



Typologie van kantoorgebruikers

Overeenkomsten en verschillen in gebruikerswensen

Theo van der Voordt – Faculteit Bouwkunde TU Delft

Bijdrage aan de werkgroep
“Naar een vraaggestuurde kantorenmarkt”

Inzicht in **gebruikerswensen kantoren**

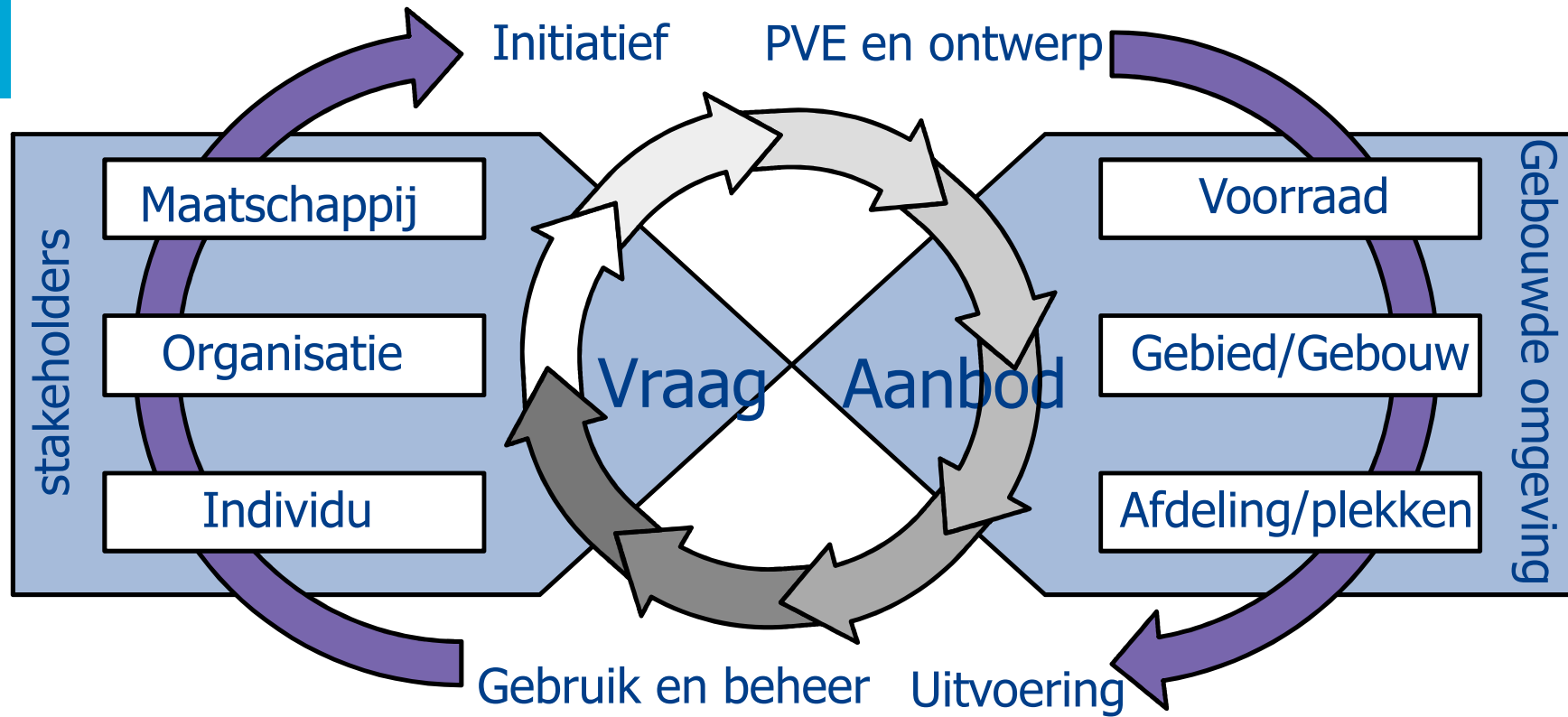


Inhoud

1. Typologieën in de literatuur (organisatie, individu)
2. Overeenkomsten en verschillen in huisvestingswensen per type kantoorgebruiker:
 - voorkeuren en belang
 - lessen uit leegstand
 - lessen uit tevredenheidsmetingen
3. Bespreekpunten en vervolgstappen

real estate
management

design & construction
management



Afstemming vraag aanbod nodig op verschillende schaalniveau – REH TU Delft



Stellingen / hypothesen

Kantoorgebruikers vormen een zeer heterogene groep.

Verschillende typen kantoorgebruikers hebben deels overeenkomstige en deels verschillende gebruikerseisen

Basiseisen zijn functionaliteit, toegankelijkheid, comfort, veiligheid en gezondheid en een zekere mate van flexibiliteit

Wensen verschillen t.a.v. locatie, kwantiteit, ruimtegebruik, voorzieningen, mate van flexibiliteit etc.

