



Op naar een vraaggestuurde kantorenmarkt

Inzicht in gebruikerswensen kantoren

Rapportage fase 1 - thema Locatie

WERKDOCUMENT

Mei 2013

Uitgevoerd in opdracht van CoreNet Global Benelux en beroepsvereniging Facility Management Nederland (FMN)

Nicolaas Waaning en René Buck, Buck Consultants

Inhoudsopgave

1	Samenvatting.....	3
2	Inleiding.....	4
	2.1 Context	4
	2.2 Achtergrond.....	4
	2.3 Methodologie.....	4
	2.4 Leeswijzer	4
3	Gebruikerstypologieën.....	5
4	Trends en ontwikkelingen	7
5	Locatiecriteria.....	9
	5.1 Onderscheid tussen locaties.....	9
	5.2 Onderscheid tussen gebouwen.....	12
	5.3 Conclusie	13
6	Praktijk van vandaag de dag.....	15
	6.1 Regionaal niveau	15
	6.2 Binnen regio's grote verschillen tussen kantorenlocaties	16
	6.3 Conclusies.....	18
7	Conclusies en aanbevelingen	20
8	Aanbevelingen voor vervolgonderzoek.....	22
Bijlage 1	Definities.....	23
Bijlage 2	Bronnen	24
Colofon	Error! Bookmark not defined.

1 Samenvatting

De juiste locatie is belangrijk voor kantoorgebruikers. Op de verkeerde locatie gevestigd zijn kan leiden tot hoge kosten, ontevreden klanten en personeel en gebrek aan flexibiliteit.

Verhuisbewegingen kunnen verschillende oorzaken hebben, zoals groei (uitbreiding), of juist krimp (minder kantoorruimte nodig), veranderende vraag (andere regio), toegang tot personeel, of kostenbeheersing (goedkoper huurcontract). De vraag (opname) naar kantoren is de afgelopen jaren bijna gehalveerd: van meer dan 2 miljoen m² in 2007 tot 1,2 miljoen m² in 2012. Hierdoor, en door continue toevoeging aan de voorraad, bedraagt de leegstand inmiddels bijna 7,2 miljoen m², oftewel 15% van de voorraad (DTZ Zadelhoff, 2013).

Toch zijn er grote verschillen tussen kantorenlocaties: de ene locatie kent nauwelijks leegstand, terwijl op deze andere locatie bijna de helft van de kantoren leegstaat. Blijkbaar voldoet de ene locatie wel aan de eisen en wensen van kantoorgebruikers en de andere niet. Dit hoofdstuk gaat in op die locatievoorwaarden: wat vinden kantoorgebruikers nu en de komende vijf jaar belangrijk wanneer zij kiezen voor een locatie? Het doel hiervan is om eigenaren en overheden beter te kunnen laten inspelen op de vraag naar kantoren en zo de leegstand doelgericht te kunnen aanpakken. Dit is gedaan door middel van literatuuronderzoek, eigen ervaringen en een feedback sessie met Corenet Global-en FMN leden.

We laten eerst zien wat een logische indeling/groepering is van kantoorgebruikers. Hierbij is gekozen voor een indeling naar activiteit in combinatie met bedrijfssectoren, omdat deze het best aansluit bij bestaande data en herkenbaar is voor iedereen. Daarna wordt ingegaan op zeven trends en ontwikkelingen die van invloed zijn op het locatiegedrag van kantoorgebruikers. Dit zijn lage economische groei, Het Nieuwe Werken, duurzaamheid, de groei van het aantal ZZP-ers, globalisering & opkomst BRIC landen en krimp van de beroepsbevolking.

De belangrijkste keuzecriteria zijn autobereikbaarheid, OV-bereikbaarheid en uitstraling van de omgeving. Vooral OV-bereikbaarheid wint aan belang. Bij keuze tussen landen en regio's speelt nabijheid van arbeidsmarkt en klanten een rol. De kantoorgebouwen zelf moeten representatief en flexibel zijn. ICT-voorzieningen zijn niet meer onderscheidend. Gebrek aan duurzaamheid wordt steeds vaker genoemd als reden voor vertrek. Duurzame kantoorgebouwen schelen in de kosten en zijn kwalitatief vaak beter.

De vraag concentreert zich in kantoren in stadscentra en op moderne, met alle vervoersmiddelen goed bereikbare kantorenlocaties van de grotere steden in Nederland. De vraag naar kleinere metrages en flexibele huurcontracten groeit. Locaties en gebouwen die aan deze voorwaarden voldoen zien meer vraag dan andere locaties en onderscheiden zich door lagere leegstand. Locaties die hier niet aan voldoen hebben het moeilijker en moeten vooral concurreren op prijs in plaats van kwaliteit. Uiteindelijk zijn er veel verschillende typen kantoorgebruikers en moet worden gezien of een gebouw of kantorenlocatie een bepaald type gebruiker kan aanspreken. Er is meer onderzoek nodig, omdat juist dit laatste onderdeel, onderscheid naar type gebruiker, nog grotendeels ontbreekt.

2 Inleiding

2.1 Context

Met het Convenant Leegstand Kantoren hebben CoreNet en FMN zich als doel gesteld om inzichtelijk te maken welke eisen eindgebruikers, van MKB tot multinational, stellen aan hun huisvesting. CoreNet en FMN hebben hiervoor een gezamenlijk werkgroep opgericht die (twee)jaarlijks onderzoek uitvoert naar eisen van eindgebruikers op de gebieden: ruimtegebruik, werkplekconcepten, flexibiliteit, duurzaamheid, uitstraling gebouw en locatie. Deze werkgroep is in januari 2013 van start gegaan. In het colofon van deze themarapportage is een overzicht gegeven van de betrokkenen.

2.2 Achtergrond

Kernvraag van het thema locatie is “welke locatie wil de kantoorgebruiker?”. De kantorenleegstand varieert enorm tussen locaties, op alle schaalniveaus: tussen regio’s, steden, kantorenlocaties en gebouwen. Een groot deel van de onderliggende oorzaak hiervan is dat de ene locatie beter voldoet aan de eisen en wensen van kantoorgebruikers dan de andere. Deze voorkeuren verschillen tussen typen gebruikers en in de tijd. In dit hoofdstuk wordt inzicht gegeven in deze verschillen.

2.3 Methodologie

Het onderzoek is in eerste instantie uitgevoerd door middel van literatuuranalyse. Bronnen zijn onder te verdelen in twee groepen: feitelijke kwantitatieve onderzoeken naar landelijke en regionale kantorenmarktenkenmerken zoals voorraad, leegstand, vraag (omvang, type gebruiker, prijs). Daarnaast zijn er onderzoeken die ingaan op de gebruikerswensen ten aanzien van locaties. Deze onderzoeken hebben een zeker voorspellende waarde voor winnende en verliezende toekomstige locaties. Een lijst met bronnen is als bijlage bij dit document te vinden.

Daarnaast is geput uit de ervaring van Buck Consultants International in het begeleiden van bedrijven naar nieuwe locaties en het onderzoeken van voorkeuren van kantoorgebruikers. Tot slot is op het Corenet Global- en FMN seminar op 27 maart 2013 kantoorgebruikers en experts om hun mening gevraagd en een aantal stellingen getoetst. Ook die informatie is verwerkt in dit onderzoek.

