

Het bedrijfsverzamelgebouw

Appendices

Door: Jeroen Ketting
Masterrichting Real Estate & Housing,
Afdeling Real Estate Management
Technische Universiteit Delft, Faculteit bouwkunde

20 Mei 2014,

Appendix 1 t/tm 3



Inhoudsopgave

Appendix 1. Enquête 4

Vragenlijst	4
-------------------	---

Appendix 2. Casestudies..... 14

Schieblock.....	15
Bouncespace	19
Kauwgomballenfabriek.....	22
Atoomclub.....	25
Zuidpark	28

Appendix 3. Interviews31

Interview schema - Ontwikkelaars.....	32
Interview schema - LSI.....	35
Interview schema - Bureau broedplaatsen.....	37
Samenvatting interview - Schieblock.....	39
Samenvatting interview - Kauwgomballenfabriek	41
Samenvatting interview - Bouncespace.....	43
Samenvatting interview - Atoomclub	45
Samenvatting interview - Zuidpark	47

Appendix 1. Enquête

Vragenlijst

Geachte heer/mevrouw,

De volgende survey is voor een onderzoek naar het functioneren van bedrijfsverzamelgebouwen. Doel van het onderzoek is om verhuurders inzicht te geven in uw behoeften. Door uw voorkeur te meten kunnen uitspraken gedaan worden over de relevantie van aangeboden diensten. Hierbij is het belangrijk dat u de survey waarheidsgetrouw invult.

Als eerst vraag ik u om wat achtergrond informatie te geven over u en uw bedrijf. Hierna vraag ik u om het uw voorkeur uit te spreken op niveau van locatie, gebouw en faciliteiten. Hierna volgen 2 vragen over de huidige huurlocatie en het belangrijkste voordeel voor uw bedrijf. Als laatste vraag u om een aantal stellingen over het bedrijfsverzamelgebouw te beantwoorden.

De totale survey bestaat uit 24 vragen.

Alvast hartelijk dank voor uw tijd en moeite.

Jeroen Ketting

MSc student TU Delft, afdeling Real Estate & Housing. Afstudeerrichting 'Real Estate Management', Transformatie lab.

A. Bedrijfsinformatie

1. In welk bedrijfsverzamelgebouw is uw organisatie gevestigd?

2. Namens welke organisatie vult u deze survey in?

3. Hoe lang bestaat uw organisatie al?

_____ *Jaar*

4. Hoeveel mensen werken in uw organisatie?

- ☐ *1*
- ☐ *2-5*
- ☐ *6-10*
- ☐ *11-50*
- ☐ *50+*

5. De scope van uw organisatie is....

- ☐ *Regionaal*
- ☐ *Nederland*
- ☐ *Europa*
- ☐ *Wereldwijd*

6. Is uw organisatie ook op andere locaties in Nederland gevestigd?

- ☐ *Nee, dit is de enige vestiging*
- ☐ *Ja*

7. Hoe lang huurt u al in dit bedrijfsverzamelgebouw?

_____ *Maanden*

8. Hoe lang is de looptijd van het huurcontract in totaal?

_____ *Maanden*

9. Hoe gaan werknemers van uw bedrijf voornamelijk naar werk?

- ☐ *te voet*
- ☐ *per fiets*
- ☐ *per auto*
- ☐ *per OV*

10. In welke sector bent u hoofdzakelijk actief? (1 mogelijk)

- ☐ *kunst en cultureel*
- ☐ *creatief zakelijke dienstverlening*
- ☐ *media en entertainment*
- ☐ *financieel*
- ☐ *advies*
- ☐ *legaal*
- ☐ *techniek*
- ☐ *Anders nl.* _____

11. Is uw onderneming wel eens een samenwerking aangegaan met een ander bedrijf die huurt in dit gebouw?

- ☐ *Ja*
- ☐ *Nee (ga door naar vraag 12)*

11a. Zo ja, hoeveel keer is dit voorgevallen?

- ☐ *1*
- ☐ *2-5*
- ☐ *6-10*
- ☐ *10+*

11b. Deed u met dat bedrijf allebei hetzelfde type werk of vulden de bedrijven elkaar aan?

- ☐ *Hetzelfde type werk*
- ☐ *Elkaar aanvullend werk*

12. Heeft u het idee dat u onderdeel uitmaakt van een netwerk in het bedrijfsverzamelgebouw?

- ☐ *Ja*
- ☐ *Nee (ga door naar vraag 13)*

12a. Zo ja, waarvoor dient dit netwerk? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ *Voor het delen van kennis & gegevens*
- ☐ *Voor het delen van werkzaamheden*
- ☐ *Voor het delen van kosten*
- ☐ *Voor sociaal contact*

13. Rangschik welk 'netwerk' doel u het belangrijkste vindt van (1) hoog naar (4) laag.

- Voor het delen van kennis & gegevens
- Voor het delen van werkzaamheden
- Voor het delen van kosten
- Voor sociaal contact

14. Via welk kanaal heeft uw bedrijf dit gebouw hoofdzakelijk gevonden?

- ☐ *via mond op mond*
- ☐ *lokale kranten*
- ☐ *makelaar of makelaarssites*
- ☐ *via een (wetenschappelijke) publicatie*
- ☐ *sociale media*
- ☐ *Anders nl.* _____

15. Vul aan... Ik geef de voorkeur aan huisvesting met medehuurders uit:

- ☐ *dezelfde sector met dezelfde werkactiviteiten*
- ☐ *dezelfde sector met verschillende werkactiviteiten*
- ☐ *een andere sector*
- ☐ *geen voorkeur*

16. Vul aan... Eventuele netwerken die ontstaan en die ons helpen in het voeren van ons bedrijfsproces ontstaan: (kies het antwoord dat zo dicht mogelijk bij de waarheid zit)

- ☐ *toevallig, bij een koffieapparaat of in een gemeenschappelijk ruimte*
- ☐ *afgesproken, bewust opzoeken van een relevante medehuurder in het gebouw*
- ☐ *georganiseerd, bij een (informele)netwerkgelegenheid*
- ☐ *via het internet, los van dit bedrijfsverzamelgebouw*
- ☐ *Anders nl.* _____

17. Vul aan... in de keuze om te huren in dit gebouw is het belangrijkste:

- ☐ *het exterieur van het gebouw*
- ☐ *het interieur van het gebouw*
- ☐ *het verhaal van het gebouw*
- ☐ *de mensen in het gebouw*
- ☐ *Anders nl.* _____

B. Wat vind u belangrijk?

18. Als u het **ideale bedrijfsverzamelgebouw** zou moeten schetsen. Welke aspecten zou u het belangrijkste vinden? Let op, dit gaat niet over uw huidige huurlocatie.

18a. Rangschik de locatie-eigenschappen van belangrijk (1) tot niet belangrijk (8) :

- | | |
|----------------------|---|
| <input type="text"/> | Restaurant & cafés in de nabijheid |
| <input type="text"/> | Bereikbaarheid per auto |
| <input type="text"/> | Winkels in de nabijheid |
| <input type="text"/> | Veiligheid |
| <input type="text"/> | Bereikbaarheid per OV |
| <input type="text"/> | Representativiteit van de directe omgeving |
| <input type="text"/> | Bereikbaarheid per fiets |
| <input type="text"/> | Aanwezigheid van woonfuncties in de nabijheid |

18b. Rangschik de gebouw-eigenschappen van belangrijk (1) tot niet belangrijk (8):

- | | |
|----------------------|---------------------------------|
| <input type="text"/> | Kleine huurbare werkunits |
| <input type="text"/> | Interieur representativiteit |
| <input type="text"/> | Exterieur representativiteit |
| <input type="text"/> | Indelingsflexibiliteit |
| <input type="text"/> | Comfort van het binnenklimaat |
| <input type="text"/> | Verhaal van het gebouw |
| <input type="text"/> | Herkenbaarheid van de gebruiker |
| <input type="text"/> | Verdiepingshoogte (+3 m) |

18c. Rangschik de aangeboden faciliteiten van belangrijk (1) tot niet belangrijk (8):

- | | |
|----------------------|---|
| <input type="text"/> | Koffiegelegenheid intern |
| <input type="text"/> | Dat er formele netwerk mogelijkheden georganiseerd worden (presentaties, congres) |
| <input type="text"/> | Beveiligingsdiensten |
| <input type="text"/> | Receptiedienst |
| <input type="text"/> | Ontmoetingsplekken met medehuurders |
| <input type="text"/> | Schoonmaakdiensten |
| <input type="text"/> | Repro faciliteiten |
| <input type="text"/> | Dat er informele netwerk mogelijkheden georganiseerd worden (borrels, etc.) |

