



WHAT USERS WANT

De invloed van Het Nieuwe Werken
op de kantooromgeving

CB RICHARD ELLIS
JUNI 2011

CBRE
CB RICHARD ELLIS

CB Richard Ellis Building & Workplace Consultancy voorziet eindgebruikers en eigenaren van vastgoed van technisch, functioneel en ruimtelijk advies. In aan- en verhuurtrajecten, maar ook in aan- en verkoopprocessen geven wij integraal en onafhankelijk advies. Onze specialisten beschikken over bouwkundige- en installatietechnische kennis, maar hebben eveneens expertise op het gebied van strategische huisvesting, innovatieve kantoorconcepten en een inspirerende werkomgeving.

Disclaimer 2011 CB Richard Ellis

Information herein has been obtained from sources believed to be reliable. While we do not doubt its accuracy, we have not verified it and make no guarantee, warranty or representation about it. It is your responsibility to independently confirm its accuracy and completeness. Any projections, opinions, assumptions or estimates used are for example only and do not represent the current or future performance of the market. This information is designed exclusively for use by CB Richard Ellis clients, and cannot be reproduced without prior written permission of CB Richard Ellis.



Introductie

De markt voor kantoorruimte kent een sterk cyclisch karakter. Omdat kantoren qua locatie en structuur een star product zijn en de productie meerdere jaren vergt, resulteert een economische neergang immer in een oplopende leegstand.

In het verleden was het echter zo, dat als de economie vervolgens weer aantrok, de opname van kantoorruimte automatisch volgde. Gemiddeld resulteerde zo'n cyclus in een balans tussen vraag en aanbod, waarbij een frictieleegstand van rond de 5% als reëel werd aangemerkt.

Thans bevindt de leegstand op de Nederlandse kantorenmarkt zich op een ongekennde hoogte. Ruim zeven miljoen m², ofwel 15% van de voorraad, staat inmiddels leeg. De vraag is of een volgende economische opleving de kantorenleegstand weer zal terugbrengen tot een acceptabel niveau. Het antwoord luidt helaas: neen. Door onder meer mondiale economische verschuivingen, de vergrijzing van de Nederlandse bevolking en, wellicht de belangrijkste actor op dit moment, de introductie van Het Nieuwe Werken, zal de behoefte aan kantoorruimte structureel afnemen. Bovendien zal tegelijkertijd de vraag naar kantoorruimte in kwalitatieve zin veranderen. Dit zal leiden tot een verdere mismatch tussen vraag en aanbod. Juist dit laatste wordt nog niet voldoende gerealiseerd in de markt; reden om hier nader bij stil te staan.

Inmiddels is de strijd begonnen over wie de rekening van de mismatch moet gaan betalen. Aangedragen oplossingen variëren van 'statiegeld' tot verplichte herbesteding en van opkoopfondsen tot een algeheel verbod op nieuwbouw. Al deze ideeën zijn met name gericht op het vinden van een schuldlige; de stem van de kantoorgebruiker wordt echter niet gehoord. En dat terwijl juist hij, door op een efficiënte en doelmatige wijze zijn bedrijfsprocessen te organiseren, een bijdrage levert aan het economisch herstel. Hiervoor heeft hij een bedrijfshuisvesting nodig die zijn business optimaal ondersteunt. En dat is waar het allemaal begint.

Lege kantoren werken niet

Nederland is een kenniseconomie met een sterk internationale oriëntatie. Door de snelle ontwikkelingen binnen de informatietechnologie zijn wij tegenwoordig in staat ons werk te doen, waar we ons ook bevinden op elk moment van de dag (en nacht). We gaan nog steeds naar kantoor om te overleggen met onze collega's, om onderdeel uit te maken van een groep en/of om routinematige werkzaamheden te verrichten. Maar eigenlijk weten we al lang dat we daarvoor niet meer elke dag naar kantoor hoeven te gaan. Veel leidinggevenden vinden het nog altijd prettig en vertrouwd om te sturen op aanwezigheid op kantoor (input). Tegelijkertijd verwachten zij dat urgente zakelijke e-mails 's avonds en in het weekend worden beantwoord. Voor 'Generatie Y', de generatie die steeds meer bepalend is voor de economie van Nederland, is dat overigens ook geen punt. Deze generatie is gewend aan het door elkaar lopen van zakelijk en privé.

DE MEDEWERKER VAN MORGEN

Generatie Y (GenY) is geboren tussen grofweg 1980 en 1990. Ze zijn opgegroeid in de digitale informatiemaatschappij. In tegenstelling tot hun voorgangers is deze groep niet individualistisch ingesteld, maar gericht op het collectief. Deze generatie verwerkt informatie op een creatieve en multidisciplinaire manier. Computers hebben voor hen geen geheimen. Ze groeien op met GSM, e-mail en creditcard. GenY kent geen angst voor vernieuwingen, snelle veranderingen of de mening van anderen: 'alles kan, alles mag'. Noem het: 'wars van hiërarchie'.

De meesten hebben een aantal jaren gestudeerd alvorens op de arbeidsmarkt te komen. Het liefst bepalen ze zelf hun werkuren: naar huis bij mooi weer of bij het WK-voetbal en op een andere dag de gemiste uren inhalen. Werk is voor hen wel belangrijk, maar niet meer dan dat. Zij zijn op zoek naar 'voldoening' in hun werk. Salaris of functieniveau zijn meestal niet het belangrijkste. Ze willen plezier hebben in hun werk en dit goed kunnen combineren met privé. Daarbij tonen ze ondernemerschap en verantwoordelijkheid.

