te combineren met hotels, vooral vanwege de gelijkenissen tussen deze twee branches. ''De hotelsector heeft deze explosie van concepten al eerder meegemaakt: van een aantal mondiale ketens naar talloze concepten gericht op verschillende gebruikers. Wie succes wil hebben in de kantorensector, moet daarom de lessen van de hotelsector volgen.''

Digitale disruptie
Recentelijk werd bekend gemaakt dat het Zweedse concept Epicenter de handen ineenslaat met EDGE Technologies (eigendom van OVG Real Estate) om in het EDGE Olympic-gebouw in Amsterdam een eerste Nederlandse vestiging te openen van maar liefst 12.000 m2. CEO **Patrick Mesterton** (Epicenter) geeft een masterclass in digitale disruptie: hij demonstreert dat techbedrijven van slechts een paar jaar oud (zoals Airbnb) nu al groter zijn dan traditionele multinationals die al decennialang meegaan.

''Daardoor verandert de kantorenmarkt enorm: er wordt een explosieve groei in 'co-working space' verwacht. Het traditionele kantoor verandert van een 'workplace' naar een 'opportunity space': een plek om te netwerken,

nieuwe mensen te ontmoeten en deals te sluiten. Epicenter biedt dan ook ruimte aan ‘scale ups’ (snelgroeiende bedrijven) en corporates, in combinatie met talloze andere diensten zoals opleidingen, evenementen en netwerkactiviteiten. De vestiging in Amsterdam markeert het begin van een internationale uitrol.”

Combinatie aan functies
In een vraaggesprek met Van der Sluys benadrukt ook **Eduard Schaepman** (oprichter van Tribes) dat het aanbieden van een combinatie aan functies steeds belangrijker wordt. “Eerst is het *living & working together*, maar nu zie je dat dat steeds verder gaat: hotels en retail bijvoorbeeld. Wij kijken daar ook naar, om op de begane grond meer traffic te genereren. Dat geeft niet alleen onszelf voordelen op kostenbasis, maar ook de gebruiker die efficiënter kan werken. Zo scheelt het aanzienlijk veel reistijd als al deze functies gecombineerd zijn. Je kunt meer regelen op minder vierkante meters.”

Daarnaast vindt hij dat de verschillende flexaanbieders elkaar niet beconcurreren, maar aanvullen. De markt staat hier namelijk nog maar aan het begin. “Ik vind dat Nederland nog heel erg achterloopt in deze asset class: we hebben een klein aandeel van de totale voorraad en relatief weinig aanbieders. We moeten samen de klant bekend maken met flexcontracten. Hoe meer keuze, hoe beter dat is voor de klanten. We moeten de markt met z’n allen openbreken.”

Groeistrategie
In een paneldiscussie gaan **Sipke Feenstra** (The Office Operators), **Annelou de Groot** (IWG), **Thom van Wijk** (Scalehub), **Remco Boelens** (HNK) en **Matthijs Kaak** (Ditt) in op hun groeistrategie en op de toekomst van flex offices. Volgens Feenstra moet je de klant een goede reden geven om te verhuizen: “Kwaliteit is leidend voor wat we doen. Daarom vragen we ons bij het aantrekken van een nieuw pand altijd af: zou ik er zelf willen werken?” De Groot vertelt dat IWG (met onder andere de labels Regus en Spaces) voor elk gebouw het juiste merk heeft. Zo richten de labels van IWG zich elk op een andere doelgroep. Van Wijk zet met Scalehub vooral in op een jonge stedelijke doelgroep, door op locaties rondom ov-knooppunten in Amsterdam te gaan zitten. Op dit moment zijn er vestigingen bij het Amstelstation en Bijlmer ArenA, maar daar zou hij graag een vestiging nabij Sloterdijk bij zien komen.

Eerder publiceerde VJ in het kader van de themamaand 'Kantoorconcepten' zowel een interview met Annelou de Groot (IWG) als met Sipke Feenstra (The Office Operators).

Waar The Office Operators zich richt op de 14 grootste zakenagglomeraties van Nederland, richt IWG zich in principe op alle steden met meer dan 40.000 inwoners. De Groot: “We willen ons netwerk uitbreiden en pakken daarom ook de kleinere steden. Elk pand vanaf 1.000 m2, waarbij een efficiënte invulling met veel daglicht mogelijk is, willen wij graag vullen met een van onze concepten.” Heel anders is dat voor HNK, wat specifiek opgezet is voor de panden van NSI. “Daardoor hebben we ook enorme metrages in onze portefeuille”, vertelt Boelens. “Daarnaast creëren we in elke vestiging een sociaal hart met onder andere horeca en ontmoetingsplekken. Die combinatie is uniek.”

Hoewel Ditt geen flexaanbieder is, is het als interieurleverancier voor kantoren wel sterk betrokken bij de conceptontwikkeling van flexoffices. “De bouwstenen voor het flexibele product dat je aanbiedt, oftewel de inrichting, moet je ook flexibel kunnen afnemen. We bemerken veel vraag naar het huren van inrichting en we kunnen een pand binnen 48 uur helemaal inrichten. We kijken bovendien met onze leveranciers of we alles flexibel kunnen maken en tegelijkertijd de kwaliteit kunnen behouden voor hergebruik, zelfs voor vloeren bijvoorbeeld.”

Juridische aspecten

VASTGOED JOURNAAL

Vastgoedadvocaat **Lasse van Waegeningh** (Van Diep van der Kroef) neemt de aanwezigen mee in de juridische aspecten van flexcontracten, met in het bijzonder artikel 32a over ontruimingsbescherming. ‘‘Staat eenmaal vast dat de betreffende overeenkomst inderdaad als huurovereenkomst moet worden bestempeld, dan betekent dit automatisch dat de huurder bepaalde rechten geniet die contractueel niet opzij kunnen worden geschoven. Nare verrassingen voor de verhuurder liggen daarbij op de loer.’’ Lees hier het artikel dat hij schreef over juridische valkuilen bij flexcontracten.

Opkomst van corporates
Tot slot spreekt **Marcel de Groot** (eigenaar Flexas) over de diensten van dit online kantoorruimteplatform en over de kenmerken van de afnemers van flexoffices. ‘‘We zien nu dat 70 tot 80% van onze huuraanvragen afkomstig is van bedrijven die na 2013 zijn gestart. Grootste groei zien we echter bij de corporates: zij gaan de markt overspoelen, omdat ze baat hebben bij flexibele huisvesting.’’

Tevens blijkt uit de data dat hoe korter het salesproces (aanvraag - inventarisatie - bezichtiging - huurvoorstel - onderhandeling - transactie) is, hoe hoger de conversieratio wordt. Om die conclusie in de praktijk te testen heeft Flexas een experiment uitgevoerd met Regus, waarbij op dezelfde dag als de aanvraag al een bezichtiging werd gepland: de zogenoemde ‘same day tour’. Daarin werd bevestigd dat de conversieratio aanzienlijk hoger ligt als de bezichtiging nog dezelfde dag plaatsvindt.

Conclusie
Uit deze middag blijkt dat de groei in flexoffices er nog lang niet uit is. De koek (aan de vraagkant) lijkt groot genoeg voor alle aanbieders om te groeien; en ook voor nieuwe aanbieders om op deze markt in te springen. Grootste uitdaging voor de aanbieders is echter de aanbodkant: het vinden van nieuwe (geschikte) kantoorlocaties. Alle aanbieders deden dan ook een beroep op de kantooreigenaren in de zaal om vooral met ze in gesprek te gaan als zij nog invulling zoeken voor hun pand(en).

Foto: Created by Freepik.

Ramon Holle