Stelling / hypothese

Gebruikersvoorkeuren en wensen verschillen naar:

- Type kantoorgebruiker
- Sector (profit/non profit; publiek/privaat; handel, industrie, zakelijke dienstverlening, banken en verzekeraars)
- Levensfase van de organisatie
- Omvang in aantal f.t.e en aantal personen
- Organisatiestructuur (hiërarchisch, plat, netwerk etc.)
- Organisatiecultuur
- Personeelsopbouw (b.v. % X, Y, Z-generatie)
- Werkgebied (lokaal, nationaal, internationaal)
- Activiteiten / wijze van werken
-

Indeling DTZ Zadelhoff, BAK, ABN naar sectoren:

Twaalf categorieën gebruikers:

1. Industrie
2. Bouwnijverheid
3. Handel (en reparatie)
4. Transport (en opslag)
5. Communicatie
6. Bank- en verzekeringswezen
7. Financiële dienstverlening
8. Overige zakelijke dienstverleningen
9. Automatisering
10. Openbaar bestuur (overheid)
11. Onderwijs en gezondheidszorg
12. Overig

Indeling EIB conform
rubricering CBS
(SBI codes):

1. Handel en industrie
2. Zakelijke en ict dienstverlening
3. Banken en verzekeraars
4. Overheid en non-profit

Overzicht kantoorbanen per gebruikerstype

Sector	Totaal	Zakelijken	Creatieven	9-5'ers	Netwerkers	Bestuurders	Verkopers
Industrie	11%	0%	0%	5%	5%	10%	80%
Bouwnijverheid	3%	20%		30%			50%
Handel en reparatie	4%	15%	5%	35%	5%		40%
Transport	3%	10%		40%	5%	5%	40%
Communicatie	2%	30%	20%	30%	5%	5%	10%
Bank- en verzekeringswezen	9%	30%	5%	25%	5%	5%	30%
Financiële dienstverlening	6%	50%		40%	5%	5%	
Overige zakelijke dienstverlening	14%	40%	10%	25%	15%	5%	5%
Automatisering	7%	20%	30%	20%	20%	5%	5%
Openbaar bestuur	21%	20%		60%	10%	10%	
Onderwijs en gezondheidszorg	8%	30%	10%	40%	10%	10%	
Overig	12%	25%	20%	25%	10%	10%	10%
Totaal	100%						
totaal aantal kantoorbanen	2.000.000	488.000	155.000	660.000	187.000	145.000	365.000

Indeling ontleend aan Klaas Bosma (Twynstra Gudde adviseurs en managers).
 Percentages zijn fictief.



Indeling in **vijf bedrijfspersoonlijkheden**

1. Stationairen (bij OV knooppunt, B en G)
2. Visualisten (representatief, A, C en D)
3. Modalisten (F)
4. Classicisten (A)
5. Ambulanten (B,E)

Bron: ABP, DTZ Zadelhoff en SBR i.s.m. Motivaction (1993)
in: Van Bochoven en Marquard, 2010, p. 31

Door Motivaction in samenwerking met Atelier V in 2004 uitgebreid naar **7 profielen**

1. Statusgevoelige professionals

veelal grote ondernemingen die al een reputatie en naamsbekendheid hebben opgebouwd, hiërarchisch georganiseerd, strakke dresscode. Het kantoorpand moet de reputatie bevestigen, zonder te veel risico te nemen, behoudend, netjes en stijlvol zijn, maar niet uitgesproken.

2. Bureaucratische functionelen

organisaties die niet afhankelijk zijn van hun reputatie en vaak balanceren tussen een commerciële en niet-commerciële instelling. Het kantoorgebouw is bij voorkeur goed zichtbaar, maar draagt niet bij aan de reputatie van de organisatie. Het gebouw moet functioneel zijn.

3. Stedelijke specialisten

zakelijke dienstverleners, specialist in hun vak, gevestigde naam in hun directe omgeving; nadruk meer op inhoud dan op creativiteit; hechten veel waarde aan de stedelijke omgeving en bijbehorende voorzieningen. Het pand moet de reputatie waardig zijn, vertrouwen wekken; een zekere mate van historiciteit en een authentieke ambiance spreken aan.

4. Extraverte trendsetters

veelal kleine tot middelgrote ondernemingen die een statement willen maken; creativiteit en innovatie hoog in het vaandel; avant-garde: reclamebureaus, architecten, vormgevers. Het kantoorgebouw kan zowel hypermodern als zeer klassiek zijn, maar moet spraakmakend zijn en zich lenen voor trendy details.

Uit: Rapport Atelier V: Bedrijfsstijl bepaalt keuze.