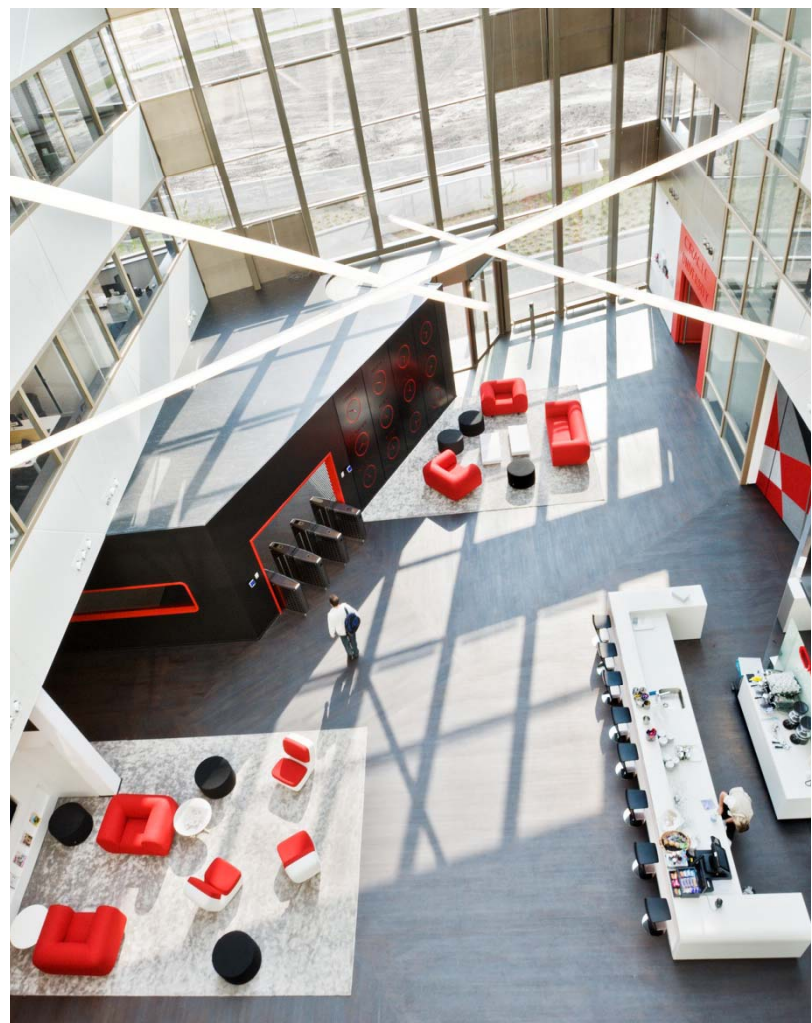
Zij hebben een voorkeur voor een stedelijke omgeving, waarin ze leven en werken kunnen combineren. Huis en kantoor liggen het liefst op loop- of fietsafstand van elkaar. Van hun werkomgeving verwachten ze flexibiliteit en mobiliteit. Kortom: 'kunnen werken waar en wanneer je wilt'; op kantoor, thuis of in de kroeg. GenY ziet het kantoor als het verlengde van hun huiskamer, waar werk en sociaal contact moeiteloos met elkaar gecombineerd kunnen worden. Break out areas en loungebanken passen in het beeld. Aangezien ze nauwelijks herinneringen hebben aan een wereld zonder internet, zijn voor hen de laatste technieken en ICT gadgets 'vanzelfsprekend'.

GenY treedt nu toe tot de arbeidsmarkt. Door de vergrijzing zullen zij het werk voor het uitkiezen hebben. Organisaties zullen alles in het werk moeten stellen om aantrekkingskracht uit te oefenen op deze nieuwe lichting werknemers.... En dan hebben we het nog niet eens over de Generatie Z.

Deze groep is geboren na 1990. 'Nine Eleven' lijkt een belangrijke mijlpaal, want sindsdien zijn de normen en waarden veranderd. 'Digitaal' is hét sleutelwoord voor Generatie Z. Bij hun geboorte hebben ze reeds hun eigen website en al snel volgen mobieltje, Playstation en laptop. Ze ademen 'social media' en 'multitasken' de hele dag. Ze zijn snel, maar een tikje ongeduldig. Naar men verwacht, heeft deze generatie een ongekend vertrouwen in de toekomst. Maar daarentegen gaan ze er wel vanuit dat mogelijke problemen en crisissen worden opgelost door de overheid of hun ouders.

Vertrouwen is de basis voor een organisatie die gestuurd wordt op output en waarbij de medewerker de ruimte krijgt om het werk, binnen zekere grenzen, op zijn eigen manier te doen. En hoewel er vaak nog angst is om dit te formaliseren in onder meer thuiswerkbeleid, staat inmiddels het merendeel van de Nederlandse kantoorhoudende organisaties thuiswerken op beperkte schaal toe.