2.4 Leeswijzer

In dit artikel wordt achtereenvolgens ingegaan op:

In paragraaf 3 worden de gebruikerstypologieën beschreven: welke indeling in groepen kantoorgebruikers sluit aan bij uniforme wensen ten aanzien van kantorenlocaties? Daarna worden in paragraaf 4 de belangrijkste trends en ontwikkelingen beschreven die een rol spelen bij kantoorgebruikerswensen. In paragraaf 5 en 6 zijn de belangrijkste uitkomsten van het onderzoek terug te vinden, waarbij in hoofdstuk vijf de locatiecriteriën terug zijn te vinden zoals die in verschillende onderzoeken zijn gevraagd aan kantoorgebruikers en in hoofdstuk 6 het feitelijke locatiegedrag wordt beschreven. Vervolgens wordt afgesloten met conclusies en aanbevelingen.

3 Gebruikerstypologieën

Kantoorgebruikers vormen een heterogene groep die op verschillende wijzen kan worden ingedeeld. Hierin is ook in de andere hoofdstukken al op ingegaan. Eerste voorwaarde is om een indeling te kiezen waarbij de deelsegmenten zoveel mogelijk uniforme criteria hanteren bij de keuze van een locatie. Bovendien is het verstandig om aan te sluiten bij algemene herkende en erkende indelingen die internationaal worden gebruikt. Voordelen hiervan zijn dat er data voorhanden zijn, internationale vergelijkingen gemaakt kunnen worden en de indeling toekomstbestendig is. Wij kiezen er daarom voor niet een nieuwe indeling te bedenken of een indeling te gebruiken die nog maar één keer in een ander onderzoek is voorgekomen.

Er zijn twee indelingen die zich daarom het best lenen voor dit onderzoek: de CBS-SBI indeling naar sectoren en de indeling naar activiteiten die onder andere in het Corenet Global 2020 onderzoek is gebruikt. Wij kiezen voor een combinatie van deze twee indelingen.

Allereerst naar **activiteiten**: hiermee bedoelen wij de volgende activiteiten:

- Hoofdkantoor: algemeen management, supply chain, legal, finance, marketing
- Marketing en sales: nationale of regionale verkoopkantoren
- Back offices: call center (CC) en shared service center (SSC)
- Productie/algemeen: voor zover dit kantoorwerk is (bijvoorbeeld bij zakelijk dienstverleners, banken, overheden of ICT bedrijven)

Deze indeling zal door ieder groot bedrijf worden herkend als de kantoor-gerelateerde activiteiten. Daarnaast worden nog distributie en R&D onderscheiden. Maar omdat dit meestal beperkt in kantoren plaatsvindt, nemen wij deze niet mee. Bronnen die deze indeling hanteren zijn bijvoorbeeld Corenet Global 2020 (2012), Stec (2011), Ernst & Young (2012) en Buck Consultants International (op basis van verschillende projecten voor eindgebruikers).

Voor kleine bedrijven is deze indeling echter niet of veel minder van toepassing. Er is niet echt sprake van afdelingen en vaak worden verschillende activiteiten door dezelfde personen gedaan. Daar past de **SBI-indeling** beter. Ook hebben grotere bedrijven in dezelfde sector naar SBI-indeling (als zakelijke dienstverleners, ICT bedrijven en overheden) deels ook overeenkomstige locatievoorkeuren. Bij typen grotere kantoorgebruikers de SBI indeling wordt uitgegaan van de volgende groepen:

- Bouw
- Industrie
- Handel (en reparatie)
- Transport (en opslag)
- Financiële sector (Banken en verzekeringen)
- Financiële dienstverlening
- Overige zakelijke dienstverlening (technisch advies, juridisch advies, algemeen)
- IT
- Openbaar bestuur (overheid)
- Onderwijs en gezondheidszorg
- Creatieve sector
- Ideële instellingen

De locatievoorkeuren van kantoorgebruikers zullen zoveel mogelijk naar een combinatie van deze twee groepen (activiteiten en sectoren) worden geordend.

4 Trends en ontwikkelingen

De kantorenmarkt is geen op zichzelf staande markt. Trends en ontwikkelingen in de economie, de maatschappij en technologie hebben een grote invloed op het kantoorgebruik van nu en in de toekomst. De zes belangrijkste trends die nu en de komende 5 jaar een invloed hebben op het gedrag en de locatievoorkeuren van kantoorgebruikers zijn:

Lage economische groei. Al vijf jaar ondervindt Nederland de gevolgen van een economische crisis: de feitelijke groei van de toegevoegde waarde tussen 2008 en 2012 is 0,0% geweest (CPB, 2012/1). Zorgen over de double dip zijn inmiddels vervangen door de realiteit van de triple dip en de vrees voor een permanente dip (CPB, 2013). Dit heeft allerlei effecten op het locatiedrag van kantoorgebruikers: bedrijven en overheden zijn meer dan ooit gericht op het terugbrengen van kosten, wat gebeurt door het concentreren van activiteiten op centrale locaties of locaties waar zij eigendom hebben. Verder speelt de prijs van vastgoed een grotere rol: niet alleen de huurprijs, maar ook bijvoorbeeld servicekosten en reiskosten. Bedrijven hebben beperkte financieringsmogelijkheden, waardoor nog meer voor huur wordt gekozen in plaats van koop door eigenaar-gebruikers.

Het Nieuwe Werken wordt elders in dit onderzoek al uitvoerig behandeld. Het waar en wanneer je maar wilt werken heeft een grote impact op het locatiedrag van kantoorgebruikers. Door een enorme toename aan ICT- en Internet gebruik is het mogelijk om overal te werken wanneer je maar wilt: op kantoor tussen negen en vijf, maar ook 's avonds thuis, onderweg in de trein of in een grand café. Op kantoor staat vooral communicatie met collega's en klanten centraal. Bereikbaarheid van kantoren met OV en de auto is daarom des te belangrijker.

Duurzaamheid en vraag naar betere kwaliteit van gebouwen en locatie is een onderwerp dat inmiddels bij veel kantoorgebruikers een belangrijke rol speelt. Duurzaamheid staat voor kwaliteit: een duurzaam kantoorgebouw biedt een goede werkomgeving voor de werknemers en brengt de servicekosten terug. Vooral voor overheden en grotere bedrijven met een maatschappelijk verantwoord ondernemen-beleid is ook de lagere milieubelasting van belang. Ook de uitstraling van de kantooromgeving moet van voldoende niveau zijn om kantoorgebruikers te behouden of aan te trekken: er is namelijk keus genoeg. Bovendien is OV-bereikbaarheid een belangrijk onderdeel van duurzaamheid van kantorenlocaties

Groei aantal ZZP-ers: in 2010 is 1 op de 10 personen in de werkzame beroepsbevolking zzp'er (CPB, 2012/2). Ouderen, hoogopgeleiden en vrouwen met kinderen hebben een grotere kans om zzp'er te zijn. De grootste te verwachten groei is in de bouw te vinden: nu 20%, dit zal doorgroeien tot 30-47%

in 2030. Ook het aandeel zzp'ers in de zakelijke dienstverlening is sterk gegroeid, maar hier wordt geen grote groei meer verwacht, omdat een deel van de groei van cyclische aard is (geweest). Voor mannen wordt een stijging voorzien van 18% nu naar 16% à 24% in 2030. Voor vrouwen stijgt het aandeel van 13% naar 13% à 16%. Zzp-ers hebben flexibele, kort te huren en kleinschalige kantoorruimte nodig in multitenant gebouwen. De bereikbaarheid met OV en auto is belangrijk, net als diensten in het gebouw of de directe omgeving daarvan.