BEDRIJFSHUISVESTING Provincie Utrecht + 't Gooi NR. 160 - 2005



5. Sobere verkooporganisaties

organisaties gericht op productie en verkoop, vaak een traditionele binnen- en buitendienst. Het kantoorgebouw speelt geen rol in de beeldvorming richting klanten. De kantoorgebouwen zijn vaak solitair gesitueerd buiten de bebouwde kom of in een industriële omgeving.

6. Ingetogen conservatieven

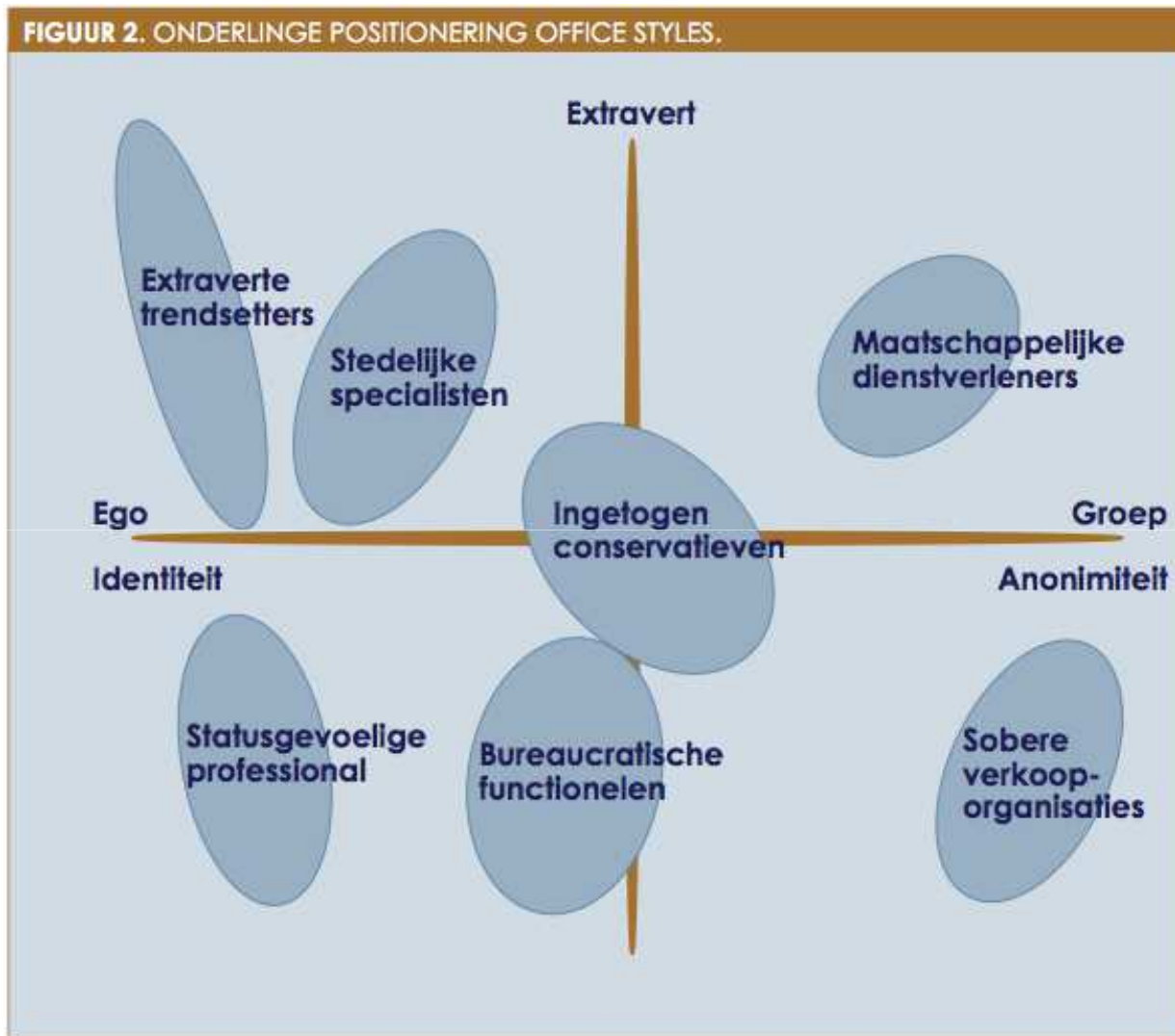
organisaties in de meer traditionele kennisintensieve dienstverleningssector, degelijk, conservatief, statig, relatief stijf. Het kantoorgebouw is doelmatig en moet betrouwbaarheid uitstralen. Het interieur is doelmatig en sober.