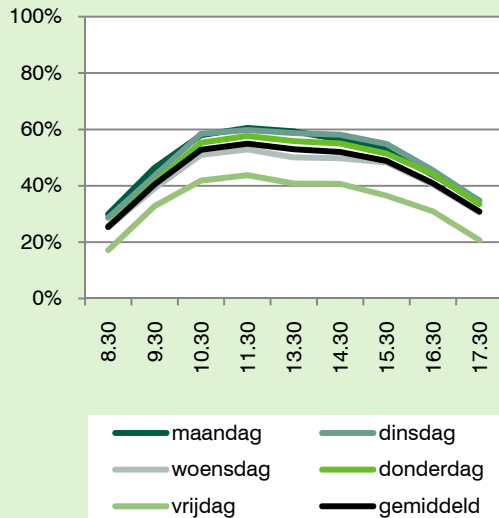
Velen van ons houden al lang rekening met de drukte op de Nederlandse wegen, zorgtaken en andere privé-omstandigheden. Gevolg is dat de bezettingsgraad binnen kantoren daalt. Statistisch gezien is de maximale bezetting van een traditioneel kantoor ca. 85% (er vanuit gaande dat er geen sprake is van een collectieve vakantiesluiting). Door de opkomst van deeltijdarbeid en een meer flexibele invulling van de werkzaamheden, zien we bij traditionele kantoren dat de piekbezetting inmiddels rond de 70% ligt. Deze wordt veelal op de dinsdagmiddag bereikt. Op vrijdag wordt vaak de 30% nog niet eens gehaald! De verwachting is dat de bezetting gestaag verder zal dalen.



METEN IS WETEN

Hoe staat het met het gebruik en de bezetting van kantoren in Nederland? Vaak wordt gezegd dat "werkplekken de helft van de tijd leeg staan" of "bij ons is iedereen er altijd". Wat is waar en wat doen we ermee? CB Richard Ellis heeft onderzoek gedaan bij meer dan dertig kantoorhoudende organisaties, verschillend in sector en in grootte. Naast het meten van de bezetting zijn ook de activiteiten geanalyseerd. Uit deze onderzoeken blijkt een gemiddelde bezetting van 50% bij de 'traditionele' kantoorconcepten. Hierbij zijn zelfs de 'tijdelijke onbezette' werkplekken (werkplek lijkt in gebruik, maar er is niemand) meegerekend. Daarnaast wordt een piekbezetting van 70% gemeten, dus op het drukste moment in de week staan nog drie van de tien plekken leeg. De hoogste bezetting wordt gemeten op dinsdag en (zoals verwacht) toont vrijdag de grootste leegstand.

Bezetting per dag inclusief tijdelijk onbezet



De afgelopen jaren neemt de bezetting geleidelijk af, met enkele procenten per jaar. Bovendien zien we een verandering in de activiteiten op kantoor. Grosso modo zitten medewerkers steeds minder achter hun bureau en worden de percentages 'tijdelijk onbezet' hoger. De aandelen 'computerwerk' en 'telefoneren' nemen toe en het percentage 'papierwerk' neemt af. Kortom: mensen worden mobieler, werken meer digitaal en komen naar kantoor voor ontmoeting en overleg.

Enkele punten uitgelicht:

- Profit organisaties hebben een marginaal hogere bezetting dan non-profit organisaties;
- Wij herkennen géén eenduidig patroon in de bezetting van enerzijds grote en anderzijds kleine organisaties;
- We zien overeenkomsten in de bezetting per 'type' afdeling. Zo is Sales meer afwezig en Finance meer op kantoor.

Vergadercultuur of efficiënte afstemmomenten? Duidelijk is dat we regelmatig met elkaar in overleg zitten. Organisaties zijn vaak in de veronderstelling dat er te weinig vergadermogelijkheden zijn. Maar... wij meten gemiddeld 25% bezetting van de vergaderruimten en slechts 12% bezetting van alle beschikbare vergaderstoelen. Tijd om grootte, type en locatie van de vergaderfaciliteiten aan te passen:

- Formele vergaderruimten met minder vergaderstoelen per ruimte, de meeste stoelen staan immers leeg;
- Meer kleine, gesloten overlegruimten, de meeste overleggen zijn in groepen van twee tot vier personen;
- Open of besloten, informele overlegmogelijkheden op de verdiepingen, in verschillende settings nabij de werkplekken.

Bij organisaties die inmiddels flexibele werkplekken hebben ingevoerd, neemt de bezetting toe. We meten daar een gemiddelde bezetting van 65% met een piek van 80%. Daarnaast zien we een meer gelijkmatige spreiding over de week en de dag. Het plaats- en tijdsafhankelijk werken geeft medewerkers meer vrijheid. Sommigen beginnen vroeg, anderen eindigen laat, afhankelijk van de meest efficiënte dagindeling. Bovendien stemmen flexibele werkers hun werkplek beter af op de uit te voeren activiteit. Werkplekken worden daarmee beter benut.

Door het teruglopen van de bezettingsgraad neemt de attractiviteit van het kantoor als ontmoetingsplaats (sociaal, cultureel en zakelijk) af, hetgeen leidt tot een nog verder teruglopen van de bezetting. Als we kantoren blijven gebruiken op een traditionele wijze, dan zal spoedig meer dan de helft van de werkplekken leegstaan. Naast de besparingspotentie, is ingrijpen noodzakelijk om de betekenis van het kantoor als bindingselement ('het cement tussen de stenen') zeker te stellen. De enige echte oplossing is afscheid nemen van de vaste werkplek. Pas dan kan sprake zijn van een dynamische werkomgeving waar, afhankelijk van de aard van de werkzaamheden (individueel – groep / formeel – informeel), een type werkplek wordt gekozen. En dat alles in een inspirerende omgeving.