Globalisering en opkomst BRIC landen. De doorgaande trend van globalisering betekent voor de kantorenmarkt dat steeds meer buitenlandse bedrijven in Nederland een kantoor hebben en dat Nederlandse bedrijven internationaal bereikbaar zijn en in het buitenland kantoren hebben. Buitenlandse bedrijven verschaffen werkgelegenheid aan ongeveer 15% van de Nederlandse beroepsbevolking (KPMG, 2012). In 2012 is in 170 investeringsprojecten 930 miljoen euro geïnvesteerd door buitenlandse bedrijven in Nederland, goed voor 5.166 banen (NFIA, 2013). Concurrentie tussen locaties is eerst tussen landen. Dat gaat vaak om arbeid: beschikbaarheid van hoogopgeleid meertalig personeel voor een hoofdkantoor of R&D center bijvoorbeeld of loonkosten van back office medewerkers. Ook speelt internationale bereikbaarheid naar klanten en hoofdkantoor via de lucht, trein of weg een steeds grotere rol. Het fiscale klimaat is eveneens belangrijk bij het aantrekken en behouden van hoofdkantoren. Europa en de Verenigde Staten zijn nog steeds de belangrijkste buitenlandse kantoorgebruikers in Nederland, maar de BRIC landen (Brazilië, Rusland, India en China) nemen snel in belang toe. In 2012 kwamen 31 buitenlandse investeringen uit China (NFIA, 2013). Of deze kantoorgebruikers andere locatievoorkeuren hebben dan die uit 'traditionele landen', is nog niet uitvoerig onderzocht.

Ook de **krimp van de beroepsbevolking** door vergroening en vergrijzing speelt een rol in locatiegedrag van ondernemingen en overheden in Nederland. Gemiddeld valt die daling nog mee: de potentiële beroepsbevolking (20 tot 65 jaar) zal dalen van 61% nu naar 55% in 2030 volgens de Primos prognose uit 2011 (ABF Research, 2011). Als de pensioenleeftijd in 2020 naar 66 jaar zou gaan en in 2025 naar 67 jaar, zou de potentiële beroepsbevolking slechts dalen van 61% naar 58% in 2030. Inmiddels dit gewijzigd in 66 jaar in 2018 en 67 jaar in 2021. Ook is er een mogelijkheid dat ouderen vrijwillig langer blijven doorwerken nu ze langer gezond zijn. Dit is niet ondenkbaar en vergelijkbaar met de arbeidsparticipatie van vrouwen de afgelopen decennia, die steeg van 30% in 1975 tot 70% in 2011 (CPB, 2013). Maar er zijn grote regionale verschillen, die ertoe kunnen leiden dat het in bepaalde steden en regio's steeds moeilijker zal worden om voldoende gekwalificeerd personeel te vinden. Sommige bedrijven zullen daarom deze krimpregio's niet kiezen als vestigingsplaats.

5 Locatiecriteria

In deze paragraaf wordt ingeschat wat de belangrijkste locatiecriteria van kantoorgebruikers zijn volgens beschikbare bronnen. In de volgende paragraaf wordt vervolgens getoond wat dat voor gevolgen heeft voor locaties in Nederland. Locatiecriteria zijn verschillend per schaalniveau. Er valt onderscheid te maken tussen locatiekeuze tussen landen (hier niet aan de orde), regio's, kantorenlocaties en gebouwen. Het onderscheid tussen 'locaties' en 'gebouwen' wordt soms wel gemaakt. Het onderscheid tussen (geografische) niveaus van locaties veel minder.

5.1 Onderscheid tussen locaties

Autobereikbaarheid nog steeds cruciaal

In de 2004 waren de belangrijkste criteria bij keuze tussen locaties (schaalniveau niet bepaald) volgens onderzoek van Twijnstra Gudde autobereikbaarheid en parkeergelegenheid. In 2006 stonden in een onderzoek van de NVB deze twee criteria nog steeds bovenaan. Zie figuur 1. Ook uit de feedbacksessie op 27 maart 2013 met Corenet Global en FMN leden bleek autobereikbaarheid het meest belangrijke criterium. Parkeergelegenheid is echter weggezakt naar de vierde plek. In het onderzoek van Remoy uit 2010 (figuur 2) is autobereikbaarheid de meest belangrijke factor, ongeacht welk type gebruiker. Parkeren wordt hier meegenomen als criterium bij keuze tussen gebouwen en staat daar bovenaan. Bij het recente onderzoek van Zaghdoud (2013) onder grote multinationals, stond 'betere verkeersligging' op de vijfde plaats van de pull-factoren (figuur 3), terwijl dit twee jaar geleden nog op de derde plaats stond en daarvoor zelfs sinds eind jaren '80 op eerste positie. Dit kan duiden op een afzwakkend belang van dit criterium.

Figuur 1 Belangrijkste locatiecriteria kantooromgeving op een schaal van 1 op 10

	Twijnstra Gudde 2004	NVB 2006
Locatie eigenschappen	Belang	Belang
Autobereikbaarheid	8.3	8.4
OV bereikbaarheid	7.6	7.5
Zichtbaarheid locatie	-	5.4
Uitstraling omgeving	7.7	8.4
Arbeidsmarkt	6.4	6.6
Parkeergelegenheid	8.3	8.4
Nabijheid klanten / relaties	6.1	6.0
Loopafstand winkels	5.6	5.4
Afstand tot stadscentrum	5.3	-
Gebouw eigenschappen		
Klimaatbeheersing	7.7	6.8
Energie/service kosten	7.5	7.0
Uitstraling exterieur	7.3	7.2
Voorzieningen	6.6	6.2
ICT-faciliteiten	8.3	7.9
Afwerkingsniveau interieur	7.5	7.3
Flexibiliteit indeling	7.6	7.3

Bron: NVB, 2006 en Twijnstra Gudde, 2004

Figuur 2 Locatiecriteria op locatieniveau en gebouwniveau bij drie typen kantoorgebruikers

Locatie niveau					
<i>De stedelijke specialisten</i>	rangorde	<i>De statusgevoelig professionals</i>	rangorde	<i>De algemene huurder</i>	rangorde
bereikbaarheid per auto	1	bereikbaarheid per auto	1	bereikbaarheid per auto	1
aanzien	2	aanzien	2	aanzien	2
voorzieningen	3	bereikbaarheid per OV	3	bereikbaarheid per OV	3
clustering	4	clustering	4	voorzieningen	4
bereikbaarheid per OV	5	voorzieningen	5	veiligheid	5
veiligheid	6	veiligheid	6	clustering	6

Gebouw niveau					
<i>De stedelijke specialisten</i>	rangorde	<i>De statusgevoelig professionals</i>	rangorde	<i>De algemene huurder</i>	rangorde
parkeren	1	parkeren	1	parkeren	1
representativiteit exterieur	2	representativiteit exterieur	2	representativiteit exterieur	2
herkenbaarheid gebruiker	3	herkenbaarheid gebruiker	3	efficiënte ruimtegebruik	3
indelingsflexibiliteit	4	efficiënte ruimtegebruik	4	indelingsflexibiliteit	4
efficiënte ruimtegebruik	5	representativiteit interieur	5	representativiteit interieur	5
representativiteit interieur	6	indelingsflexibiliteit	6	comfort	6
comfort	7	comfort	7	herkenbaarheid gebruiker	7
faciliteiten	8	faciliteiten	8	technische staat	8
technische staat	9	technische staat	9	faciliteiten	9
bouwperiode	10	beveiliging	10	beveiliging	10
beveiliging	11	bouwperiode	11	bouwperiode	11
routing	12	routing	12	energieprestaties	12
energieprestaties	13	energieprestaties	13	routing	13
fietsstalling	14	fietsstalling	14	fietsstalling	14
goederen en vuil	15	goederen en vuil	15	goederen en vuil	15

Bron: Remøy, H.T. (2010), Out of Office.