19. Specifiek over het bedrijfsverzamelgebouw waar u nu huurt. Vul in... Het belangrijkste voordeel dat dit bedrijfsverzamelgebouw met zich meebrengt, van belangrijk (1) tot niet belangrijk (8) vind ik:

- | | |
|----------------------|--|
| <input type="text"/> | Dat ons bedrijf past bij het verhaal van dit gebouw & verhurende partij |
| <input type="text"/> | Dat het huurtermijn flexibel is, hierdoor hebben we meer bewegingsvrijheid |
| <input type="text"/> | Dat het gebouw de juiste faciliteiten aanbied die ik zoek |
| <input type="text"/> | Voor het netwerk dat dit gebouw vertegenwoordigd |
| <input type="text"/> | Dat de huurprijs goed is |
| <input type="text"/> | Dat de locatie de juiste faciliteiten aanbied die ik zoek |
| <input type="text"/> | Dat de omgang met de eigenaar is prettig en direct is |
| <input type="text"/> | Dat ons bedrijf er baat bij heeft om dicht bij de bedrijven te zijn die hier huren |

20. De belangrijkste reden om hier te huren is van hoog (1) naar laag (3) vind ik:

- | | |
|----------------------|-------------------------------|
| <input type="text"/> | De locatie |
| <input type="text"/> | Het gebouw |
| <input type="text"/> | De faciliteiten in het gebouw |

C. De rol van het ideale bedrijfsverzamelgebouw

21. Welke rol zou een bedrijfsverzamelgebouw volgens u moeten vervullen? Op een schaal van 1 (totaal oneens) tot 7 (totaal eens), omcirkel het getal die het best overeenkomt met de stelling.

<i>Het gebouw zou het sociale ontmoetingen tussen huurders moeten stimuleren.</i>								
Totaal <u>oneens</u>	1	2	3	4	5	6	7	Totaal <u>eens</u>
<i>Het gebouw zou kennisdeling tussen huurders actief moeten stimuleren.</i>								
Totaal <u>oneens</u>	1	2	3	4	5	6	7	Totaal <u>eens</u>
<i>Het gebouw moet facilitaire diensten uit handen nemen zodat wij ons kunnen richten op onze onderneming.</i>								
Totaal <u>oneens</u>	1	2	3	4	5	6	7	Totaal <u>eens</u>
<i>Het gebouw moet actief een 'community' opbouwen.</i>								
Totaal <u>oneens</u>	1	2	3	4	5	6	7	Totaal <u>eens</u>
<i>Het gebouw moet een verhaal vertellen waar mijn organisatie zich in kan vinden.</i>								
Totaal <u>oneens</u>	1	2	3	4	5	6	7	Totaal <u>eens</u>
<i>Het gebouw moet flexibele (huur)mogelijkheden hebben om onzekerheid over de toekomst van ons bedrijf op te vangen.</i>								
Totaal <u>oneens</u>	1	2	3	4	5	6	7	Totaal <u>eens</u>
<i>Het gebouw moet een 'fabriekje' worden waarin wij samen met mede huurders opdrachten kunnen oppakken.</i>								
Totaal <u>oneens</u>	1	2	3	4	5	6	7	Totaal <u>eens</u>
<i>Het gebouw moet alleen de juiste bedrijven toelaten die een aanvulling op elkaar zijn.</i>								
Totaal <u>oneens</u>	1	2	3	4	5	6	7	Totaal <u>eens</u>

22. Voor welke diensten die een bedrijfsverzamelgebouw u kan bieden, zou u bereid zijn meer te betalen? (kies maximaal 2)

- ☐ *informele netwerkmomenten*
- ☐ *formele netwerkmomenten*
- ☐ *flexibiliteit*
- ☐ *sociale ontmoetingsruimte*
- ☐ *de juiste bedrijven om ons heen*

23. Wat zou u op dit moment nog meer verlangen van uw huidige huisvesting?

24. Heeft u nog op- of aanmerkingen?

Dank voor uw bijdrage.

Appendix 2. Casestudies

Verhuur in?	Permanent of tijdelijk?	Doelgroep?	Opleverniveau?	Locatie?	Investeringspercentage?*
-------------	-------------------------	------------	----------------	----------	--------------------------

Schieblock - “Gebouw als tijdelijk stadslab.”

2010 - 2014

Vierkante meters	Tijdelijke ontwikkeling	Creatief zakelijke dienstverlening	Casco	Binnenstedelijk	68%
------------------	-------------------------	------------------------------------	-------	-----------------	-----

Bouncespace - “Tijdelijke locatie als vliegwiel voor community vorming.”

2012 - 2013

Werkplek	Tijdelijke ontwikkeling	Startups	Full service	Binnenstedelijk	3%
----------	-------------------------	----------	--------------	-----------------	----

Kauwgomballenfabriek - “Complex als een dwarsdoorsnede van de creatieve industrie.”

2006 - ?

Vierkante meters	Permanente ontwikkeling	De creatieve klasse	Casco en plug&play	Bedrijventerrein	51%
------------------	-------------------------	---------------------	--------------------	------------------	-----

Atoomclub - “Mensen willen ontzorgd worden, die wil binnenkomen en dat alles geregeld is.”

2010 - ?

Werkplek	Permanente ontwikkeling	Zakelijke dienstverlening	Full service	Bedrijventerrein	17%
----------	-------------------------	---------------------------	--------------	------------------	-----

Zuidpark - “It’s not about the product, it’s about the story.”

2011 - ?

Vierkante meters	Permanente ontwikkeling	Zakelijke dienstverlening	Casco	Bedrijventerrein	67%
------------------	-------------------------	---------------------------	-------	------------------	-----

Schieblock

“Tijdelijkheid als proefvijver voor het permanente”

Het Schieblock is een tijdelijke ontwikkeling. Het gebouw is ontworpen als kantoorgebouw om een verzekerings bedrijf huis te vesten in de jaren '70, sindsdien gefungeerd als school, bedrijfskantoren, woningen en als recreatieve locatie. Hierna heeft het 15 jaar leeg gestaan en heeft Vanaf 2000 tot 2010 werd het Schieblock beheerd door ZUS. Deze anti-kraak regeling gold omdat het gebouw altijd nog op de nominatie stond om gesloopt te worden (ZUS, 2009). ZUS heeft samen met ontwikkelaar CODUM in 2009 een business case gemaakt om een tijdelijke exploitatie op gang te helpen. Dit plan gold voor 4 jaar. In Mei 2010 zijn de deuren geopend. Vooral ZUS heeft met het gebouw een zeer groot -vooral publiek- momentum gecreëerd en profileert het Schieblock als ‘een protest tegen een speculatieve investeringscultuur en gebiedsontwikkeling’.

1. Locatie & Bereikbaarheid

Het Schieblock ligt in het centraal zakencentrum (CZ) van Rotterdam. In het gebied staat in totaal 766,000 m² aan kantoorruimte, hiervan staat 14,1% leeg in 2011. Per jaar wordt er ongeveer 36,000 m² opgenomen door de markt. In dit gebied staan in totaal 38 kantoorgebouwen waaronder het Schieblock (CBRE, 2012). In het CZ valt het Schieblock onder het gebied Weena. De directe omgeving staat al een tijd lang op de nominatie om gesloopt te worden maar is tot heden nog niet aangepakt, het voorzieningsniveau en de uitstraling van de directe omgeving zijn daarmee achterstallig. Binnen een paar minuten is echter de binnenstad van Rotterdam met al zijn faciliteiten. De locatie is per OV goed te bereiken, binnen 500 meter ligt het centraal station van Rotterdam en daarmee erg veel trams en bussen. Per Auto is de locatie ook goed te bereiken, parkeren kan in de buurt. De locatie krijgt een walkscore van 88 wat aangeeft dat vrijwel alle diensten op voet te verkrijgen zijn.

2. Gebouw

Het gebouw is een kantoorgebouw met een grindsteengevel uit de jaren '70 en heeft een zakelijke/rationele gevel. In totaal heeft het een Bruto vloeroppervlak van 9.045 m² verspreid over 9 bouwlagen. Het gebouw is 7 verdiepingen hoog en heeft op het dak een urban farming roof. Het gebouw heeft een vrije kolommenstructuur van variërende stramienmaten. In de dwarsrichting is het pand aan de Schiekade 63 meter breed met stramienmaten van 6.16 meter. In de diepte is hij 15 en 25 meter diep, met respectievelijk stramienmaten van 4.37 en 6.14 meter.



“Nou ja, het gebouw stond 15 jaar leeg. Onder bouwkundig valt niet de sloopwerkzaamheden maar er is natuurlijk veel gesloopt en de bouwkundige infrastructuur is nieuw aangebracht. Dus de wanden, de deuren, vluchtwegen en ga zo maar door. Dus dat is helemaal vanuit nul is dat weer opgebouwd. Alleen het casco en de gevel zat er in.”