Overigens suggereert de term Het Nieuwe Werken iets als 'one size fits all'. Niets is echter minder waar. Het gaat telkens om maatwerk, gebaseerd op de specifieke situatie en gestelde doelstellingen. Bepalende aspecten daarbij zijn de aard van de werkprocessen, wijze van communicatie, cultuur en ambitieniveau.

6

Een blijvende verandering

Is Het Nieuwe Werken een hype die weer voorbij gaat of zijn er redenen om aan te nemen dat er sprake is van een structurele omslag? Dat is een vraag die zich het best laat beantwoorden vanuit de 'stakeholders'. Deze zijn gemakshalve teruggebracht tot de medewerker, de werkgever en de markt.

De Medewerker

Bij de medewerkers was er in eerste instantie verzet. Voor de werknemer in een traditioneel kantoor is Het Nieuwe Werken synoniem met het verlies van de eigen werkplek, inclusief de familiefoto en het eigen ladeblok. Ook is men bang dat men niet meer in de buurt kan zitten van vertrouwde collega's. Zodra dit laatste 'misverstand' uit de weg is geruimd, men zich gaat beseffen welke vrijheid in het verschiet ligt om het werk op een eigen manier in te vullen en men voorbeelden van een dergelijke omgeving heeft gezien, volgt over het algemeen een snelle acceptatie. De medewerker ziet nu de grote immateriële voordelen van Het Nieuwe Werken, die vervolgens substantieel worden meegewogen bij de keuze voor welke organisatie te gaan werken. Dit maakt het proces onomkeerbaar, omdat het op deze manier voor werkgevers een onmisbaar selling point in een steeds schaarser wordende arbeidsmarkt wordt.

De Werkgever

Ook bij de werkgever domineerde in eerste instantie het verzet. Veranderen kost tijd en het sturen op output vergt vertrouwen. Die omslag is niet zo maar even gemaakt. Tegelijkertijd ervaren leidinggevenden zelf ook dat ze overal op elk moment moeten kunnen werken, veel tijd verdoen in files, zorgtaken moeten combineren met hun werk, etc. Daarnaast biedt de introductie van Het Nieuwe Werken mogelijkheden om doelstellingen te realiseren op het vlak van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (duurzaamheid bijvoorbeeld) en speelt dit een rol bij de positionering van de onderneming. Zo heeft Microsoft Nederland de laatste drie jaar de 'Great place to work' prijs van beste werkgever in de wacht gesleept. De afgelopen periode zijn diverse onderzoeken gedaan naar de relatie tussen Het Nieuwe Werken en de arbeidsproductiviteit. De uitkomsten lijken een positieve correlatie aan te tonen, hoewel ze nog onvoldoende consistent zijn om er waarde aan toe te kennen. Resteert wellicht de belangrijkste drijfveer op dit moment: kostenbesparing. Het Nieuwe Werken biedt mogelijkheden om de vaste huisvestingslasten met tenminste 20% te reduceren. In onderzoek uitgevoerd door Deloitte onder CFO's wordt Het Nieuwe Werken dan ook genoemd als een van de drie belangrijkste topics voor de komende jaren.



HET MAATPAK

Het realiseren van passende huisvesting vraagt, veel meer dan in het verleden, om onderzoek en maatwerk. Immers, elke organisatie is anders en verdient haar eigen maatpak. De vraagstelling, de oplossing en 'de weg ernaartoe' zijn echter veelal universeel. Zorgvuldige positionering op de schaal van 'traditioneel, vernieuwend en innovatief' geeft inzicht.

TRADITIONEEL	VERNIEUWEND	INNOVATIEF
Routinematige-/productiewerkers	↔	Kenniswerkers
Hiërarchische organisatie	↔	Netwerkorganisatie
Sturen op aanwezigheid en controle	↔	Sturen op resultaat en vertrouwen
Op kantoor werken	↔	Overal werken
Individueel werken	↔	Samen- en projectmatig werken
Minimale creativiteit en kennisdeling	↔	Maximale creativiteit en kennisdeling
Werken met huidige generaties	↔	Inspelen op nieuwe generaties
Kantoorgevoel	↔	Thuisgevoel
Minimale duurzaamheid	↔	Maximale duurzaamheid
Weinig invloed werk/privé balans	↔	Veel invloed werk/privé balans
Vaste ICT-tools en fysieke archieven	↔	Mobiele ICT-tools en digitale archieven

Manier van werken

Gebouw

Standaard kantoorgebouw	↔	Eigen uitstraling en identiteit
Ondiepe vloeren	↔	Diepe vloeren, grote vloervelden
Functionele entreehal	↔	Sociaal hart en atrium
Liften en noodtrappenhuizen	↔	Open trappen en vides
Functionele faciliteiten	↔	Communicatieve faciliteiten