Figuur 3 Bedrijfs(re)allocaties. Een onderzoek naar verhuismotieven (pushfactoren en pullfactoren)

Pushfactoren

1977	1988	1999	2008	2011	2013
Gebrek uitbreidingsruimte	Gebrek uitbreidingsruimte	Gebrek uitbreidingsruimte	Gebrek uitbreidingsruimte	Organisatorische overwegingen	Organisatorische overwegingen (17)
Organisatorische overwegingen	Organisatorische overwegingen	Organisatorische overwegingen	Organisatorische overwegingen	Duurzaamheid	Aflopend huurcontract (*4)
Slechte staat van de bedrijfsruimte	Moeilijke plaatselijke verkeerssituatie	Optimistische toekomstverwachtingen	Optimistische toekomstverwachtingen	Slechte staat van de bedrijfsruimte	Duurzaamheid (8)
Dreiging ontelgen/ruurtoezegging	Slechte staat van de bedrijfsruimte	Geen representatief gebouw	Geen representatief gebouw	Gebrek uitbreidingsmogelijkheid	Optimistische toekomstverwachtingen (9)
Geen representatieve omgeving	Geen representatief gebouw	Slechte bereikbaarheid	Slechte staat van de bedrijfsruimte	Slechte bereikbaarheid OV	Slechte bereikbaarheid OV (8)

Pullfactoren

1977	1988	1999	2008	2011	2013
Mogelijkheid uitbreiding	Gunstige verkeersligging	Gunstige verkeersligging	Gunstige verkeersligging	Representatief gebouw	Betere bereikbaarheid openbaar vervoer (15)
Organisatorische overwegingen	Mogelijkheid uitbreiding	Representatief gebouw	Representatief gebouw	Mogelijkheid tot uitbreiding	Representatief gebouw (15)
Aanwezigheid bedrijfsruimte	Gunstige plaatselijke verkeerssituatie	Mogelijkheid uitbreiding	Aanwezigheid bedrijfsruimte	Gunstige verkeersligging	Organisatorische overwegingen (14)
Gunstige verkeersligging	Lage prijs grond en gebouwen	Aanwezigheid bedrijfsruimte	Lage prijs grond en gebouwen	Representatieve omgeving	Representatieve omgeving (10)
Gunstige plaatselijke verkeerssituatie	Betere bereikbaarheid voor afnemers	Meer parkeergelegenheid	Representatieve omgeving	Lage prijs te verwerven grond	Gunstige verkeersligging (13)

Bron: Zaghdoud, 2013 * Het onderzoek in 2011 en 2013 is geen update maar een vergelijking met het voorgaande onderzoek omdat de selectie van de respondenten anders is dan in deze studies.

OV-bereikbaarheid wint aan belang

OV-bereikbaarheid kwam in 2004 nog op de vierde plaats en bleef daar in 2006. In de feedback sessie met leden werd het echter als één na belangrijkste locatiecriterium genoemd, na autobereikbaarheid. Bij Remoy staat OV bereikbaarheid op de derde plek (van de zes), behalve bij de ‘stedelijk specialisten’, waar het de vijfde plek inneemt. Detailonderzoek in de creatieve sector van Arkenbout (2012) laat zien dat voor deze specifieke doelgroep bereikbaarheid per fiets en OV het belangrijkste zijn. In het onderzoek van Zaghdoud (2013) blijkt dat bij de door hem geënquêteerde bedrijven betere bereikbaarheid per openbaar vervoer zelfs de meest belangrijke factor is bij het uitkiezen van een nieuwe locatie. Het niet hebben van een goede OV-bereikbaarheid staat zelfs in de top vijf redenen voor vertrek van een locatie.

Omgeving van het kantoor in top drie

Uitstraling van de omgeving stond in 2004 op de derde positie, na autobereikbaarheid en parkeren. In 2006 was deze net zo belangrijk als die twee criteria. Ook in 2013 blijft deze derde positie gehandhaafd. Uit gesprekken met Corenet Global en FMN leden blijkt dat de kwaliteit van de omgeving een cruciale factor is bij vergelijking tussen kantorenlocaties binnen steden. Remoy noemt dit ‘aanzien’, welke tweede scoort voor alle deelsegmenten. Representativiteit van de omgeving staat in het langlopende onderzoek van de TUDelft sinds 2008 in de top vijf van belangrijkste locatiefactoren (Zaghdoud, 2013).

Nabijheid winkels en stadscentrum minst belangrijk

Zaken die niet belangrijk worden geacht zijn afstand tot stadscentrum en winkels. Ook de zichtbaarheid speelt nauwelijks een rol. Dit komt in de meeste onderzoeken terug, alleen spelen bij

Remoy ‘voorzieningen’ wel een belangrijke rol en bij Arkenbout komt ‘winkels in de nabijheid’ op de vijfde plaats bij bedrijven in de creatieve sector.

Arbeidsmarkt en klanten alleen belangrijk bij keuze tussen regio's en landen

Twee aspecten die verassend laag scoren zijn arbeidsmarkt en nabijheid tot klanten. Dit wordt waarschijnlijk veroorzaakt door het gebrek aan differentiatie tussen gebruikersgroepen en schaalniveaus: op het hogere schaalniveau tussen landen en tussen regio's speelt dit wel degelijk een rol. Dat blijkt bijvoorbeeld uit de keuzecriteria die in het Corenet Global onderzoek 2020 zijn genoemd (figuur 4). Voor back offices is overschot aan arbeidspotentieel het belangrijkste criterium en arbeidsmarktstabiliteit de tweede. R&D kijkt in eerste instantie naar talent pool. De afstand tot klanten speelt zeker een rol bij hoofdkantoren (top 5 site selection factor), maar ook voor marketing en sales kantoren (niet apart genoemd).

Figuur 4 Top five Site Selection factors for 2020 (in order of priority)

R&D	BACK OFFICE	HQ
Talent Pool	Labor Market Surplus (Supply Exceeds Demand)	Air Service
Industry Eco System	Labor Market Stability (e.g., cost)	Professional / managerial talent pool
Higher Education Resources / Access	Available Buildings	Quality-of-Life / Cost-of-Living
Time Zone	Payroll Costs	Ability to Nationally / Globally Attract Talent
Higher Education Resources	Telecommunications	Proximity to Customers

Bron: Corenet Global (2012)

Het grootste deel van de verhuizingen van kantoorgebruikers vindt plaats binnen de regio. Maar door groei of krimp komen ook juist verhuizingen tussen regio's regelmatig voor. Daarom blijven deze twee criteria belangrijk.

5.2 Onderscheid tussen gebouwen

Flexibiliteit van de indeling is verreweg het belangrijkste locatiecriterium geworden bij locatiekeuze tussen gebouwen. Dit wordt ondersteund door de Corenet Global en FMN leden. De indelingsflexibiliteit komt ook bij Remoy terug, maar pas op de 4^e tot 6^e plaats (van de 15). Ook Arkenbout ziet dit in de creatieve sector.