3. Huurders

In het Schieblock huren in totaal 63 bedrijven (peildatum = sept. 2013). Deze bedrijven nemen gemiddeld 93 vierkante meter per stuk af. Er zijn 12 plekken voor ZZP'ers, hiervan zijn er 7 verhuurd. De huurders behoren tot de 'creatieve zakelijke dienstverlening' en zijn actief in zaken als ontwerp, architectuur, webdesign, reclame, stedenbouw en meer. Getracht is door CODUM om een zo gevarieerd mogelijke bezetting te realiseren. Dit doen ze door maximaal 2 van dezelfde professie per verdieping toe te laten en een selectieprocedure. De huurders moeten aantonen dat ze minimaal 2 jaar bestaan als bedrijf, het zijn geen startups. De grootste huurder van het pand is Mangrove die 811 vierkante meter huurt.

“Variatie is nodig om kruisbestuiving te bevorderen, niet dat het allemaal eenheidsworst is. Onze visie daarin is dat we een soort ecosysteem willen neerzetten waar iedereen van elkaar kan profiteren, en als je allemaal precies hetzelfde doet dan gaat dat maar tot op zekere hoogte. Op het moment dat je wel dezelfde mindset hebt dat je aan de dezelfde opdrachten kan werken maar dan allerlei verschillende functies binnen die opdracht kan vervullen dan is de kans op samenwerking en meer handel groter. Wij selecteren op diversiteit.”

Grootte m2	< 15	15 - 50	50 - 100	100 - 250	250 - 500	500 - 1000
# huurders	7	38	11	11	4	1
Totaal m2	96	1088	935	1981	1478	812

4. Faciliteiten

Het Schieblock biedt weinig extra faciliteiten aan. Het opleverniveau van de ruimtes is casco waarbij op basis van huurderswensen een inbouwpakket voorzien kan worden door CODUM. In de huurprijs zitten schoonmaak, beveiliging, GWL en internet & telefonie. Er is geen receptie. Parkeren wordt niet voorzien door het Schieblock.

5. Juridisch

Het aanhuurcontract met de eigenaar LSI duurt 4 jaar in totaal. Hierin is een totaal bedrag afgesproken van € 316.667,-. CODUM heeft dit contract op risico gesloten, zij moeten de huur garanderen en het gebouw antikraak houden. Het gemiddelde verhuurcontract is 1 jaar. De huurders zijn micro- en kleine bedrijven die behoefte hebben aan 'flexibiliteit', mede doordat een tijdelijke ontwikkeling is lukt dit ook. Huurders nemen genoeg met een aflopend huurtermijn en weten dat het project op kan houden te bestaan. Er zijn huurcontracten ontbonden omdat er een huurder wilde verhuizen en er een nieuwe huurder gevonden was, hier werden geen consequenties aan verbonden.

6. Financiering

Voor de financiering heeft het Schieblock gebruik gemaakt van meerdere kanalen. Er is geen banklening overeengekomen maar de grootste vorm van lening is in de vorm van een bouwdepot. Bij aanvang heeft CODUM van 5 verschillende vormen van financiering gebruik gemaakt. Er is geen lening met een bank afgesloten.

1.) De aannemer heeft facturen later verstuurd en de bouwsom van 1,575 miljoen is in de looptijd van 4 jaar terugbetaald gekregen. (2.) De huurders hebben waarborgsommen neergelegd voor de verhuur en hiermee meeholpen in de financiering voor 203.000 euro. Dit bedrag wordt terugbetaald bij vertrek van huurders. (3.) Gemeente Rotterdam dienst economische zaken heeft een subsidie van 200.000 euro

verstrekt bij aanvang van het project. (4.) De eigenaar LSI heeft een investeringsbijdrage van 252.560,- euro bijgedragen aan de ontwikkeling van het plan. (5.) Persoonlijk hebben CODUM & ZUS hun management fees bevroren tot er zicht was op positieve cijfers, het ziet er naar uit dat ze 511.838,- van hun verwachte 960.000,- aan ontwikkelfees gaan ontvangen.

7. Financiële haalbaarheid

CODUM heeft een exploitatieprognose gemaakt. De uiteindelijke financiële haalbaarheidstoets was cashflow gedreven. Het uiteindelijke doel van de ontwikkeling is 'om na een looptijd van 4 jaar uit de rode cijfers te komen'. Er is niet gerekend met een BAR of DCF, er is een jaar op jaar prognose gemaakt van de cashflowstromen. De methodiek van berekenen is zowel de voordeur als de achterdeur methode geweest in wisselwerking met elkaar.

“We hebben eerst een exploitatie opgezet waarbij er een aantal variabelen zijn, en daarbij hebben we gezegd, wat verwachten we daarvoor aan huur te kunnen vragen uit onze eigen ervaring. Toen hebben we hem op 80 gezet, toen kwam er uit dat het eigenlijk 90 zou moeten en toen hadden we hem rond.”

8. Conclusie

Het Schieblock is voor 11 euro per jaar verhuurd aan CODUM & ZUS voor 4 jaar als tijdelijke opvulling. Voor die 4 jaar heeft het Schieblock BV een investering gepleegd om het geheel weer op gang te helpen en is er weer een cashflow op gang gekomen. De tot stand koming van Schieblock is te danken aan 3 facetten; (1) de ondernemers hebben persoonlijk veel tijd en middelen geïnvesteerd om het pand -en daarmee het gebied- weer leven te geven, (2) de financieringsoplossingen zijn inventief en meerdere partijen hebben bijgedragen aan het mogelijk maken van de ontwikkeling en (3) het verhaal en de marketing zijn goed uitgewerkt en hebben daarmee een breed draagvlak gecreëerd bij de huurders en ontwikkelaar.

Uit de Case van het Schieblock kan je leren (1) hoe belangrijk het is om creatief op zoek te gaan naar alternatieve vormen van financiering. Dit is in geval van het Schieblock gelukt doordat de huurders waarborgsommen neerlegde voor aanvang, de aannemer facturen later verstuurde, de gemeente subsidie gaf, de investeerder een investeringsbijdrage gaf en de ondernemers genoeg namen met een lage fee. Ook (2) de authentieke manier hoe het pand in de markt is gezet en het momentum dat het publiekelijk heeft gekregen heeft voor een grote blootstelling aan de media en het publiek gezorgd. Als laatste (3) heeft het Schieblock in vergelijking tot andere bedrijfsverzamelgebouwen (zie tabel X) in omgeving een zeer lage huur, dit sprak een doelgroep aan die voorheen geen kans maakte om in dit gebied te huren. Dit alles zorgt voor een constante toestroom aan nieuwe huurders, een goede bezetting en veel belangstelling.

De financiële haalbaarheid is berekend op een terugverdientijd, deze terugverdientijd is gebaseerd op het exploitatietermijn van 4 jaar, binnen deze tijd moeten de totale investeringen terugverdiend zijn. Nog los van de aanhuur is er een bedrag geïnvesteerd van 219,8 euro de vierkante meter die zorgt voor een jaar huur van 81 euro de vierkante meter per jaar. Omgerekend is dit een verbouw naar huur factor van 2,71. Dit wil zeggen dat het gebouw 2,71 jaar operationeel moet zijn huur moet krijgen om alleen de verbouwkosten terug te verdienen. Voor een totale looptijd van 4 jaar is dit relatief veel en hier geeft CODUM ook aan de bouwkosten post uit de hand is gelopen.

Te zien is dat het Schieblock in vergelijking tot de gevestigde bedrijfsverzamelgebouwen in de buurt een zeer lage prijs heeft en voor voornamelijk kleinere partijen huisvesting biedt.

Naam	WTC de beurs	Groothandelsgebouw	Het Schieblock
Gem. aantal m2 per huurder	272 m2	497 m2	93 m2
Gemiddelde huurprijs (excl.)	204 euro p/m2	170 euro p/m2	81 euro p/m2

Figuur X, bedrijfsverzamelgebouwen in de nabije omgeving van het Schieblock.