7. Maatschappelijke dienstverleners

veel non-profit organisaties en overheidsinstellingen. Interne communicatie is belangrijker dan externe communicatie. Het kantoor moet vooral een ontmoetingsplek zijn. Deze groep heeft relatief veel flexplekken.

Uit: Rapport Atelier V: Bedrijfsstijl bepaalt keuze.
BEDRIJFSHUISVESTING Provincie Utrecht + 't Gooi NR. 160 - 2005

Onderlinge positionering van de 7 profielen



Definities uit het proefschrift van H. Remøy, H.T. (2010), *Out of Office*, over oorzaken, gevolgen en preventie van leegstand. Zij ondervroeg experts naar het belang van bepaalde locatie karakteristieken en maakte daarbij onderscheid in stedelijke specialisten, status gevoelige professionals en een algemeen profiel.

Urban Specialists

Urban specialists depend on the urban surroundings wherein they operate. The urban environment inspires and alerts; their core business is dynamic. The organisations are small to middle sized service providers, who consider content more important than creativity. Urban specialists comprise (graphical) design firms, PR bureaus, consultants, real estate advisors and lawyers. The image and reputation of the organisation are important factors, but not as to gain a higher status.

Status sensitive professionals

Status sensitive professionals represent office organisations that already have a reputation and a renowned name. Often these organisations are large multinationals or big service providers. The firms name is a brand, a recognised trade name. The office buildings where these organisations are housed, do not have to enhance the firms' status, but should confirm it. Status sensitive professionals are considered conservative and risk avoiding.

Description adopted from Motivaction & Atelier V 2005

Locatie niveau

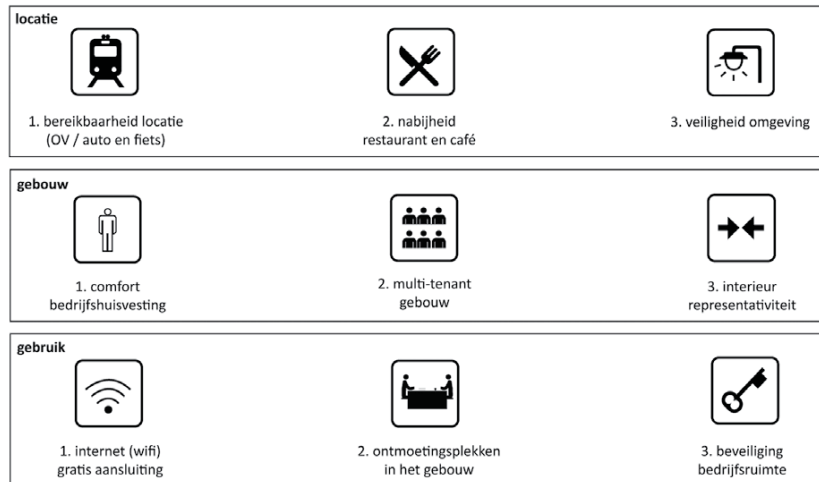
<i>De stedelijke specialisten</i>	rangorde	<i>De statusgevoelig professionals</i>	rangorde	<i>De algemene huurder</i>	rangorde
bereikbaarheid per auto	1	bereikbaarheid per auto	1	bereikbaarheid per auto	1
aanzien	2	aanzien	2	aanzien	2
voorzieningen	3	bereikbaarheid per OV	3	bereikbaarheid per OV	3
clustering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

Remøy, H.T. (2010), Differentiatie in prioritering locatie eigenschappen

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	efficiëntie ruimtegebruik	3
indelingsflexibiliteit	4	efficiëntie ruimtegebruik	4	indelingsflexibiliteit	4
efficiëntie 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
fietsenstalling	14	fietsenstalling	14	fietsenstalling	14
goederen en vuil	15	goederen en vuil	15	goederen en vuil	15

Top 3 / top 8 van belangrijkste aspecten - creatieve industrie



Alle respondenten bij elkaar genomen

schaalniveau: Locatie	schaalniveau: Gebouw	schaalniveau: Gebruik
1 bereikbaarheid per fiets	1 comfort	1 internet (wifi)
2 bereikbaarheid per OV	2 multi tenant gebouw	2 beveiliging
3 bereikbaarheid per auto	3 interieur representativiteit	3 ontmoetingsplekken
4 veiligheid	4 indelingsflexibiliteit	4 maandelijks huurcontract
5 winkels in de nabijheid	5 herkenbaarheid	5 schoonmaakdienst
6 culturele fac. in de nabijheid	6 klein huurbare werkunits	6 repro faciliteiten
7 woonfuncties in de nabijheid	7 exterieur representativiteit	7 restaurant en café
8 restaurant en café in de nabijheid	8 verdiepingshoogte	8 receptie

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.