Representativiteit exterieur scoort bij Remoy heel hoog (tweede plek) en ook bij Zaghdoud is het de één na belangrijkste pullfactor. In de onderzoeken van Twijnstra Gudde uit 2004 en NVB uit 2006 was dit een middelmatig belangrijke factor. Door de Corenet Global en FMN leden is het als derde belangrijke factor aangewezen op 27 maart 2013.

ICT is daarentegen niet meer onderscheidend: dit is een kentering ten opzichte van 2004 en 2006, toen ICT faciliteiten nog het belangrijkste waren. Nu speelt dat nog nauwelijks een rol, het wordt normaal geacht.

Duurzaamheid is bij Remoy niet belangrijk (een 13^e plaats voor energieprestaties), terwijl bij Zaghdoud het als tweede pushfactor wordt genoemd. Hier is dus geen eenduidig beeld over te geven.

5.3 Conclusie

Bedrijven verhuizen vanwege organisatorische overwegingen en aflopende huurcontracten. Gebrek aan uitbreidingsruimte, dat in de vorige eeuw de meest genoemde reden was van vertrek, wordt minder genoemd.

Bij het kiezen van een nieuwe locatie, speelt autobereikbaarheid nog steeds belangrijke rol. Daaraan gekoppeld is beschikbaarheid van voldoende parkeerruimte. OV bereikbaarheid wint echter aan belang en is soms ook een reden voor kantoorgebruikers om weg te gaan van hun huidige locatie. Uitstraling van de omgeving staat op de derde plek: kantoorgebruikers hechten aan een goede werklocatie waar straten en gebouwen goed onderhouden zijn. Nabijheid van arbeidsmarkt en klanten vooral belangrijk bij keuze tussen regio's en landen, veel minder tussen kantorenlocaties in een regio. Afstand tot winkels of het stadscentrum (& voorzieningen) spelen nauwelijks een rol.

Kantoorgebruikers willen een representatief en flexibel kantoorgebouw. Het gaat hier niet alleen om flexibiliteit van huurcontracten in tijd en omvang, maar ook om technische flexibiliteit van gebouwen. ICT daarentegen is niet meer onderscheidend en wordt als basisvoorwaarde gezien. Duurzaamheid is niet eenduidig: uit het ene onderzoek komt dit als belangrijk criterium, in de andere niet. Tien jaar geleden kwam het echter nog nergens als locatiecriterium terug. Het begint een standaard te worden: een bedrijf gaat ervan uit dat een nieuw te betrekken gebouw duurzaam is. Het is daarom eerder een disqualifier als het er niet is, dan een doorslaggevend criterium bij het kiezen van een nieuwe locatie.

Het is mogelijk bovenstaande algemene uitspraken te doen over locatievoorkeuren en ontwikkelingen daarin op basis van bestaand onderzoek. Echter, met name op het gebied van voorkeuren van verschillende typen gebruikers op de drie schaalniveaus (regio, kantorenlocatie, gebouw) is nog relatief weinig empirisch onderzoek gedaan. De indeling naar gebruikers uit sectoren,

omvang en type activiteit zou veel diepgang geven en successen en faalfactoren per kantorenlocatie blootleggen.

Case – Mead Johnson vestigt Europees hoofdkantoor op Zuidas Amsterdam



Mead Johnson Nutrition, specialist in babyvoeding met merken als Enfamil en Nutramigen, vestigde in 2011 haar nieuwe Europese hoofdkantoor in het WTC Amsterdam op de Zuidas. Het uit Indiana, Verenigde Staten, afkomstige bedrijf is in februari 2009 als beursgenoteerd Nutrition bedrijf verzelfstandigd van Bristol Meyers Squibb. Het bedrijf ontwikkelt, produceert, distribueert en verkoopt meer dan 70 producten in 60 landen over de hele wereld. In Amsterdam zijn ongeveer 30 personen werkzaam op de afdelingen boekhouding, financiën, marketing, verkoop, human resources en informatiemanagement. Buck Consultants International onderzocht voor Mead Johnson een groot aantal potentiële locaties in heel Europa, waarna de keus uiteindelijk op Amsterdam viel.

“Er zijn verschillende redenen waarom Amsterdam voor ons de perfecte locatie voor ons nieuwe Europese hoofdkantoor is,” aldus Steve Golsby, President en CEO bij Mead Johnson. “In de eerste plaats zit ons Europese management hierdoor dichtbij de fabriek en de afdeling Research & Development. Voor ons bedrijf met de nadruk op wetenschappelijk onderzoek en uitstekende operationele processen is deze vestiging van cruciaal belang bij de groei van ons Europese marktaandeel op het vlak van zuigelingenvoeding en bij onze missie om baby's en kinderen een goede start te geven met de juiste voeding.”

Catherine Fitzsimons, Vice President en General Manager Europe bij Mead Johnson, voegt hier aan toe, “Daarnaast heeft Amsterdam nog een aantal belangrijke pluspunten, zoals een uitstekende infrastructuur, gekwalificeerd en getalenteerd personeel en een concurrerende kostenstructuur. Dit alles maakt van Amsterdam een uitstekende uitvalsbasis voor onze bedrijfsactiviteiten.”

6 Praktijk van vandaag de dag

In paragraaf 5 zijn de locatiecriteria beschreven zoals die worden genoemd in onderzoeken. In deze paragraaf kijken we naar de feitelijke kantorenmarkt: opname, aanbod, uitgesplitst naar regio, kantorenlocatie en gebouw. Ook hieruit kan veel worden geleerd over de locatievoorkeuren van kantoorgebruikers.

6.1 Regionaal niveau

Vraag (en aanbod) concentreren zich in en rond de grote steden

De voorraad kantoorruimte concentreert zich in de COROP-regio's met de grootste bevolkingsconcentraties en economische kracht: de regio's rond Den Haag, Amsterdam, Rotterdam, Utrecht, Eindhoven en Arnhem-Nijmegen hebben allemaal meer dan 1,5 miljoen m² kantoorruimte. Ook het aantal m² kantoorruimte per inwoner is in de G4 het hoogst (meer dan 3 m² per inwoner). (Bak, 2011). De vraag is de afgelopen vijf jaar overal in Nederland afgenomen, maar is nog steeds het grootst in Noord- en Zuid Holland, Utrecht en Noord Brabant. Deze vier provincies waren in 2007 goed voor 85% van de opname. In 2011 was dit nog steeds 76%. Dit laat zien dat de vraag naar kantoorruimte klanten en personeel volgt op bovenregionaal vlak. Maar ook de hoogste procentuele leegstand is in de Randstad te vinden. De grotere vraag in deze regio's heeft aanbieders van vastgoed aangezet tot het creëren van veel aanbod in de hoogtijdagen.

Verschillende typen gebruikers, verschillende wensen

Uitgesplitst naar type gebruiker zijn echter wel verschillen in locatievoorkeuren te ontwaren: internationale hoofdkantoren komen vooral in de noordvleugel van de Randstad terecht: Amsterdam, Hoofddorp/Schiphol en in mindere mate Utrecht (Stec, 2011). Nabijheid van de klant, hooggeschoold personeel en luchthaven Schiphol zijn hier doorslaggevend. Breda heeft zich (tot 2010) tot op zeker hoogte weten te onderscheiden door het aantrekken van Benelux-georiënteerde bedrijven. Marketing en Sales kantoren kiezen vaak voor Amsterdam. Back offices (Shared Service Centers en Call Centers) zijn juist verspreid over het land op zoek naar goedkope locaties en voldoende betaalbaar personeel. Regio's die hier goed scoren zijn Zuid Limburg, Arnhem-Nijmegen en Groningen.