Bouncespace

“Locatie als vliegwiel voor community vorming”

Bouncespace is een tijdelijk Web-Tech startup bedrijfsverzamelgebouw gestart door Jorn van Lieshout. Aan de Weteringschans 28 op nog geen minuut lopen van het Rijksmuseum groeide huurder Booking.com uit zijn pand. Het plan voor Bouncespace is gestart in April 2012 en is binnen 1,5 maand klaargestoomd voor verhuur. Medio mei 2012 konden de eerste huurders het pand betrekken. Het voormalige inventaris van Booking.com stond er nog en er was praktisch geen verbouwing nodig. Op het huurcontract zat nog een looptijd van 18 maanden. In deze 18 maanden dient Bouncespace 3 verdiepingen van het pand via een inspanningsverplichting te verhuren voor Booking.com. 2 verdiepingen (710 vierkante meter) mocht hij zelf invullen en zo begon Bouncespace. Gestart is met een formule om vergaderruimte en ontmoetingsruimte af te huren maar dit is in de loop van het plan verschoven naar het huren van werkplekken per maand aan jonge starters. Bouncespace is hiermee ook onderdeel van het netwerk van Seats2Meet geworden.

1. Locatie & Bereikbaarheid

Het kantoorgebouw is een vrijstaand pand gelegen aan de singel in Amsterdam. Binnen Amsterdam valt het perceel onder deelgebied centrum en heeft een zeer representatief overkomen. Volgens DTZ (DTZ, 2014) kent dit gebied vierkant meter prijzen van 160 tot 350 (over 2013) euro, met een mediaan van 228 euro p/m² en is er gedurende 2012 zo'n 41.000 vierkante meter opgenomen door de markt op een aanbod van 138.500 vierkante meter. De locatie kenmerkt zich door kwalitatief hoogwaardige kantoorpanden en kent een goed opnameniveau. De locatie is goed te bereiken per tram, bus en fiets en op loopafstand van het Leidseplein. De plek is niet gelegen dicht bij een snelweg en het gebied heeft weinig parkeerplekken. De directe omgeving heeft een hoog voorzieningsniveau en uitstraling. Het krijgt een Walkscore van 90, dit impliceert dat er geen auto nodig is om de noodzakelijke voorzieningen te bereiken.

“Locatie is belangrijk om community op te bouwen, maar uiteindelijk is community het allerbelangrijkste, feit dat mensen hier huren is niet vanwege die tafel die zo mooi is en zo duur, maar vanwege het feit dat ze weten wie er naast hun zit en wat voor interessante bedrijven er verder in het pand zitten.”

2. Gebouw

Het gebouw is een vrijstaand kantoorpand uit 1979 ontworpen door F.J. van Gool en telt 5 verdiepingen. In de volksmond wordt dit gebouw samen met zijn tweeling “duo kantoor Peper- en Zoutstel” genoemd. In 1982 is er een hevige discussie ontstaan na de oplevering omdat de zakelijke gevels niet goed paste in de negentiende eeuwse architectuur langs de singelgracht. Het kantoor is opgebouwd uit baksteen en beton en samen hebben Peper & Zout 312 vierkante ramen. Het gebouw heeft een bruto vloer oppervlakte van circa 2800 vierkante meter en verhuurbaar circa 2450 vierkante meter, hiervan heeft Bouncespace zelf 710 voor eigen verhuur. Doordat de indeling en veel meubilair is overgenomen hoefde er geen interne wijzigingen plaats te vinden.

3. Huurders

Het pand biedt onderdak aan een mix van grotere bedrijven en startups. Deze huurders zijn allemaal

starters of hebben een startup cultuur. Zo is er Rocket internet, een al gevestigd bedrijf wat zich bezig houdt met het assisteren en financieren van startups. Qua ZZP'ers hebben er op de piek 45 personen een maandcontract afgesloten. Het huurprofiel laat zich kenmerken als Web-Tech, programmeren, creatief, en design. De kwaliteit zit hem erin dat ze allemaal gemeenschappelijk een nieuwe bedrijf aan het starten of net begonnen zijn, bedrijven die niet veel waarde hechten aan tradities en die geen conservatieve instelling hebben.

“We hebben wel een doelgroep hebben die zich binnenstedelijk oriënteert, jonge groep Web-Tech gerelateerd, startups, freelancers die op hun fietsje gewoon naar het werk komen of met het openbaar vervoer, dus dan is binnenstad, centraal gelegen echt wel van belang.”

4. Faciliteiten

In principe is het een ‘full-service’ concept. De inboedel is van Booking.com overgenomen en hiermee was het interieur voor het grote deel voorzien en kon zo worden doorverhuurd. Een tijd lang heeft er een espresso corner in het pand gezeten die van koffie voorzag. Voor het maandbedrag wordt verder in G/W/L, internet, schoonmaak en vergaderruimtes voorzien. Geregeld worden evenementenborrels georganiseerd waarvoor de organisatie een kleine bijdrage vraagt. Verder wordt op pragmatische basis omgegaan met de voorzieningen, mocht een huurder zijn eigen inboedel willen meenemen dan is dat mogelijk. “het is een houtje-touwtje bedoeling hier”.

5. Juridisch

Naar de eigenaar toe heeft Bouncespace een huurcontract voor 18 maanden afgesloten met hierin een inspanningsverplichting om 3 van de 5 verdiepingen te verhuren voor marktconforme prijzen en deze direct door te betalen aan booking.com. Voor de verhuur is het uiteindelijke concept na veel experimenteren neergekomen op een maandabonnement voor 250 euro inclusief, dit abonnement heet ‘BounceDesk’. Deze contracten zijn per maand opzegbaar. Voor de vaste kantoorvierkante meters zijn de ‘BounceLofts’, dit zijn traditionele voor lange termijn beschikbare meters voor grotere partijen. Met deze partijen wordt een onderhuurcontract afgesloten, de partijen die hiervoor getekend hebben die hebben over het algemeen allemaal getekend voor de volle 18 maanden die nog resteerde op het booking.com contract.

6. Financiering

De financiering is met minimale middelen rond gekomen. Paul Hamm heeft als private financierder persoonlijk een bedrag van 25.000 euro geïnvesteerd in het plan om het startschot te geven, hiermee kon een huurcommitment aan booking.com gegeven worden. Persoonlijk heeft Jorn van Lieshout tijd en moeite geïnvesteerd zonder een hoge management fee.

7. Financiële haalbaarheid

In de aanloop is beredeneerd met een voordeur methode van berekenen. Als eerste is het kapitale budget vastgesteld en hiermee is gekeken hoeveel er dan geïnvesteerd kon worden en wat het bedrag was om te vragen. Bij dit project is dat met minimale financiële middelen gelukt. Bouncespace heeft in 18 maanden bij wijze van vallen en opstaan uit kunnen zoeken wat een haalbare business case is. Ze geven aan dat hun financiële haalbaarheidstoets wordt gemaakt bestaand uit: de producten, de flexibele werkplekken, de vaste werkplekken en de kantoorruimte. In verschillende scenario's wordt hierna gekeken of er een overhead gedraaid kan worden.

“Wij hebben hier echt eerst gewoon gekeken, wat kunnen we investeren, wat is ook de investeerder bereid om daarin bij te dragen, wel natuurlijk bekeken wat daar uit zou komen en wat de risico's waren maar niet, met eerst gekeken wat kan er potentieel aan huur betaald worden, wat de behoeftes zijn en wat we daar voor moeten investeren.”

8. Conclusies

Bouncespace heeft in 18 maanden voor booking.com nog een mooie huurstroom weten te behouden op een aflopend contract. Door het experimenteren is vooral het eerste jaar financieel slecht verlopen, pas laat is de omzwaai naar het verhuren van deskspaces. Het is echter geen blijvende ontwikkeling op een locatie die een zeer goede kantoor-uptake kent. De tot stand koming is te danken aan (1) de mogelijkheid om op deze locatie te experimenteren met het aangeboden concept, (2) het pand dat technisch nog zeer functioneel was, (3) er weinig kapitaal nodig was om te starten.

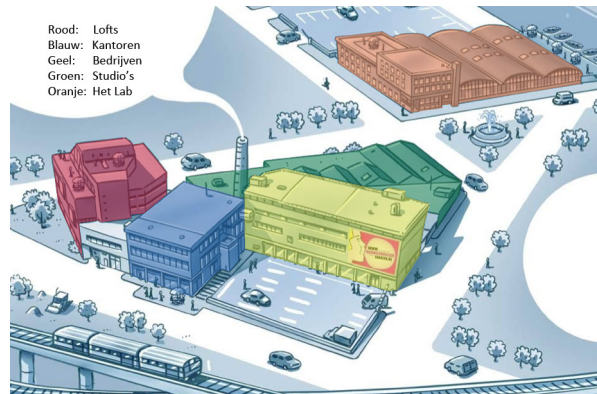
Door het beheren van het pand voor Booking.com en er ruimte werd geboden om te experimenteren heeft Bouncespace een community op kunnen bouwen in een pand waar voorheen 255 euro per vierkante meter gevraagd werd. Deze community werd door Bouncespace als belangrijkste aangewezen, ‘de mensen die je naast je hebt werken’. Mede door deze regeling was er de mogelijkheid om op basis van de behoeftes, diensten, kennis en kunde in samenwerking met de huurders dit concept te vormen.