Prioritering in locatie en gebouw eigenschappen per door 3 gebruikersgroepen

Niveau: Locatie

Creatieve Zakelijke Dienstverlening		Kunst		Media & Entertainment	
bereikbaarheid per OV	1	bereikbaarheid per fiets	1	bereikbaarheid per fiets	1
bereikbaarheid per auto	2	bereikbaarheid per OV	2	bereikbaarheid per auto	2
bereikbaarheid per fiets	3	veiligheid	3	bereikbaarheid per OV	3
veiligheid	4	bereikbaarheid per auto	4	veiligheid	4
winkels in de nabijheid	5	winkels in de nabijheid	5	winkels in de nabijheid	5
culturele fac. in de nabijheid	6	culturele fac. in de nabijheid	6	woonfuncties in de nabijheid	6
woonfuncties in de nabijheid	7	woonfuncties in de nabijheid	7	culturele fac. in de nabijheid	7
restaurant en café in de nabijheid	8	restaurant en café in de nabijheid	8	restaurant en café in de nabijheid	8
Kendall W*	0,244	Kendall W*	0,331	Kendall W*	0,254

Niveau: gebouw

Creatieve Zakelijke Dienstverlening		Kunst		Media & Entertainment	
comfort	1	comfort	1	multi tenant gebouw	1
interieur representativiteit	2	indelingsflexibiliteit	2	comfort	2
multi tenant gebouw	3	multi tenant gebouw	3	interieur representativiteit	3
klein huurbare werkunits	4	verdiepingshoogte	4	herkenbaarheid gebruiker	4
indelingsflexibiliteit	5	herkenbaarheid gebruiker	5	klein huurbare werkunits	5
herkenbaarheid	6	interieur representativiteit	6	exterieur representativiteit	6
exterieur representativiteit	7	exterieur representativiteit	7	indelingsflexibiliteit	7
verdiepingshoogte	8	klein huurbare werkunits	8	verdiepingshoogte	8
Kendall W*	0,043	Kendall W*	0,114	Kendall W*	0,117

Arkenbout, R. (2012), Kantoor Binnenste Buiten. Gebruikersvoorkeuren bedrijfshuisvesting creatieve industrie in Nederland. Afstudeerscriptie Faculteit Bouwkunde TU Delft.

Prioritering in voorzieningen door 3 gebruikersgroepen

Niveau: Gebruik

Creatieve Zakelijke Dienstverlening		Kunst		Media & Entertainment	
internet (wifi)	1	beveiliging	1	internet (wifi)	1
ontmoetingsplekken	2	ontmoetingsplekken	2	beveiliging	2
beveiliging	3	internet (wifi)	3	ontmoetingsplekken	3
maandelijks huurcontract	4	maandelijks huurcontract	4	maandelijks huurcontract	4
schoonmaakdienst	5	restaurant en café	5	schoonmaakdienst	5
repro faciliteiten	6	schoonmaakdienst	6	repro faciliteiten	6
restaurant en café	7	repro faciliteiten	7	restaurant en café	7
receptie	8	receptie	8	receptie	8
Kendall W*	0,199	Kendall W*	0,263	Kendall W*	0,298

Arkenbout, R. (2012), Kantoor Binnenste Buiten. Gebruikersvoorkeuren bedrijfshuisvesting creatieve industrie in Nederland. Afstudeerscriptie Faculteit Bouwkunde TU Delft.

Indeling naar centralisatiebehoefte

Kunnen afdelingen los van elkaar gehuisvest worden of moeten ze bij elkaar worden gehuisvest?

Afhankelijk van:

- codificeerbaarheid van de activiteiten
- afhankelijkheid van andere afdelingen.
- horizontale en verticale verdeling van de organisatie.
- wel of geen contact met klanten
- functie van de afdeling: al of niet kantoor

Bronnen: Evison, Birkinshaw, Barden, Terjesen (2004); Singer (200?)

In: Van Ussel J.F.M.A. (2010), Optimal Real Estate Strategy. Model voor het optimaliseren van de dynamische organisatie huisvesting. Afstudeerscriptie Fac. Bouwkunde TU Delft.

Locatie opties naar centralisatiebehoefte

Codificeerbaarheid geeft de mate weer waarin activiteiten via protocollen of routines uit te voeren zijn.