Kantoorconcept

Gesloten kamers	Combinatie gesloten/open	Voornamelijk open space
Vaste werkplekken	Combinatie vast/flexibel	Flexibele werkplekken
Standaard werkplekken	Combinatie standaard/overleg	Verschillende typen werk/overlegplekken
Maximale kastruimte	Bepaalde kastruimte	Minimale kastruimte gecentraliseerd
Geen ontmoetingspunten	Minimale ontmoetingspunten	Maximale ontmoetingspunten

Cijfers

20-25 m ² per werkplek	15-20 m ² per werkplek	18-22 m ² per werkplek
20-25 m ² per medewerker	12-20 m ² per medewerker	9-18 m ² per medewerker
Flexfactor: 100%	Flexfactor: 80-100%	Flexfactor: 50-80%
Geen mobiliteit	Lage mobiliteit	Hoge mobiliteit

Voorbeelden

Juridische dienstverlening	Gemeenten en provincies Ministeries Gezondheidszorg Onderwijs	Zakelijke en financiële dienstverlening Consultancy ICT-organisaties Banken
----------------------------	--	--

TYPISCH NEDERLANDS

Grenzen vervagen en internationale verschillen worden kleiner. Immers: overal groeit de GenY op, wordt ICT ontwikkeld, is aandacht voor duurzaamheid (People, Planet, Profit) en ontstaan sociale (digitale) netwerken. Logisch dat Het Nieuwe Werken nu ook internationaal een vlucht neemt. Nederland is koploper binnen deze trend en daarvoor is een aantal 'culturele' redenen aan te geven:

- *Onze open en niet-hiërarchische bedrijfscultuur;*
- *Onze sterke behoefte aan een goede werk/privé balans (nergens ter wereld zijn zo veel parttimers);*
- *Onze hoge bevolkingsdichtheid, waardoor de verstedelijking hoog is en de files lang zijn;*
- *Onze snel toenemende vergrijzing, waardoor goed opgeleid personeel schaars wordt;*
- *Onze aandacht (mede vanuit de overheid) voor het welzijn van medewerkers.*

Cultuur speelt een belangrijke rol bij het al dan niet invoeren van Het Nieuwe Werken. In landen waar hiërarchie en status belangrijk zijn (zoals Duitsland, Frankrijk en Italië) is de overstap nog erg groot. Landen met een open cultuur en een platte organisatiestructuur, zoals Australië, Nieuw-Zeeland en de Scandinavische landen, vinden wél aansluiting bij de principes van Het Nieuwe Werken. Zij stapten, na een fase van 'verleiding', over op Alternative Workplaces. Voor deze frontlinie landen geldt dat 'Alternative' al bijna kan worden weggelaten: Het Nieuwe Werken wordt Het Werken. Nederland is daarin koploper; zelfs de CEO heeft in sommige gevallen geen eigen werkplek meer.

De Markt

Het Nieuwe Werken is geen doel op zich. De implementatiesnelheid is niet alleen afhankelijk van wat het oplevert voor de 'kantoorconsument', maar ook van de mate waarin de ontwikkeling door de markt wordt opgelegd. Los van de redenen 'why consumers buy it', spelen dergelijke pushfactoren een belangrijke rol. Het Nieuwe Werken kent vele eigenaren (fysieke omgeving, ICT, management) die allen vanuit hun eigen invalshoek de markt bewerken, hetgeen bij elkaar tot een golf aan dwingende redenen leidt.

Zo richten de aanbieders van producten en diensten voor kantoorgebruikers zich naar de veranderende eisen aan de huisvesting en de inrichting, terwijl ontwikkelingen in de ICT zijn ingesteld op verdere digitalisering en mobiele toepassingen. Niet in de laatste plaats biedt Het Nieuwe Werken grote kansen op het vlak van verandermanagement. Resultaat van dit alles is dat Het Nieuwe Werken in een kort tijdsbestek nadrukkelijk op de kaart is gezet.

Functionerende kantoren

De essentie van een kantoor is dat het de business van de gebruiker optimaal faciliteert. Er zijn organisaties die daarvoor niets nodig hebben: organisaties met een hoge intrinsieke motivatie. In de 'flow' gaat alles vanzelf. Maar aan elke flow komt eens een einde. De meeste organisaties kampen dan ook met dezelfde vraagstukken en hebben min of meer gelijke eisen- en wensenlijstjes.

De actuele thema's rondom kantoorhuisvesting zijn: ontmoeten, samenwerken, cultuurverankering, efficiency en flexibiliteit. Dat betekent dat men kantoren zoekt die goed bereikbaar zijn, zowel per auto als openbaar vervoer, beschikken over een hart waarin de identiteit van de organisatie herkenbaar is en geen fysieke beperkingen hebben in het gebruik. Helaas sluiten deze wensen veelal niet aan bij het huidige aanbod.