Kauwgomballenfabriek

“De kauwgomballenfabriek is echt een dwarsdoorsnede van de creatieve industrie.”

De kauwgomballenfabriek is een ontwikkeling gestart door Bob Jansen en Frank van Beek in 2005. Het betreft een voormalig fabriekscomplex op het Amstel Business park in Amsterdam. Maple leaf was de naam van de kauwgomballenfabriek die vanaf 1956 gebruikt werd tot de sluiting op 1 augustus 2003. Lingotto was toen een projectontwikkelaar die een klein kantoor had en uitkeek op het Amstel industrieterrein. In 2005 is de voormalige fabriek door Lingotto gekocht en zijn met

lage investeringen delen van de fabriek aangepakt en verhuurd om het gebouw weer aan de praat te krijgen. In 2006 en 2007 gingen de eerste delen van het plan in gebruik. Het programma is in meerdere fases ontwikkeld, fase 1 bestond uit studio's, bedrijven en kantoren, fase 2 bestond uit lofts en fase 3 uit 'het lab'. Ondertussen telt het programma 17.829 vierkante meter die verhuurd wordt aan 61 huurders variërend van 25 tot 1.553 vierkante meter. In de Kauwgomballenfabriek worden contracten afgesloten met huurders van 3 maanden tot 10 jaar, dit is afhankelijk per bouwdeel en van de huurdersgrootte.



1. Locatie & Bereikbaarheid

De Kauwgomballenfabriek ligt op het industrieterrein Amsterdam Overamstel. Het Amstel Business Park bestaat uit drie deelgebieden, Amstel I, II en III. De Kauwgomballenfabriek staat op Amstel I (de omval), dit gebied is het oudste industrieterrein met voornamelijk de bestemming Handel en Industrie I & II. Het gebied wordt ingeklemd door de A10, de A2, het spoor, de metrolijn en de Amstelrivier. De bereikbaarheid per auto is goed, op nog geen 400 meter van een afrit van de A10. Binnen een straal van 400 meter zijn 2 metro stations en binnen een straal van 1,5 kilometer liggen stations Amstel & Duivendrecht. De kauwgomballenfabriek krijgt een walkscore van 65, wat aangeeft dat er sommige diensten op de voet bereikt kunnen worden.

“Iedereen kent de Maple leaf fabriek. Jochies kwamen er vroeger kauwgom bietsen en heel veel mensen hebben er gewerkt, dus het is een heel goede plek die als fabriek best wel op de mental map van veel Amsterdammers staat. Alleen de locatie niet, het is echt in een bedrijfsterrein.”

2. Gebouw

De kauwgomballenfabriek bestaat uit meerdere bouwdeelen. De eerste fase van het plan bestond uit de studio's, bedrijven en kantoorruimte, de tweede fase bestond uit de Lofts en de laatste fase bestond uit het lab. Elke gebouw heeft een volstrekt eigen karakter, hier volgt een korte omschrijving per onderdeel. De lofts zijn gebouwd in de jaren '70 voor productieruimte en opslag en tel, dit bouwdeel heeft een investering van ongeveer 1000 euro de vierkante meter en is daarmee de duurste investering geweest. De studio's bestaan uit drie aan elkaar grenzende loodsen. De grootste loods heeft een sheddak waardoor

het licht goed verspreid wordt. Een deel van de studio's wordt bezet door 'broedplaatsen', het zijn grote hoge ruimtes voor kunstenaars en maatschappelijke functies. De bedrijven zitten in een industrieel gedeelte met 3 verdiepingen, het heeft verdiepingshoogtes van 4 meter en de bovenste is zelfs 5 meter hoog met weinig kolommen. Het kantoordeel is 3 verdiepingen met verdieping hoogtes van 4 meter en heeft bijzondere paddenstoelvormige kolommen. Het lab is de nieuwste toevoeging aan het programma, het bestaat uit een kantoorgebouw met drie aangesloten hallen met gebogen betonplafonds.

Gebouwdeel	Bouwjaar	Fase	m2 VVO	Huurinkomsten	Huur p/m2	# huurders	Gemiddelde m2
Lofts	Begin '70	2	4.755 m2	€ 820.000,-	€ 172,50	4	1189
Studio's	Deels '50, deels '80	1	4.058 m2	€ 262.000,-	€ 65,-	9	342
Bedrijven	Jaren '60	1	3.582 m2	€ 343.000,-	€ 95,-	20	158
Kantoren	Jaren '50	1	2.464 m2	€ 257.000,-	€ 104,-	9	254
Het Lab	Verm. jaren '60	3	2.970 m2	€ 413.000,-	€ 139,-	19	156
Totaal	-		17.829 m2	€ 2.146.612,-	€ 120,40	61	292 m2

3. Huurders

Op basis van huurgegevens uit 2010 is de volgende orde van grootte gevonden. Alles huurders behoren tot de creatieve industrie. Lingotto heeft een plek in Amsterdam gemaakt voor 'een dwarsdoorsnede' van de creatieve branche. In de kauwgomballenfabriek zitten kunstenaars en culturele huurders, creatieve zakelijke dienstverleners en mensen uit de media en entertainment industrie. Elk gebouwdeel heeft een andere mix aan huurders. Te zien is wel dat van de 61 huurders door 9 grote partijen bijna de helft van de totale vierkante meters wordt gehuurd. Voor een deel zijn het mensen van dezelfde branche 'om een grote klus op te kunnen pakken' en anderzijds ook juist weer variatie omdat je dan 'een nieuw fabriekje wordt'.

"We hebben hier echt de creatieve industrie, maar echt een dwarsdoorsnede. Je kan hem typeren in drie dingen, media en entertainment, creatieve zakelijke dienstverlening en je hebt echt de kunstenaars."

4. Faciliteiten

Lingotto biedt in de Kauwgomballenfabriek alleen de hardware aan, ze geloven in het idee dat ondernemerschap bij de mensen zelf ligt en je daarom niet te veel moet aanbieden. Het opleverniveau is in essentie casco, echter zijn de kleinere ruimtes vaak plug and play. Dit omdat kleinere huurders kortlopende contracten afsluiten en daarmee minder behoefte hebben aan een eigen inbouw.

5. Juridisch

De huurcontracten variëren van 3 maanden tot 10 jaar en de opzegtermijnen variëren van 3 maanden tot 12 maanden. Beide zijn afhankelijk van de grootte van de huurder, hoe meer vierkante meters meer hoe langer de huurcontracten doorgaans zijn. De broedplaatsen hebben zelfs een maximale huurtermijn van 3 jaar, dit omdat er subsidie van bureau broedplaatsen gegeven wordt en bijdraagt aan het starten van een onderneming.

6. Financiering

De eigenaren van Lingotto hebben persoonlijk garant gestaan voor de ontwikkeling. In 2005 hebben ze 'alles bij elkaar geritseld' wat ze konden krijgen en op risico het perceel aangekocht. Dit hebben ze kunnen ondernemen door een financiering van de bank te krijgen. Toen het plan operationeel was en

een gezonde cashflow had is in 2010 besloten om 49% van het economisch belang af te stoten en te verkopen aan een belegger. Bureau Broedplaatsen heeft een eenmalige subsidie afgegeven en ze hebben bij de ontwikkeling meegeholpen door kennis en hun netwerk van potentiële huurders open te stellen.

“De eigenaren van Lingotto, vooral in het begin, die hebben gewoon hun ballen op het hakblok gelegd bij wijze van spreken al het geld bij elkaar geritseld wat ze konden ritselen. Ja, echt zwaar op risico, maar ook banken, de bank die ons gefinancierd heeft die heeft daar ook wel echt lef getoond.”

7. Financiële haalbaarheid

In de planvorming is vooral beredeneerd met een achterdeur methode voor het bepalen van de haalbaarheid. Er is echt gekeken hoeveel de doelgroep te besteden had en hoeveel daarvoor aangeboden kon worden, toen de eerste van het gebouw operationeel waren toen is meer gekeken met een voordeur methode. Hier is het kapitaal budget vastgesteld en daarna de huren bepaald, dit had te maken met ‘markt-maken’. De uiteindelijke toets was voornamelijk cashflow gedreven in het begin, met lage investeringen lagen huren opbrengen. Uiteindelijk zijn er de investeringsbegroting, BAR berekeningen en exploitatiebegrotingen opgesteld.

“Eigenlijk hebben we in het begin vooral gekeken naar wat kan iemand betalen dus wat kunnen we investeren en later wat kunnen we investeren en wat moet hij dan betalen. Dat heeft ook met markt maken te maken, imago aan een plek geven, de kauwgomballenfabriek als een creatief bolwerk.”