Afhankelijkheid geeft de mate weer van samenwerking en afhankelijkheid tussen de afdelingen

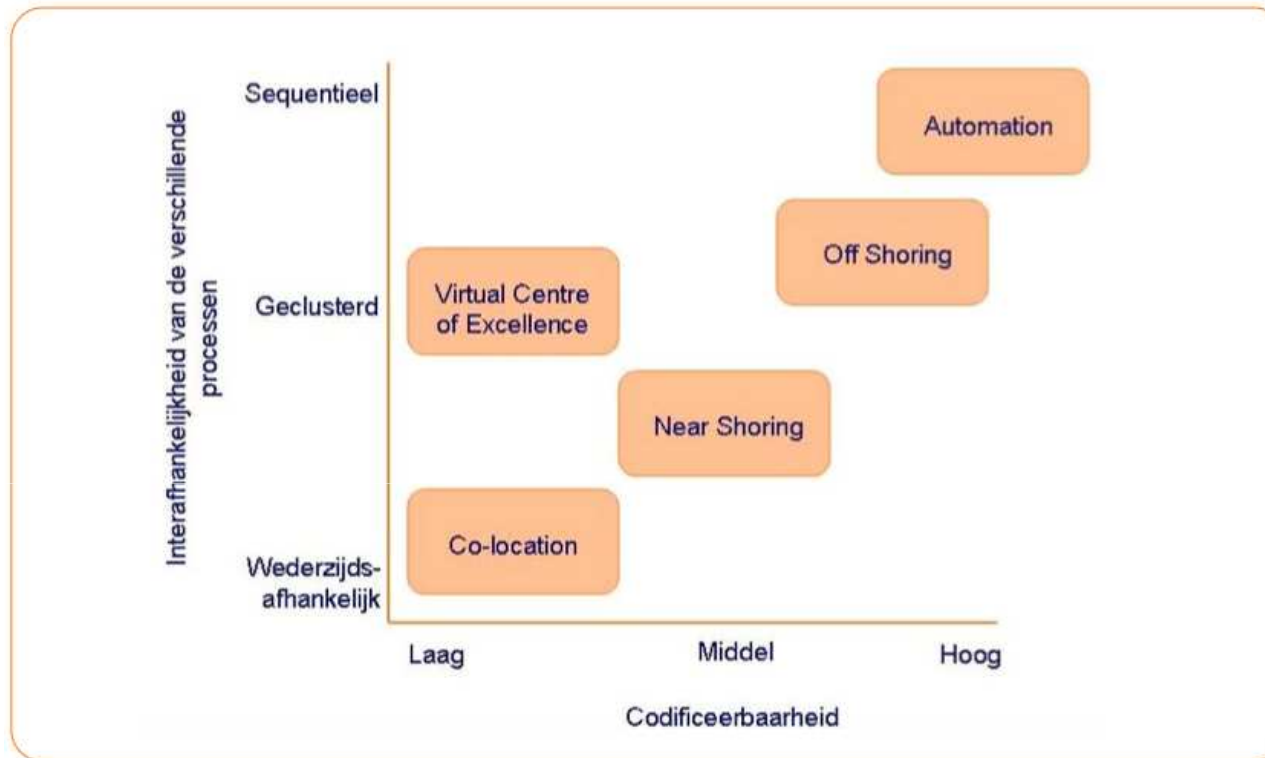
De twee dimensies gecombineerd leveren volgens Evison (2004) vijf locatie opties op:

- Co-location.
- Virtual Centre of Excellence,
- Near shoring
- Off-shoring
- Automation

Bronnen: Evison, Birkinshaw, Barden, Terjesen (2004); Singer (200?)