PLACES TO BE

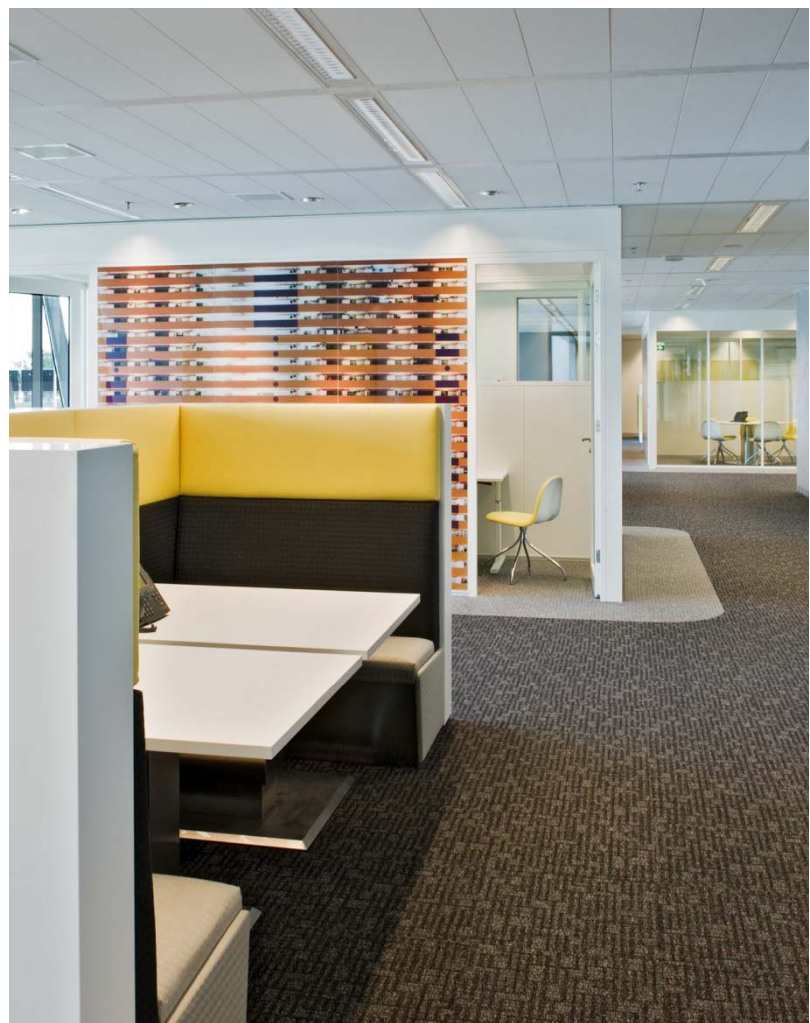
De veranderende markt vraagt resulteert in een toenemend belang van de juiste omgeving en de perfecte locatie. Waar moet deze locatie aan voldoen en welke omgeving is in potentie een 'place to be'?

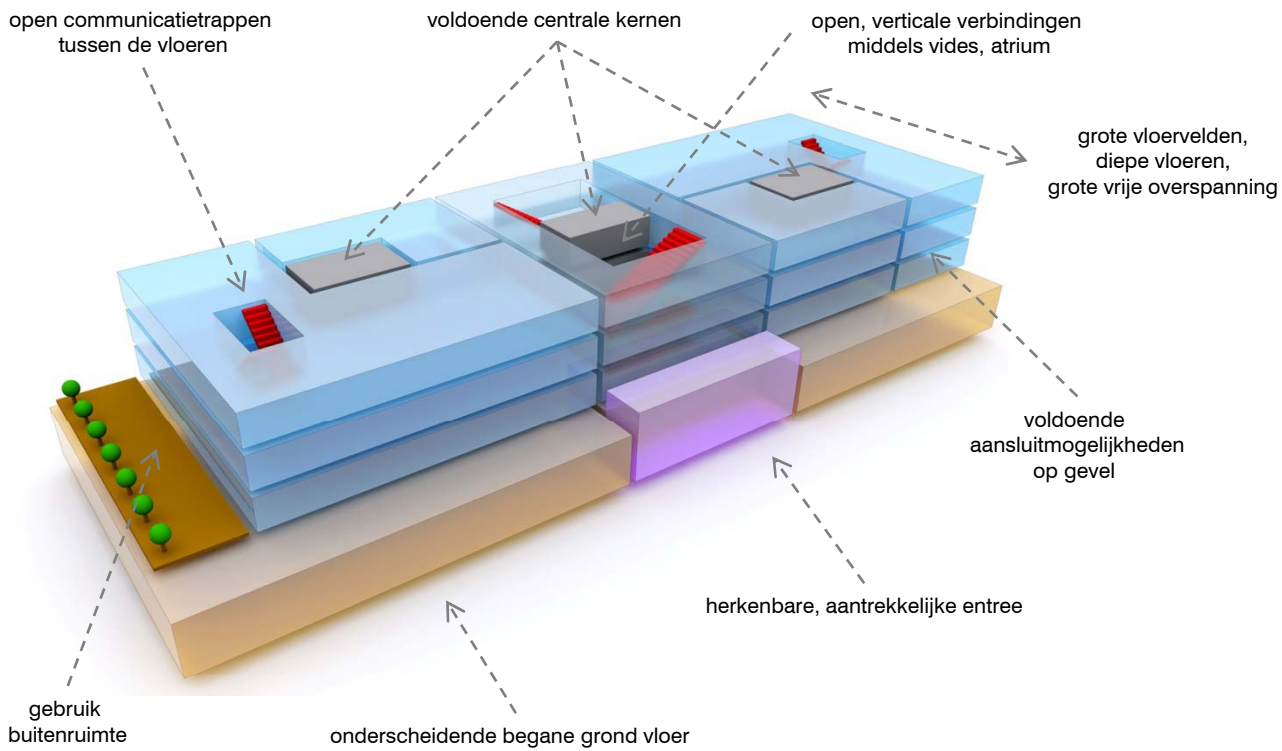
Kantoorgebruikers werken graag in een omgeving vol reuring en dynamiek. Omdat werknemers privé en werk in toenemende mate met elkaar willen combineren, is een hoog voorzieningenniveau in de directe omgeving essentieel. Denk hierbij aan: horeca, supermarkt, winkels, stomerij of sportschool. De hele dag door kunnen medewerkers efficiënt gebruik maken van deze voorzieningen. De kantooromgeving gaat daarmee fungeren als een 'dorp in een stad'.