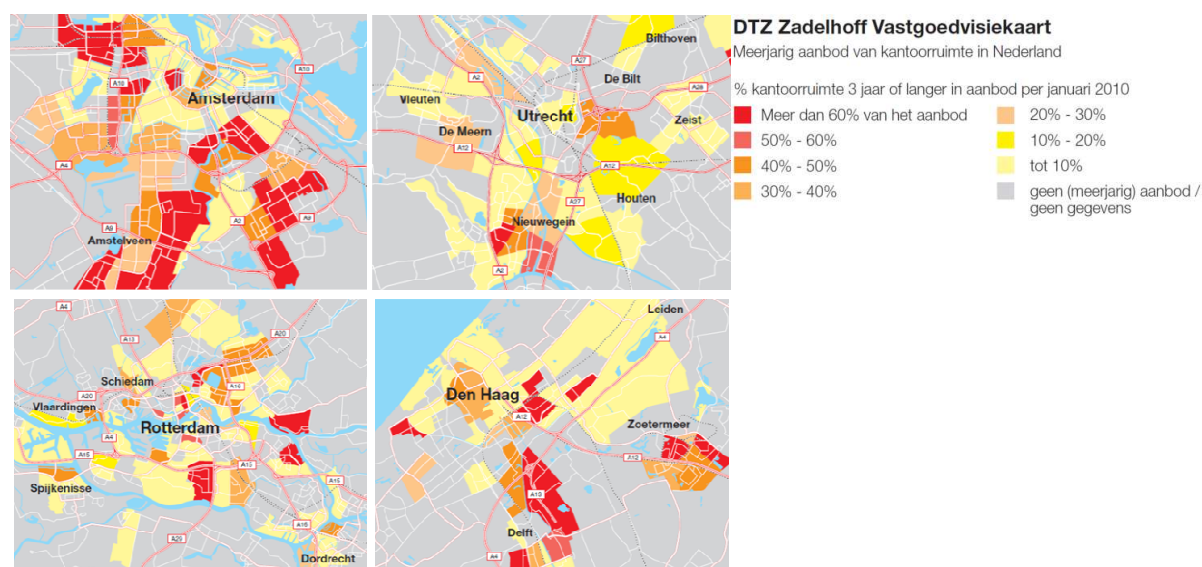
Naar sector zien we dat de afgelopen vijf jaar alle sectoren minder nieuwe kantoorruimte hebben gevraagd, met uitzondering van handel en industrie. Deze categorie is nu met circa 200.000 m² de grootste groep kantoorgebruikers geworden (Bak, 2011, DTZ, 2013). Overheden zijn traditioneel sterk vertegenwoordigd in Den Haag en omgeving en Noord- en Noordoost Nederland, onder andere als gevolg van het spreidingsbeleid van de rijksoverheid: denk aan het Centraal Justitieel

Incassobureau in Leeuwarden of de Dienst Uitvoering Onderwijs in Groningen. De komende jaren gaat de rijksoverheid vele m²-s kantoren afstoten en zich concentreren op kernsteden. Dit geldt ook voor veel andere sectoren: een consolidatie in kernsteden om kosten te besparen, waar concentratie mogelijk is door centrale ligging en beschikbaarheid van personeel. Hierbij wordt ook gekeken naar vastgoedposities: een gebruiker zal zich eerder terugtrekken in regio's en steden waar zij eigendom of langlopen huurcontracten heeft.

6.2 Binnen regio's grote verschillen tussen kantorenlocaties

Het gaat echter te ver om te concluderen dat alleen de grote stedelijke agglomeraties in trek zijn. Bovendien, binnen regio's zijn grote verschillen te zien. De DTZ Zadelhoff Vastgoedvisiekaart van 2010 laat zien dat vooral aan de randen van gemeenten en in randgemeenten veel structurele leegstand is: hier is soms meer dan 60% van het aanbod langer dan 3 jaar te huur. Dit komt ook in de grote stedelijke regio's voor (figuur 5).

Figuur 5 DTZ Zadelhoff Vastgoedvisiekaart 2010



Bron: DTZ Zadelhoff, 2010

Snelweglocaties nog steeds in trek, maar verliezen terrein aan stadscentra

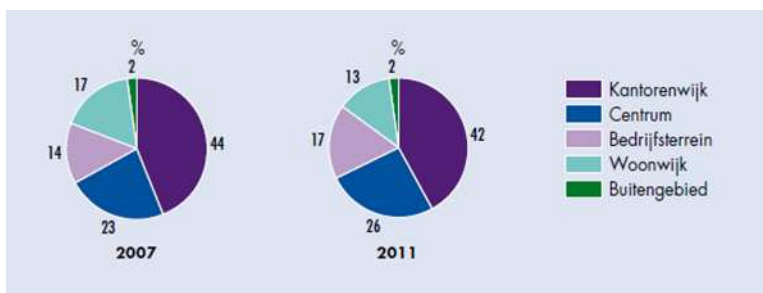
De locatievoorkeuren die in de vorige paragraaf zijn getoond, blijken te kloppen met de daadwerkelijke keuzes van bedrijven: snelweglocaties (C-locaties) zijn in 2011 nog steeds het meest populair. De populariteit neemt echter wel af: A-locaties (met een goede bereikbaarheid per OV) winnen terrein (Bak, 2011): zie figuur 6. In 2007 was nog 23% van de opname in het centrum, in 2011 is dat 26%. Dit heeft - naast OV-bereikbaarheid - waarschijnlijk ook te maken met de toenemende vraag naar kleine kantoorruimten, welke in het centrum worden geboden. De vraag naar kantoren onder de 1.000 m² is gestegen van 15% naar 19% in dezelfde periode.

Figuur 6 Vraag naar kantoorruimte naar bereikbaarheid



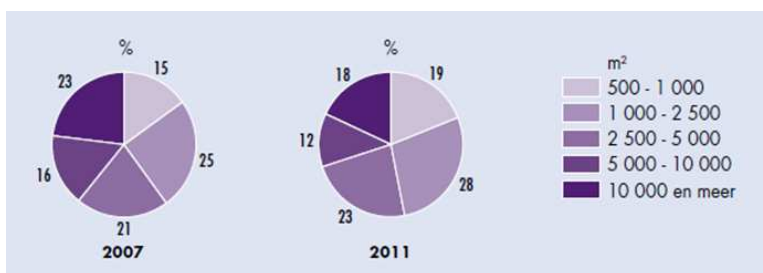
Bron: Bak, Kantoren in Cijfers 2011

Figuur 7 Vraag naar kantoorruimte naar locatietype



Bron: Bak, Kantoren in Cijfers 2011

Figuur 8 Vraag naar kantoorruimte naar grootteklasse



Bron: Bak, Kantoren in Cijfers 2011

Bijzondere aandacht verdient een onderzoek dat recent is uitgevoerd door Jones Lang Lasalle naar potentie van 232 kantorenlocaties in 50 Nederlandse gemeenten (Jones Lang Lasalle, 2012). Op basis van 40 criteria onderverdeeld in ligging, kwaliteit en markt & beleid zijn locaties geordend naar potentie. De locaties met de meeste potentie liggen in grote steden, in het centrum of aan de rand van de stad met uitstekende bereikbaarheid en kwaliteit. Hier is dan ook lagere leegstand dan gemiddeld in Nederland.