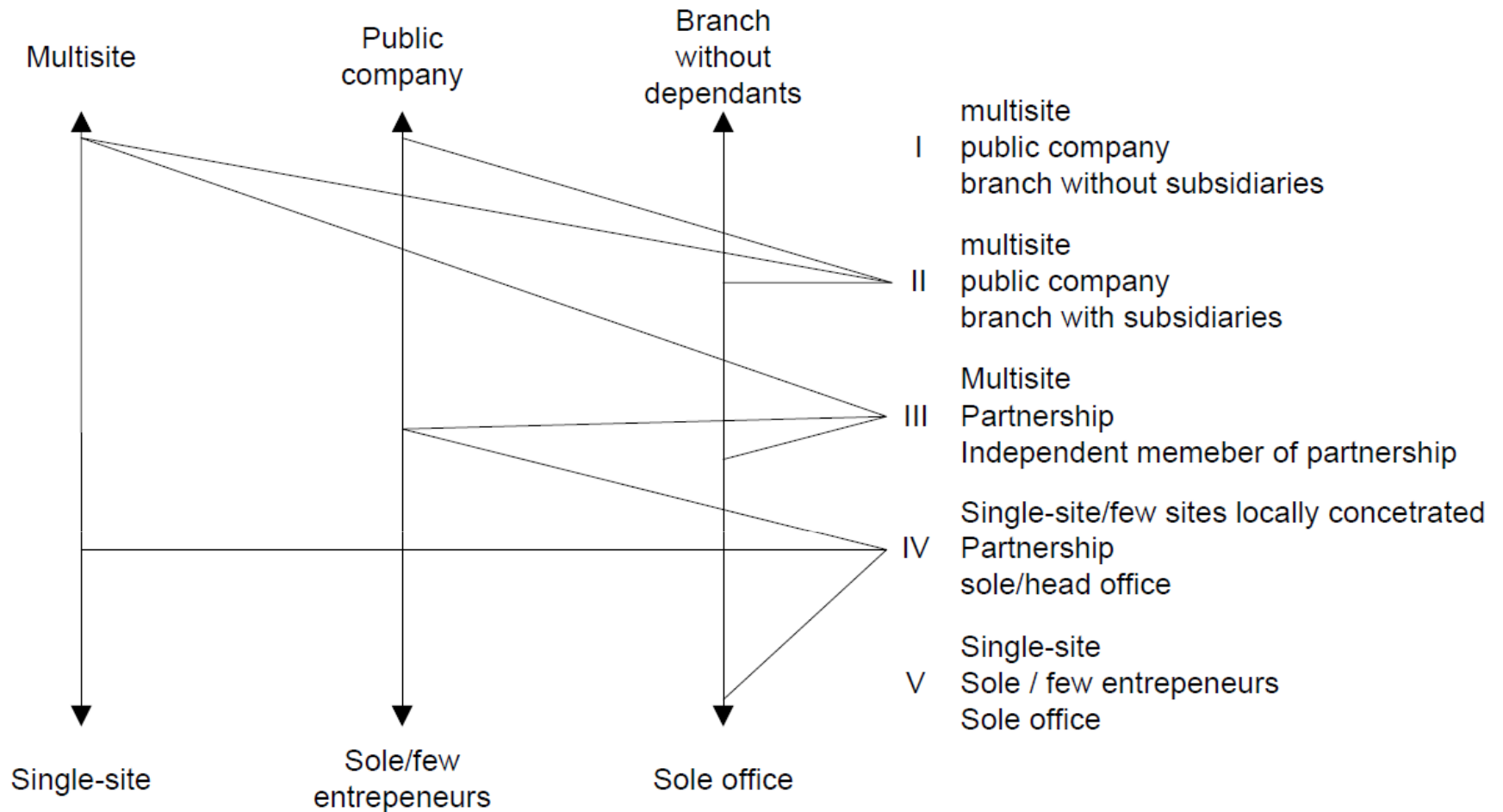
In: Van Ussel J.F.M.A. (2010), Optimal Real Estate Strategy. Model voor het optimaliseren van de dynamische organisatie huisvesting. Afstudeerscriptie Fac. Bouwkunde TU Delft.

Locatie opties naar centralisatiebehoefte



Bronnen: Evison, Birkinshaw, Barden, Terjesen (2004); Singer (200?)

In: Van Ussel J.F.M.A. (2010), Optimal Real Estate Strategy. Model voor het optimaliseren van de dynamische organisatie huisvesting. Afstudeerscriptie Fac. Bouwkunde TU Delft.

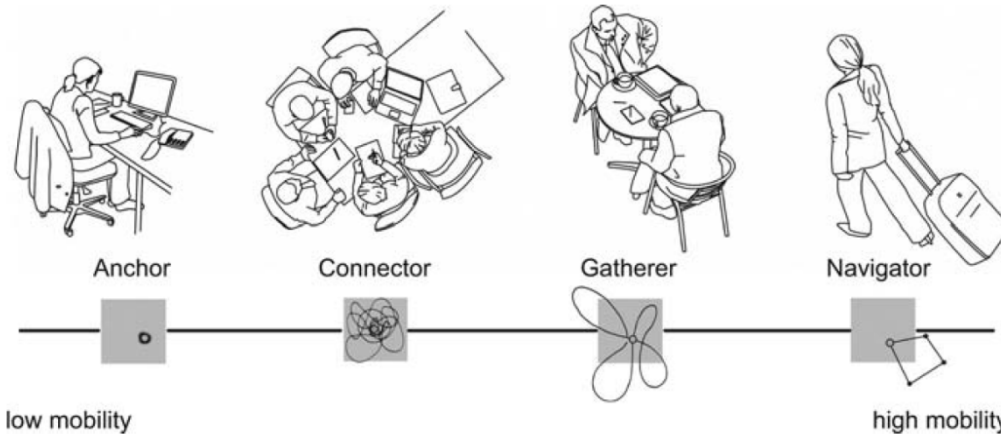


Verschillende typen ondernemingen volgens Edwards, 1983
 In: Louw, 1996, Kantoorgebouw en vestigingsplaats. Delft: OTB.