Hoewel autobereikbaarheid en parkeervoorzieningen nog steeds hoog op het wensenlijstje staan, neemt het belang van bereikbaarheid met het openbaar vervoer en met de fiets sterk toe. Kortom: uitstekende bereikbaarheid is essentieel in een tijdperk, waarin tijd- en plaatsafhankelijk werken centraal staan. Kantoren gaan immers functioneren als ontmoetingplekken, omdat 'communicatie en samenwerking' de slagader is van veel organisaties. Daarnaast werken de bewustwording rondom duurzaamheid en de congestie op de Nederlandse wegen als vliegwielen. Hoe groter het knooppunt van openbaar vervoer, des te aantrekkelijker de locatie!

Het Nederlandse kantoorproduct kent een grote mate van standaardisatie. Enige karakteristieken zijn: een bescheiden entree, een centrale liftkern, een gevelstramien van 1,8 meter, een overspanning van 12,6 meter of 14,4 meter, klimaat- en elektravoorzieningen alleen aan de gevel, een verdiepingsoppervlak van maximaal 1.000 m² (te splitsen in zelfstandige ruimten van 500 m²) en gericht op één huurder of deelverhuur.

De ervaring leert dat organisaties die de stap naar Het Nieuwe Werken willen maken veelal niet uit de voeten kunnen binnen de huidige kantorenvoorraad. Tot metrages van 2.000 m² á 3.000 m² kan mogelijk na enkele ingrepen (creëren van open trappen, aanpassingen akoestiek, klimaatinstallatie, ICT) nog wel tot een oplossing worden gekomen. Bij grotere metrages gaat het gebrek aan 'het hart' en de beperkte verdiepingsgrootte een dusdanige rol spelen dat bestaande bouw veelal geen optie is. Gerichte nieuwbouw is dan feitelijk het enige alternatief.





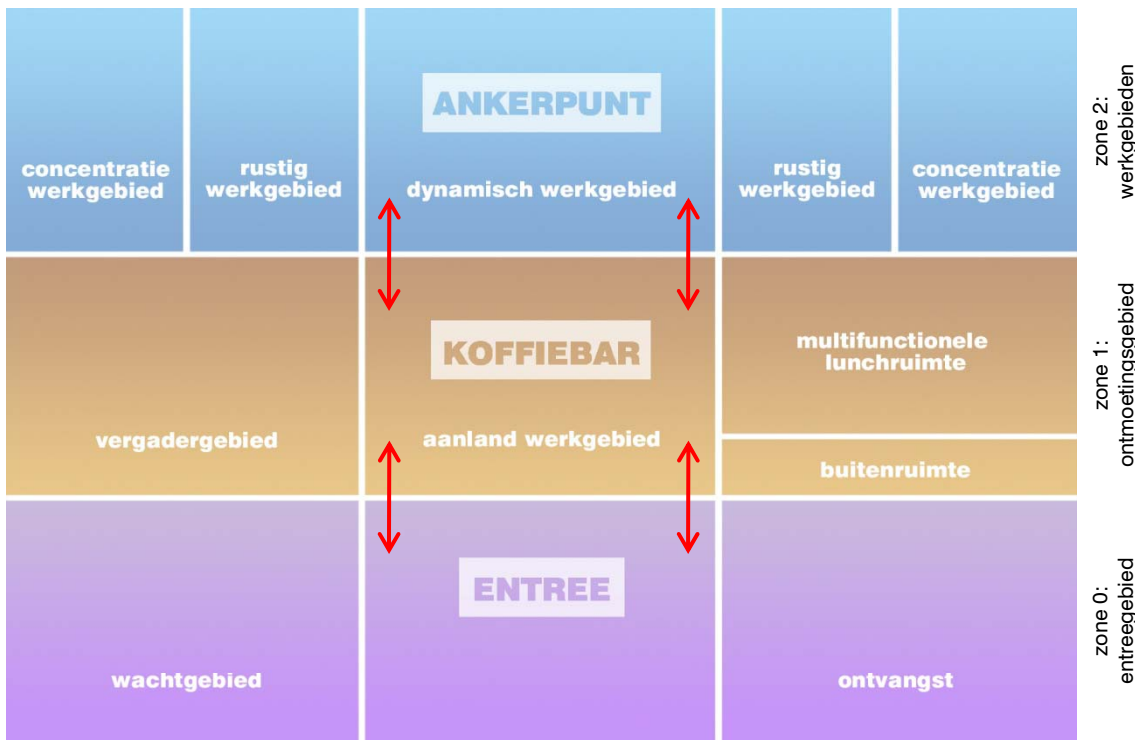
ALS HET AAN ONS LIGT

Zorg voor een aantrekkelijke, herkenbare entree. Een organisatie kan hiermee uiting geven aan haar eigen identiteit en een gastvrije ontvangst is mogelijk. Koppel de entree aan een centraal ontmoetingsgebied, met faciliteiten zoals een koffiebar, een vergadergebied, een multifunctionele lunchruimte en aanlandplekken. Medewerkers en klanten komen hier op informele wijze bij elkaar. Een afwijkende footprint, een ruimere verdiepingshoogte (minimaal drie meter) en vides of een atrium ondersteunen het bijzondere karakter van dit 'sociale hart' van de organisatie.