8. Conclusies

De kauwgomballenfabriek is een ontwikkeling die de tijd erg mee had. Met komst van het boek van Richard Florida over de opkomst van een creatieve klasse werd een politiek en economisch momentum gecreëerd. Het gebouw heeft na 2 jaar leegstand een herstart ondervonden door met minimale (bouw) investeringen weer een cashflow op gang te krijgen. Naar zeggen van Lingotto zou de financiering in de huidige tijd niet meer gelukt zijn zoals die heeft plaatsgevonden. Voor het succes is het belangrijk om vast te houden aan je concept, en om mee te evalueren met de wensen van je huurders. Af en toe is het belangrijk om nee te zeggen tegen partijen die de geloofwaardigheid van je concept in gevaar brengen. Het is daarom belangrijk om als ontwikkelaar persoonlijk betrokken te blijven om dat concept te waarborgen en om een authentiek verhaal neer te zetten. Het stapsgewijs ontwikkelen heeft er voor gezorgd dat er bekendheid ontstond, het imago van het gebouw als creatieve hotspot ging eigenlijk harder dan dat er feitelijk waar gemaakt werd.

“Onze focus is wel ontwikkelen, maar je kan pas een goed product neerzetten als je ook de klappen die daarna komen op kan vangen. Dus om het in een keer over te dragen naar een nieuwe eigenaar en te zeggen zoek het maar uit, daar maak je geen goede producten mee want je moet zelf weten wat er gebeurt daarna.”

Atoomclub

“Mensen willen ontzorgd worden, die wil binnenkomen en dat alles geregeld is. Het mag basic zijn maar alles moet werken”

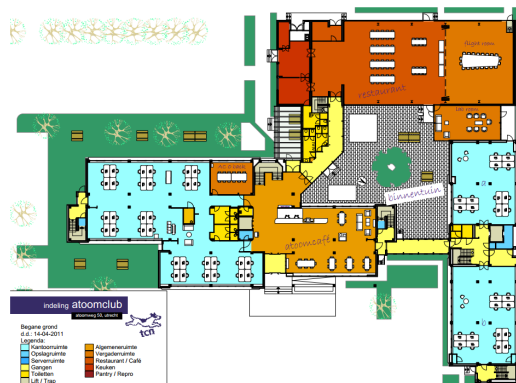
De Atoomclub is een ontwikkeling gestart door TCN in 2010. Het is naar eigen zeggen ‘het leukste gebouw op de leukste plek’. Op het bedrijventerrein in lage weide in Utrecht heeft TCN een typisch jaren 70 kantoorpand getransformeerd tot een bedrijfsverzamelgebouw waar werkplekken voor 595 euro per maand te huur zijn. De Atoomclub is een ‘business center’ waarin de huurder geheel ontzorgd wordt. Er is in totaal plek voor 200 man waarvan er momenteel 180 plekken bezet zijn. De huurders die zijn komen huren zijn geen ZZP’ers, geen grote corporates maar het tussenmaatje, hiervoor betalen ze gemiddelde 550 euro per maand. Voor deze 550 euro krijgen ze vrijwel alle diensten, ze hoeven alleen hun laptop mee te nemen. De diensten zijn op basis van fair use policy. In beginsel is een overeenkomst gesloten dat het gebouw verbeterd wordt bij meer huurders, dit betekend dat bij 60% verhuurd een krokettenmachine komt, bij 70% de inrichting van het buitengebied en bij 80 komt een goed koffiezetapparaat. Dit concept bouwt samen met huurders een pand op in tegenstelling tot een ‘traditionele ontwikkeling’ waarbij je een huurcontract afsluit, groot feest geeft en daarna de verhuurder nooit meer terug ziet.

1. Locatie & Bereikbaarheid

De atoomclub valt onder het gebied Lage Weide, in dit gebied zijn kantoorprijzen bekend van 85 tot 130 euro per vierkante meter (DTZ, 2014), de bedrijfsruimtes zijn te huren van 25 tot 60 euro per vierkante meter. Op 1.3 km is een afrit van de A2, op 1.2 km lopen ligt station Utrecht Leidsche Rijn, en het pand ligt op 200 meter lopen van 2 buslijnen. De representativiteit van de locatie is slecht, het is een monofunctioneel bedrijvenpark. Er zijn voldoende parkeerplaatsen aanwezig. Het pand krijgt een walkscore van 33, wat impliceert dat het ver beneden het niveau van een goed voorzien gebied scoort. Het is daarom een auto afhankelijk gebied.

2. Gebouw

Het gebouw is geselecteerd omdat het een technisch zeer goed gebouw was, 'een goed, lelijk gebouw op een lelijke plek'. Het pand is een typisch jaren '70 kantoorgebouw met betonskelet en een gevel van grindsteen. Qua transformatie waren er weinig complicaties, de technische staat van het gebouw was goed en daarmee waren de transformatiekosten 330 euro per vierkante meter. De inboedel van het failliete TCN kon worden overgenomen en heeft grotendeels voor het interieur gezorgd. Het gebouw heeft 4 bouwlagen en een bruto vloeroppervlak van circa 6000 vierkante meter.



“We redeneren vanuit ‘fix when broken’, je kan het vervangen en iedereen opzadelen met hele hoge investeringskosten of gewoon kijken hoe het gebouw functioneert, en dat hebben we gedaan, iedere fase als we

weer een plukje verhuurd hadden dan gingen er ook weer een plukje van het gebouw aanpassen.”

3. Huurders

In de Atoomclub zijn momenteel 180 mensen lid verdeeld over 22 bedrijven. Het pand biedt plek voor in totaal 200 mensen. De huurders nemen geen flexplekken af maar huren per maand echt een werkplek. Er zit een grote variatie in het type huurder, kruisbestuiving zit er sociaal wel in maar professioneel minder. Het verhuurconcept is echt gestoeld op het ‘ontzorgen’ van de klanten, niet op het samenbrengen van verschillende groepen om ze elkaar te helpen op professioneel gebied. De huurders zijn geen ZZP’ers, geen grote corporates maar een tussenmaatje. Bedrijven die al 3, 4 jaar gemiddeld bestaan. Hoewel het verhuurconcept per maand is en per werkplek zijn er op 3 personen na geen mensen die individueel huren, wel zijn het bedrijven van gemiddeld 3 a 4 man of een afdeling van een bedrijf, zo zit bijvoorbeeld de Randstad groep met een delegatie in het pand.

4. Faciliteiten

De Atoomclub is een full-service concept, dit wil zeggen dat alle diensten en faciliteiten in de huurprijs zitten inbegrepen. Zo bieden ze o.a. aan: een vaste werkplek, kastruimte, wi-fi, datacapaciteit, receptie, lunch, vergaderzalen, parkeren, telefoon, postdienst. Het is een all-in prijs, alleen je laptop niet. Vergaderzalen zijn dus altijd in te boeken en gaan op basis van een fair-use policy. Mocht je overmatig gebruik maken ten koste van de andere huurders dan zal een gesprek met de verhuurder naar een oplossing gezocht worden.

“Je krijgt een eigen bureau, hier zit kastruimte bij, wi-fi, datacapaciteit. De ondersteunende functie is dan de receptie, je hebt de lunch, ongelimiteerd gebruik van de vergaderzalen, parkeren is gratis, telefoon zit er bij in, postdienst zit er bij in. Je laptop moet je meenemen en de rest is hier beschikbaar. Dat all-in pakket, dat bieden we aan.”

5. Juridisch

De contracten die afgesloten worden zijn in principe maandcontracten, de werkplek is daarmee ook per maand op te zeggen. De meeste bedrijven die huren hebben na een proefperiode echter langlopende huurcontracten afgesloten met SquareOne. De gemiddelde afgesloten contractlengte is 3,5 jaar, hier wordt door SquareOne een korting op gegeven tot om en nabij de 500 euro per maand.

6. Financiering

Het voormalig TCN heeft een deel van de financiering gedaan, de meubels zijn overgedragen. De bank heeft per ontwikkelfase een financiering gegeven, per pluk huurcontracten kwam er meer geld vrij. De afspraak was dat er -per wapenfeit dat de Atoomclub laat zien- meer financiering beschikbaar gesteld werd om te investeren in diensten en in het pand. Bouwbedrijven en architecten hebben later facturen gestuurd en uit de op gang gekomen cashflow hun fees gekregen.