Figuur 9 Jones Lang Lasalle: Ranking Kantoorlocaties 2012 - 232 kantoorlocaties in 50 gemeenten

Rang	Kantoorlocatie	Totaal score	Leegstand %	Voorraad m ² vvo	Ligging %	Kwaliteit %	Markt & Beleid %
1	Amsterdam - Zuidas	84.50%	11.13%	650000	30.50%	29.00%	25.00%
2	Den Haag - Beatrixkwartier	81.50%	6.51%	592000	28.00%	27.00%	26.50%
3	Amsterdam - Centrum	76.00%	10.35%	1417000	27.50%	23.50%	25.00%
4	Rotterdam - Centrum	75.25%	12.42%	918000	26.75%	23.00%	25.50%
5	Den Haag - Centrum	75.00%	4.28%	443000	23.00%	26.00%	26.00%
6	Den Haag - Aangrenzend Centrum - Nieuw Centrum	74.75%	7.03%	870000	27.50%	27.00%	20.25%
7	Utrecht - Centrum	74.50%	4.13%	890000	28.25%	24.00%	22.25%
8	Den Bosch - Paleiskwartier	73.50%	7.62%	136000	21.75%	28.75%	23.00%
8	Amsterdam - Oost	73.50%	12.13%	633000	30.25%	21.75%	21.50%
10	Rotterdam - Kop Van Zuid	72.75%	12.51%	307000	21.75%	27.50%	23.50%

Bron: Jones Lang Lasalle, 2012

De slechtst scorende locaties liggen in kleinere steden of randgemeenten, hebben vaak een verouderde voorraad en zijn meestal slecht bereikbaar. Deze uitkomst is natuurlijk deels een 'self fulfilling prophecy', omdat dit de criteria zijn waaraan getoetst wordt. De vraag naar dit type locaties is echter beperkt. Een mogelijke oplossing hiervoor is om kantorenlocaties te profileren voor specifieke doelgroepen. Hier zijn successen van bekend, met name in de high-tech sfeer (campussen). De gebruikers moeten een duidelijke meerwaarde zien in de clustering. Het kan echter niet tekortkomingen op andere vlakken zoals bereikbaarheid of achterstallig onderhoud compenseren, deze moeten hoe dan ook goed worden opgepakt.

6.3 Conclusies

Het grootste deel van de vraag bevindt zich nog steeds in de vier economische kernprovincies: ruim driekwart van de opname vindt plaats in Noord- en Zuid Holland, Utrecht en Noord Brabant. Gebruikers daar willen zitten waar ze centraal zijn ten opzichte van klanten en personeel. Op de lange termijn zijn het vanwege deze redenen toch vooral de centrale locaties (meestal in of bij grotere agglomeraties) die kantoorgebruikers zullen mogen verwelkomen.

De vraag concentreert zich op kantoren in stadscentra en op moderne, met alle vervoersmiddelen goed bereikbare kantorenlocaties van grote steden. Concentratietendensen bij grote bedrijven, vraag naar flexibele ruimten en toenemend belang van OV-bereikbaarheid en duurzaamheid/kwaliteit spelen dit in de hand. Maar, er is ook een markt voor andere locaties: autobereikbaarheid is nog steeds één van de belangrijkste keuzecriteria en sommige gebruikers kiezen vooral voor een lage prijs (bijvoorbeeld back offices en starters). Bovendien blijven de meeste gebruikers op of zo dicht mogelijk bij de bestaande locatie, omdat dit minder zorgen geeft wat betreft verhuizingen van personeel etc.

7 Conclusies en aanbevelingen

Bedrijven verhuizen vooral vanwege organisatorische overwegingen en aflopende huurcontracten. Gebrek aan uitbreidingsruimte, wat in de vorige eeuw de meest genoemde reden was van vertrek, wordt minder genoemd.

Bij het kiezen van een nieuwe locatie, is autobereikbaarheid nog steeds één van de belangrijkste criteria. Dit blijft ook door de tijd heen. Daaraan gekoppeld is voldoende parkeerruimte. OV bereikbaarheid wint echter aan belang en is soms ook een reden voor kantoorgebruikers om weg te gaan van hun huidige locatie. Uitstraling van de omgeving staat op de derde plek: kantoorgebruikers hechten aan een goede werklocatie waar straten en gebouwen goed onderhouden zijn. Nabijheid van arbeidsmarkt en klanten vooral belangrijk bij keuze tussen regio's en landen, veel minder tussen kantorenlocaties in een regio. Afstand tot winkels of het stadscentrum spelen nauwelijks een rol.

Kantoorgebruikers willen een representatief en flexibel kantoorgebouw. Het gaat hier om flexibiliteit van huurcontracten in tijd en omvang, maar om technische flexibiliteit van gebouwen. ICT daarentegen is niet meer onderscheidend en wordt als basisvoorwaarde gezien. Duurzaamheid is niet eenduidig: uit het ene onderzoek komt dit als belangrijk criterium, in de andere niet. Tien jaar geleden kwam het echter nog nergens als locatiecriterium terug. Het begint een standaard te worden: een bedrijf gaat ervan uit dat een nieuw te betrekken gebouw duurzaam is. Het is daarom eerder een disqualifier als het er niet is, dan een doorslaggevend criterium bij het kiezen van een nieuwe locatie.

Het grootste deel van de vraag bevindt zich nog steeds in de vier economische kernprovincies: ruim driekwart van de opname vindt plaats in Noord- en Zuid Holland, Utrecht en Noord Brabant. Gebruikers daar willen zitten waar ze centraal zijn ten opzichte van klanten en personeel. Op de lange termijn zijn het vanwege deze redenen toch vooral de centrale locaties (meestal in of bij grotere agglomeraties) die kantoorgebruikers zullen mogen verwelkomen.

De vraag concentreert zich op kantoren in stadscentra en op moderne, met alle vervoersmiddelen goed bereikbare kantorenlocaties van grote steden. Concentratietendensen bij grote bedrijven, vraag naar flexibele ruimten en toenemend belang van OV-bereikbaarheid en duurzaamheid/kwaliteit spelen dit in de hand. Maar, er is ook een markt voor andere locaties: autobereikbaarheid is nog steeds één van de belangrijkste keuzecriteria en sommige gebruikers kiezen vooral voor een lage prijs (bijvoorbeeld back offices en starters). Bovendien blijven de meeste gebruikers op of zo dicht mogelijk bij de bestaande locatie, omdat dit minder zorgen geeft wat betreft verhuizingen van personeel etc.

Door toenemende leegstand dalen de prijzen en verhuurders zijn vaak bereid de kwaliteit van het gebouw te upgraden in ruil voor een nieuw huurcontract. De gebruiker heeft het voor het zeggen en kan kiezen uit een breed pallet aan mogelijkheden. Vastgoedaanbieders en gemeenten zullen daarom bestaande locaties zo goed moeten laten voldoen aan de eisen en wensen van de gebruiker.

Beleidsaanbevelingen

Nieuwbouw is daarbij nog maar beperkt noodzakelijk. Tijdens de FMN en Corenet Global sessie op 27 maart 2013 bleek dat de meeste deelnemers zeer wel doordrongen zijn dat er voldoende kantoren zijn en de bestaande voorraad over het algemeen voldoende ruimte biedt voor ieder wat wils. Alleen indien de technische staat of de locatie van een gebouw niet meer voldoet, en de vastgoedvraag ook niet in een ander pand kan worden ingevuld, zal nieuwbouw nodig zijn.