Doelen van verschillende stakeholders

Stakeholder	Doel
Kantoorgebruiker	Hoge kwaliteit kantoorruimte voor een zo laag mogelijke huurprijs
Kantooreigenaar	Hoge kwaliteit kantoorruimte verhuren voor een zo hoog mogelijke huurprijs
Belegger	Belegging met het hoogste rendement
Ontwikkelaar	Ontwikkelingen realiseren en hierbij winst maken
Aannemer	Zoveel mogelijk ontwikkelen en hierbij winst maken
Gemeente	Zoveel mogelijk werkgelegenheid in een kwalitatieve kantooromgeving en het aantrekken/behouden van organisaties
Overheid	Zoveel mogelijk werkgelegenheid en het aantrekken/behouden van organisaties
Burger	Een aantrekkelijke en prettige leefomgeving

Bron: De Vries (2007), In: Y. Zaghdoud (2012), Bedrijfs(re)allocatie processen



Greene & Myerson (2011)
 Space for thought:
 designing for knowledge workers.
Facilities (29) no. 1-2, 19-30.

1. Anchor

Iconic sedentary office worker, someone who is reliably in the office every day and likely to be found at their desk during this time. While the Anchor can enjoy seniority as a hub figure within the organization, most tasks are desk based and movement is limited to the areas around the workstation.

2. Connector

The “needle and thread” within an organization. They typically spend half of their time in different places around the building, meeting other people within the company.

3. Gatherer

Relies on many relationships generated away from the office, at client or customer offices and third space locations

4. Navigator

A range of different types of knowledge workers who are all, to a certain extent, visitors to their own office, e.g. a contractor who is employed on a project basis, or a consultant who arrives for a meeting and needs access to a space to sit down and use their laptop.

Generatieverschillen en invloed van leeftijd

Traditionalists (1909-1945)	Boomers (1946-1964)	Gen X'ers (1965-1978)	Millennials (1979-2000)
<i>Influences</i> Privation of WWs, Churchill, Roosevelt, De Gaulle, Military Service, Class system, train travel	JFK, contraception, television, Beatles, Swinging 60s	The Cold War, Thatcher, Mitterrand, Kohl, Star Wars, Rock music, European Union, car travel	Computers, Internet, mobile phones, Instant messaging, gaming, global warming, Facebook, cheap air travel
<i>Characteristics</i> Dedication, sacrifice, conformity, respect, hierarchy, patience, duty before pleasure	Optimistic, team orientated, personal gratification, health and wellbeing, personal growth, work involvement, forever young	Independent, diverse, global thinkers, technological, fun, informal, self-reliant, pragmatic, detached, entrepreneurial	Optimism, civic duty, confident, easily bored, sociable, moral, streetwise, environmental, nurtured
<i>Pros</i> Stable, loyal, detail, orientated, thorough, hard working	Driven, aggressive, aim to please, team players, relationship focused, service orientated	Adaptable, techno literate, independent, unintimidated by authority, creative	Meaningful work, tenacious, multi-tasking, realistic, tech savvy, heroic spirit
<i>Cons</i> Resistance to change, reluctant to rock the boat, shy from conflict, inexpressive and reserved	Technologically challenged, reluctant to disagree with peers, process ahead of result, self-centred, not budget minded	Impatient, different manners, sceptical, perceived as lazy, quick to criticise, lack of assertiveness, emphasise result over process	Need for structure and supervision, inexperienced, job hoppers, work is not everything
<i>Workplace style</i> Derive identity from place, space reflects accomplishment and position, hierarchy, boundaries	Importance of corporate culture and feeling part of the whole, private office, break away private enclaves, collaboration spaces, centralised knowledge centre	Look and quality are important, enjoy the extras, support expression in individual space, personal flexible mobile workstations, alternative officing, open accessible leadership team areas	They can work anywhere, informal and fluid use of space, space for mentoring: fun open collaborative spaces, plug and play tech environment, no boundaries or hierarchy

Evolutie in speerpunten huisvesten in relatie tot Maslow

2000					Communicatie en inspiratie
Jaren '90				Comfort en representatie	
Jaren '80			Uitstraling centraal		
Jaren '70		Efficiënt			
Jaren '60	Functioneel				
	Primaire behoeften	Bestaanszekerheid	Sociale behoefte	Erkenning	Zelfontplooiing

Bron: Stevens, R.P.M.(2006), De huisvestingsmanager als edelsmid. *FMI* Oktober 2006, p.15, 17.

Conclusie

- ❑ Veel verschillende indelingen van typen gebruikers
- ❑ Sommige indelingen vaker/breder toegepast dan andere
- ❑ Weinig cijfers beschikbaar over gebruikerswensen per type gebruiker. Er is wel een toename in onderzoek naar differentiatie in locatie- en gebouw eisen per type kantoorgebruiker
- ❑ ER is in toenemende mate aandacht voor gebruikerseisen ten aanzien van voorzieningen
- ❑ Er is behoefte aan vervolgstudie en consensus over een typologie van kantoorgebruikers en wensen per type