7. Financiële haalbaarheid

Bij de ontwikkeling van de Atoomclub is uit gegaan van een duidelijke achterdeur methode, ‘met welk bedrag kan je je huurder verleiden’. Voor deze ontwikkeling is gebruik gemaakt van een discounted cash flow berekening van 5 tot 20 jaar, maar dit niet meer het enige criteria. Belangrijk is om de periode te berekenen waarin je project cashflow neutraal kan zijn, de zogenoemde ‘terugverdientijd’

van je investering. Om hier inzicht in te verschaffen is gerekend met een investeringsbegroting en exploitatieberekening voor 5 jaar en IRR voor 15 jaar. Als beredenering wordt begonnen met het scherpstellen van het concept, vanuit dit startpunt op zoek naar een geschikte locatie en een geschikt gebouw.

“In het overtuigen van financiers helpt een Discounted Cash Flow. Het is ook dat alles kortere doorlooptijden heeft, binnen welke periode kun je het project minimaal cashflow neutraal laten zijn dat je in ieder geval op ebit niveau, dat je in ieder geval de bankfinanciering kunt aflossen. Dus je merkt nu ook dat in 3 a 4 jaar tijd richting banken, richting beleggers, aangetoond moet worden dat we het projecten in die korte tijd gewoon opgestart krijgen. Dus de terugverdientijd om de aanpassing aan een bestaand gebouw te maken die zit nu tussen de 5 en de 7 jaar in, extreem kort.”

8. Conclusies

De ontwikkeling van de Atoomclub heeft stapsgewijs plaatsgevonden. In 2010 is er met minimale middelen een project op gang geholpen waar nu een gezonde cashflow in om gaat. Als speerpunten heeft de Atoomclub ingezet op de diensten die aangeboden worden en de scherpe inkoopprijs waarvoor die geleverd kunnen worden en een belang hechten aan het collectief. Door met elkaar het gebouw telkens een beetje op te fraaien door middel van een nieuwe dienst als er meer huurders tekenen geeft het mensen een samen horend gevoel. Door scherp in te kopen en scherp te verbouwen is voor 533 euro per vierkante meter het totale plan gerealiseerd.

Als succesfactoren zijn aan te dragen dat (1) het gebouw was functioneel en technisch nog in goede staat en het had veel parkeren, (2) de nadruk is gelegd op de groep, op de community vorming, (3) de fix when broken aanpak, pak geen gebouwonderdelen aan die niet aangepakt hoeven worden, deze leiden doorgaans tot alleen maar meer bouwwerkzaamheden, (4) de gefaseerd aangepakt, eerst kijken hoe het gebouw functioneert en in plukjes opknappen. Zodra er nieuwe huurders aangetrokken werden kon weer een nieuw onderdeel aangepakt worden en als laatste; (5) mensen willen ontzorgd worden, die willen binnenkomen en dat alles geregeld is. Het mag basic zijn maar alles moet werken.

“Er zijn eigenlijk 3 smaakjes in bouwkosten, (1) als je alleen maar het interieur doet is het 150 euro per vierkante meter, (2) als je wat meer installaties hebt kom je op 500 euro per vierkante meter en als je aan de gevels begint, 1000 euro.”

Zuidpark

“It’s not about the product, it’s about the story.”

In 1994 heeft dhr. Huijbrechts het pand gekocht van de familie Dreesman. Het kantoorpand heeft gefungeerd als hoofdkantoor voor de Vroom & Dreesman tot 2009. Het pand was toen verouderd en had slechte energieprestaties. Mede daardoor heeft het 1,5 jaar in de markt gestaan zonder dat er potentiële huurders op af kwamen. Hierna is gestart met het slopen van het interieur en het verduurzamen van het pand, ook hierna waren er geen gebruikers die zich melden. Toen een concept verzonnen werd over toepassing van ‘het nieuwe werken’ en ‘urban farming’ raakte het pand snel vol. Momenteel zijn 14.200 vierkante meter verhuurd aan 11 huurders met huurcontracten van 10 jaar en ca. 1.000 vierkante meter is per januari 2014 verhuurd als ‘the co-working’ een concept voor zelfstandige werknemers die een maandabonnement af kunnen sluiten.

“Ik heb het in 2007 een keer laten taxeren, as is, dus zoals het was. Toen zij de makelaar van nou, 120 euro kan je vragen en 100 euro ga je wel landen gewoon met hoe het was, celletjes, je kan je het wel voorstellen. Ik kreeg het in 2009 leeg terug en tot en met juli 2010 was er nog niemand op afgekomen, niet 1 kandidaat, niemand, gewoon geen interesse.”

1. Locatie & Bereikbaarheid

Zuidpark ligt op het industrieterrein Overamstel in Amsterdam (Amstel I, de omval). Het pand ligt aan de A10 en is goed zichtbaar. Vanaf een afrit van de A10 is het nog geen 400 meter. Op 250 meter ligt een metrostation, op 800 meter een busstation binnen een straal van 1 km liggen 2 stations. De representativiteit van het gebied is slecht. Zuidpark krijgt een walkscore van 67, wat aangeeft dat er sommige diensten op de voet bereikt kunnen worden.

2. Gebouw

De laagbouw van zuidpark is in 1964 gebouwd en de hoogbouw in 1973. De gebouwdelen waren technisch zeer verouderd. Er is € 1.000,- de vierkante meter geïnvesteerd om het gebouw technisch weer bij te brengen, forse uitgaven zijn de installaties en openbare ruimtes geweest.. Het gebouw heeft een kolommenstructuur en gevels van grindsteen. In totaal zijn de 2 gebouwdelen 16.000 vierkante meter bruto vloeroppervlak. De laagbouw telt 2 bouwlagen en de hoogbouw 6 verdiepingen.

3. Huurders

De eerste huurder is in maart 2011 ingetrokken. Er is geen overkoepelend thema aan de huurders toegekend, ze komen uit alle branches. Zo zijn er bijvoorbeeld huurders uit de creatieve branche, marketing, e-commerce en intermediairs. Er huren 11 bedrijven in de totaal 14.200 vierkante meter, dit komt neer op gemiddeld 1.291 meter per bedrijf. In totaal werken er ca. 1100 mensen op Zuidpark.

4. Faciliteiten

De verhuurde ruimte wordt casco opgeleverd en men krijgt een investeringsbijdrage om zijn eigen inbouw te realiseren. Voor € 45,- p/m2 per maand wordt gezorgd voor het G/W/L, beveiliging, schoonmaak, receptie en de balie. Parkeren is extra en de inrichting is voor ieders eigen verantwoordelijkheid. Zo moeten bedrijven hun eigen printers of koffie verzorgen. In Zuidpark is een espressobar door een

kleine ondernemer met wie een winstdeling is afgesproken, hij betaald geen huur in ruil voor een deel van zijn omzet.

“Ik lever casco op maar de mensen krijgen een inbouwpakket, een inbouwincenive ter waarde van 1 jaar huur die ik in 10 jaar afschrijf. Kunnen zij een heel feestje mee bouwen, en als ze daar na 5 jaar uit gaan moeten ze me de helft terug betalen.”

5. Juridisch

Van de 15.200 meter VVO wordt 14.200 vierkante meter worden aangeboden in vierkante meter prijzen. Er worden contracten gesloten van 10 jaar, hierop worden geen huurkortingen gegeven maar een inrichtingsincenive ter waarde van 1 jaar huur. Er is de mogelijkheid geboden om na 5 jaar te breken met het contract, hiervoor moet je wel een boete betalen om de inrichtingsincenive terug te betalen. In het contract zijn ook 2 plichten opgenomen: je moet 1 keer per jaar een presentatie geven over jouw business in het connectorium en je moet een afgevaardigde sturen voor de tuinclub op het urban farming dak. In ‘the co-working’ worden contracten afgesloten per maand. De verschillende contracten zijn: basis voor 125 euro p/m, extra voor 240 euro p/m en plus voor 495 euro p/m.

6. Financiering

De FGH bank heeft in 2010 een langlopende lening afgesloten voor de grootschalige verbouw en exploitatie van het concept Zuidpark. Naar zeggen van dhr. Huijbrechts zou het pand niet meer een soortgelijke financiering kunnen krijgen in 2013. Persoonlijk heeft dhr. Huijbrechts als investeerder opgetreden.

7. Financiële haalbaarheid

Als beredenering is er ‘continue gepingpong’ tussen de voordeur en achterdeur methode. Omdat je kiest voor een bepaald opleveringsniveau hoort daar reken technisch ook een bepaalde opbrengst bij. Een gebouw kan je zien als belegging en laat zich daardoor in een spreadsheet vangen maar er is vooral beredeneerd dat een gebouw primair een bedrijfsmiddel is. As je de juiste diensten aanbied dan los je zaken op die anderen niet oplossen en zal je altijd meer gewenst zijn dan je concurrent. Elke belegger heeft hetzelfde model en maakt hetzelfde rekensommetje, door vast te houden aan (en in te zetten op) je concept kan je zorgen dat het gebouw een meerwaarde blijft bieden.