Tot slot, bij wie ligt de verantwoordelijkheid om de leegstand op te lossen en de kwaliteit van de kantorenlocaties op peil te houden? 60% van de geënquêteerden op 27 maart 2013 vond dat eigenaren een voortrekkersrol hebben bij het revitaliseren van kantorenlocaties: het is vooral een zaak van overheden en eigenaren.

8 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

Het is mogelijk uitspraken te doen naar locatievoorkeuren en ontwikkelingen daarin op basis van bestaand onderzoek. Echter, met name op het gebied van voorkeuren van verschillende typen gebruikers op de drie schaalniveaus (regio, kantorenlocatie, gebouw) is nog relatief weinig empirisch onderzoek gedaan. De indeling naar gebruikers uit sectoren, omvang en type activiteit zou veel diepgang geven en successen en faalfactoren per kantorenlocatie blootleggen. Zo kan onderscheid worden gemaakt naar de reden 'markt' en 'locatie' in het leegstaan van een kantorenpand.

De aanbeveling is daarom om een grootschalig onderzoek onder Nederlandse kantoorgebruikers in te zetten waarbij voldoende massa uit de verschillende sub-sectoren wordt bereikt. Dit onderzoek geeft beleidsmakers en vastgoedeigenaren inzicht in de specifieke voorkeuren van verschillende typen kantoorgebruikers. Hiermee kunnen zij beter inspelen op de steeds schaarser wordende vraag in de komende jaren, zodat een gezond kantorenklimaat in Nederland blijft bestaan en verloedering van het kantorenlandschap effectief kan worden tegengegaan.

Bijlage 1 Definities

Call Center: Een call center is een zelfstandig bedrijf of een deel van de organisatie dat verantwoordelijk is voor de efficiënte en effectieve afhandeling van alle telefonische klantcontacten.

Shared Service Center: Een SSC is een organisatiebrede bundeling van activiteiten en middelen uit bedrijfsonderdelen die dezelfde activiteiten uitvoeren, zodanig dat tegen lagere kosten en met een hoger service- en kwaliteitsniveau ondersteunende diensten worden geleverd aan het primaire proces. Voorbeelden van activiteiten zijn Financiën en administratie, Management control, Juridische en fiscale zaken, Personeelsmanagement, Verkoop en marketing, Inkoop, Informatietechnologie en Facilities services

A-locatie: Een A-locatie is een openbaar vervoerlocatie in een stadscentrum, dicht bij een centraal station. In het algemeen is een dergelijke locatie minder goed bereikbaar met de auto en zijn er relatief beperkte parkeermogelijkheden.

B-locatie: Een B-locatie is een gemengde openbaar vervoerlocatie en autolocatie, gelegen dicht bij een voorstadstation of bij een knooppunt van hoogwaardig openbaar vervoer (metro, sneltram). Een B-locatie heeft vaak een snelle aansluiting op het hoofdwegennet en beschikt over goede parkeermogelijkheden.

C-locatie: Een C-locatie is een autolocatie aan de rand van de stad met een directe aansluiting op het hoofdwegennet. Een C-locatie is in het algemeen minder goed bereikbaar met het openbaar vervoer.

Bijlage 2 Bronnen

Arkenbout, R. (2012), Kantoor Binnenste Buiten. Gebruikersvoorkeuren bedrijfshuisvesting creatieve industrie in Nederland. Afstudeerscriptie Faculteit Bouwkunde TU Delft. Samenvatting: Real Estate Magazine 2012 no. 82, 36-39.

ABF Research (2011). Primos Prognose 2011. De toekomstige ontwikkeling van bevolking, huishoudens en woningbehoefte. September 2011

Bak (2011). Kantoren in Cijfers 2011

CPB (2012/1). CPB Juniraming 2012 De Nederlandse economie tot en met 2017, inclusief

Begrotingsakkoord 2013. CPB, 1 juni 2012

CPB (2012/2). De huidige en toekomstige groei van het aandeel zzp'ers in de werkzame beroepsbevolking. CPB, 19 december 2012

CPB (2013). CPB Notitie 'Is er nog hoop?' Stuurgroep KIRE (Kennisonite infrastructuur en ruimtelijke economie). CPB, 17 april 2013

Corenet Global (2012). Corporate Real Estate 2020. Location strategy and the role of place. Mei 2012

DTZ Zadelhoff (2010). DTZ Zadelhoff Vastgoedkaart 2010

DTZ Zadelhoff (2013). Factsheets kantoren- en bedrijfsruimte 2013

Ernst & Young (2012). Growth, actually. Ernst & Young's 2012 European Attractiveness Survey

Jones Lang Lasalle (2012). Ranking Kantoorlocaties 2012

KPMG (2012). De concurrentiekracht van BV Nederland Het belang van Nederlands grootste bedrijven. KPMG, Oktober 2012

NFIA (2013). Factsheet buitenlandse investeringen in Nederland in 2012. Februari 2013

NVB, 2006, Kantoorgebruikers in profiel (Voorburg)

Remøy, H.T. (2010). Out of Office: A study on the Cause of office vacancy and transformation as a means to Cope and Prevent. TU Delft, 2013

Stec Groep (2011). Logica in locatiepatronen: hoe kiezen bedrijven?

Venema P. en Twijnstra Gudde (2004). Het nationale kantorenmarktonderzoek 2004 (Amersfoort)

Zaghdoud, Y (2013). Bedrijfs(re)allocatie processen - Een onderzoek naar afwegingsprocessen tijdens (re)allocatieprocessen. TU Delft, 2013

Colofon



Stuurgroep, namens bestuur CoreNet en FMN

- Monique Arkesteijn, voorzitter Bestuur CoreNet Benelux
- Ellis ten Dam, Bestuur CoreNet Global ChapterBenelux (programmameider)
- Vincent Le Noble, Bestuur FMN
- Hans Topée, FMN Kenniskring Huisvesting & Vastgoed

Werkgroep

THEMA	Werkgroepleden
1. Mens & Organisatie <ul style="list-style-type: none"> • Trends en Ontwikkelingen 	Rob Lommerse, Accovision Gijs van Wijk, Het andere werken en Huisvesten
2. Kwantiteiten	Klaas Bosma en Nanet Schaap, Twynstra Gudde Ed Folge, Microsoft
3. Kwaliteiten <ul style="list-style-type: none"> • Werkplekconcepten • Flexibiliteit • Voorzieningen 	Anneke Mezger, Royal HaskoningDHV Claudine van Vlimmeren, Philips Theo van der Voordt, TU Delft
4. Locatie	Nicolaas Waaning en René Buck, Buck Consultants
5. Proces <ul style="list-style-type: none"> • Financieel • Juridisch 	Kees Rezelman en Pepijn Schoonhoven, AT Osborne Yassine Zaghdoud, student TU Delft, afstudeeronderzoek "Bedrijfs(re)allocatie processen" Joëlle Lokhorst, student TU Delft, afstudeeronderzoek "Hidden Vacancy"
FASE 2	
6. Duurzaamheid / Comfort / Veiligheid	Geert Huisman, Enaxis Pieter C. le Roux, NVTH Breda Liesbeth Schellens, Draaijer & Partners
7. Representativiteit / Uitstraling	Aldo Looijenga, Rijksgebouwendienst Marit van Rheenen, OVG Hans Topée, Marieke Klompenhouwer, newDirections