Bij een multi-tenant situatie creëren wij het liefst een 'gebouw in een gebouw'. Iedere organisatie wil haar identiteit kunnen uitstralen en dat gaat het best door een eigen, herkenbare entree.

Grote, diepe en generieke vloeren (minimaal 1.000 m² en 16,2 meter diep, met vrije overspanning) met een open, onderlinge verbinding is het credo. Verbind de verdiepingen met elkaar door open communicatietrappen. Zo komen medewerkers in beweging en vinden ze elkaar makkelijk. Naast deze trappen zorgen vides voor openheid, transparantie en zichtlijnen.

Verdeel de werkvloeren in zones door een goede positionering van de vaste kernen. De indeling van de vloeren start doorgaans bij binnenkomst met een 'ankerpunt': ook wel 'de huiskamer van de werkvloer', met faciliteiten zoals koffie, garderobe, lockers en printers. Omdat daar de meeste reuring plaatsvindt, zijn de dynamische plekken (gericht op samenwerking en informeel overleg) daaromheen gesitueerd. Hoe verder verwijderd van het ankerpunt, hoe rustiger en geconcentreerder de werkplekken. Een kleine stramenmaat (maximaal 1,8 meter) maakt situering van verschillende typen gesloten ruimten (gericht op concentratie en formeel overleg) mogelijk. Door deze te verspreiden over de vloer, ontstaan werkgebieden 'op menselijke maat'. En, door de afwisseling van open en gesloten ruimten, blijft de rust op de open vloer bewaard.



Hoewel het wellicht op voorhand anders lijkt, levert nieuwbouw in een dergelijke situatie wel degelijk een bijdrage op het vlak van duurzaamheid. Met nieuwbouw zijn we namelijk in staat hogere duurzaamheidsdoelen te behalen. Bovendien geldt: hoe beter de match tussen programma van eisen en gebouw, des te efficiënter en duurzamer het gebruik. Ruimte die niet wordt gebruikt hoeft tenslotte ook niet gebouwd en/of geklimatiseerd te worden.

Gevolgen voor de kantorenmarkt

Als eerste zullen de gevolgen van de afname van de kwantitatieve vraag in de markt worden gevoeld. Zo is door de introductie van Het Nieuwe Werken een ruimte-efficiency verbetering te verwachten van tenminste 15%. Hierdoor neemt de ruimtebehoefte af met ruim zes miljoen m².

Daarnaast is sprake van een sterke kwalitatieve verandering van de vraag. Met name grotere organisaties, met oppervlakten vanaf ongeveer 2.500 m², zullen bij een overstap naar Het Nieuwe Werken problemen ondervinden bij het vinden van kantoren die aan de nieuwe eisen voldoen. De impact hiervan op de markt is niet gering: ongeveer de helft van de jaarlijkse opname in Nederland betreft transacties van 2.500 m² of meer. Dat betekent een jaarlijkse vraag van ruim 500.000 m². Een fors deel van deze meters zal in de bestaande bouw geen oplossing meer kunnen vinden, waardoor op Het Nieuwe Werken gerichte nieuwbouw noodzakelijk wordt. Uiteraard dient daarbij sprake te zijn van terughoudendheid, ofwel er moet een dwingende reden zijn om tot nieuwbouw over te gaan. Het gevolg van deze ontwikkeling is immers een verdere toename van de leegstand waarmee het herbestemmingvraagstuk er niet eenvoudiger op wordt.

Een stimuleringsprogramma gericht op voorkoming waar mogelijk van uitstroom (bestaande kantoorruimte inruilen voor nieuwbouw) is naast een gelijk initiatief gericht op herbestemming noodzakelijk. De basis hiervoor ligt bij een heroverweging van de waardering van vastgoed gebaseerd op netto effectieve huuropbrengsten en rekening houdend met de veranderende eisen die gebruikers nu en in de toekomst stellen aan kantoren.

Overigens levert beperkte nieuwbouw naast een positief effect op de werkgelegenheid in de bouwsector, ook de mogelijkheden om, zij het op een lager tempo, gebieden die thans in ontwikkeling zijn af te maken. Dat daarbij gelijktijdig een grondige heroverweging van de planvorming dient plaats te vinden, is evident. De reeds door diverse marktpartijen voorgestelde gebiedsgewijze aanpak lijkt daarbij cruciaal.

Voor meer informatie over dit thema
kunt u contact opnemen met:

Bert Rietmeijer
Managing Director
CB Richard Ellis Nederland

Ank Dorscheidt
Senior Director
Building & Workplace Consultancy

Pauline Folkers
Consultant
Workplace Consultancy

Machiel Wolters
Director
Research & Consultancy

CB Richard Ellis
+31 (0)20 626 26 91
netherlands@cbre.com
www.cbre.nl