“Het laat zich niet voorspellen, dat is het hele probleem. Tuurlijk je hebt, je weet wat je basisinvestering is geweest en waarvoor je het aankocht, je hebt een redelijk goed gevoel van wat iets mag kosten. Omdat je kiest voor een bepaald opleveringsniveau en daar hoort dan reken technisch ook een bepaalde opbrengst bij en als de markt naar beneden gaat dan moet je dus meer onderscheid maken om die opbrengsten ook te genereren, dus niet in vierkante meters want die kunnen ze overal krijgen. Dus ja, heb ik een rekenmodel, ja, maar dat is voor iedere belegger hetzelfde.”

8. Conclusies

Momenteel is Zuidpark volledig verhuurd voor de komende 10 jaar, dit door een grondige herpositionering van het gebouw in de markt. Hiervoor heeft een forse investering van ca. 1000 euro per vierkante meter plaatsgevonden. Het gebouw is snel volgeraakt nadat het na 2 jaar leegstand ging inzetten op het concept: “samen, zaaien, schoffelen en oogsten”, na 8 maanden marketing is het laatste

huurcontract gesloten. Getracht is om een 'polycultuur' te maken waarin mensen elkaar aanvaarden en verbinding zoeken. Deze verbinden wordt gezocht door het maken van een farming club en jaarlijkse presentaties per bedrijf. De herpositioneren had deels te maken met het negatieve imago dat door de V&D is achtergelaten. Dhr. Huijbrechts heeft sterk de aandacht gegeven aan de marketing. Om een analist aan te halen, "als je gaat concurreren op prijs, is er altijd iemand die kan bouwen voor minder en zodra hij weet hoeveel het echt kost zijn wel allemaal blut". Marketing is bedoeld om een product te creëren dat uniek is, in termen van gevoeligheid voor de wensen van de klant, en zo het reduceren van de overige kosten voor de klant zodat hij de volle prijs wil betalen.

De marketing zette in op 3 pijlers, het gebouw moet: authentiek, creatief en sociaal worden en er moet niet gesproken worden over vierkante meters maar over een verhaal, een concept waar huurders zich lekker in voelen. De locatie is goed bereikbaar met de auto en redelijk met het openbaar vervoer, de locatie heeft verder weinig voor voetgangers te bieden en daarom moest een lunchplek in het gebouw opgelost worden. De entree is aangepakt, dat is de plek die je blijft onthouden er is gezorgd voor goede geur en een fijne omgeving. Dhr. Huijbrechts is persoonlijk eigenaar gebleven, als iets niet functioneert dan is de eigenaar altijd te vinden. Door vast te houden aan het concept worden huurders die niet in het beeld passen geweerd.

	Schieblock	Kauwgomballen	Bouncespaces	Atoomclub	Zuidpark
Stad	Rotterdam	Amsterdam	Amsterdam	Utrecht	Amsterdam
Locatie	Binnenstedelijk	Bedrijventerrein	Binnenstedelijk	Bedrijventerrein	Bedrijventerrein
Bereikbaarheid OV	Goed	Middelmatig	Goed	Middelmatig	Middelmatig
Bereikbaarheid Auto	Middelmatig	Goed	Middelmatig	Goed	Goed
Walkscore	88	65	90	33	67
Bouwjaar	1959	1956	1979	1970	1964 & 1973
Transformatiejaar	2010, mei	2006	2012, april	2010	2011, juni
Leegstand	15 jaar	2 jaar	1 maand	5 jaar	2,5 jaar
Duur ontwikkeling	Tijdelijk	Permanent	Tijdelijk	Permanent	Permanent
Ontwikkelings- fasering	Eenmalig	Gefaseerd	Eenmalig	Gefaseerd	Eenmalig
Soort product	m2	m2	Werkplek	Werkplek	m2
Bruto vloeroppervlak	9.045	20.000	2.800	6.000	16.000
Verhuurbaar vloeroppervlak	7.165	17.829	720	6.000	15.200
Bouwkosten p/ m2	€ 219,80	€ 612,70	€ 9,60	€ 330,00	€ 1.000,00
Bouw- werkzaamheden	Ruimte-indeling & Installaties	Spullen, ruimte-indeling, installaties, casco	Niets	Ruimte-indeling en de aankleding	Aankleding Ruimte-indeling, aankleding en installaties
Huurinkomsten excl. p/m2	€ 91,00	€ 120,40	€ 192,80	€ 198,00	€ 150,00
Verbouw versus. Exploitatie	2,42	5,09	0,05	1,67	6,67
PBI	€ 98,00	€ 118,00	€ 192,00	€ 198,00	€ 150,00
Frictieleegstand	7%	5%	10%	10%	5%
EBI	€ 91,14	€ 112,10	€ 172,80	€ 178,20	€ 142,50
OK - Servicekosten	-€ 25,00	€ 0,00	?	-€ 15,00	-€ 25,00
OK - Technisch beheer / verg.	-€ 15,00	-€ 15,90	?	-€ 24,00	-€ 10,00
OK - Hospitality management	€ 0,00	€ 0,00	?	-€ 82,00	-€ 10,00
NOI	€ 51,14	€ 96,20	€ 172,80	€ 57,20	€ 97,50

Appendix 3. Interviews

Interview schema - Ontwikkelaars

INTRODUCTIE

Hoe heet u, wat is uw functie?

Dit interview richt zich op de oprichting van <CASE>, was u hier direct bij betrokken?

Wat waren uw werkzaamheden bij <CASE>?

1. <CASE>

In welk jaar is het gebouw getransformeerd?

Hoe lang heeft de voorbereiding in totaal geduurd en wat hield deze in?

Heeft het gebouw een goede start gehad? Wat was hier de reden voor?

Heeft er een forse investering tbv een verbouwing plaatsgevonden?

Zo ja, hoeveel was dit?

Zo nee, hoe hebben jullie het dan aangepakt?

1.1 GEBOUW

Hoe zijn jullie bij dit gebouw beland?

Hoeveel BVO / VVO is het gebouw?

Hebben jullie dit gebouw gehuurd, gekocht of beheren jullie het?

Was het een lastig gebouw om te transformeren?

Was het gebouw een resultaat van de functie of andersom?

Welke onderdelen van het gebouw zijn aangepakt? Welke was het belangrijkste?

1.2 LOCATIE

Hoe belangrijk is de locatie voor ontwikkeling?

Is de locatie van <CASE> een goede locatie?

Hoe geschikt is de locatie voor de huurders die uiteindelijk zijn komen huren?

1.3 HUURDERS

Tot welke branche horen jullie huurders?

Zit er veel variatie in de huurders? Is deze variatie belangrijk of juist onhandig?

Hoeveel betalen huurders gemiddeld? Is dit meer of minder afhankelijk van de grootte van de huurder?
Is dit markt conform?

Hoe lang zijn de huurcontracten gemiddeld? Is dit meer of minder afhankelijk van de grootte van de huurder?

1.4 FACILITEITEN

Bieden jullie diensten/faciliteiten aan jullie huurders?
Denk aan printers, koffie, ontvangstruimte?
Betalen ze hier inclusief voor?

Leven jullie casco aan huurders op?

2. PROCES VAN ONTWIKKELING <CASE>

2.1 RELATIES MET BELANGHEBBENDEN

Is er een investeerder betrokken geweest bij de oprichting?

Hebben er partijen krediet verstrekt, zo ja, welke en hoeveel?

2.2 HAALBAARHEID

Er zijn twee soorten beredenering bij het starten van een nieuwe ontwikkelingen, namelijk

‘pand of plek zoekt nieuwe bestemming’ of;
‘bestemming zoekt een pand’

Hoe is dit bij <CASE> gebeurd?

Vaak bestaat een ontwikkelproces uit drie stappen, 1. Het ontstaan van het idee, 2. Verfijning van het idee, 3. Haalbaarheidsonderzoek.

In de eerste fase is een bekend haalbaarheidsprobleem: het identificeren van een haalbaar project idee, hoe is dit bij <CASE> gebeurd?

In de tweede fase is een beken haalbaarheidsprobleem: het vinden van ruimte en het formuleren van een voorlopig project ontwerp, hoe is dit bij <CASE> gebeurd?

In de derde fase is de daadwerkelijke evaluatie en vaststelling van de haalbaarheid van het project, met hierin je gebruik en je gebouw als een verantwoording naar je eigen bedrijfsvoering, investeerders, banken, etc. Welke studies hebben jullie uitgevoerd bij <CASE>?

Hoe heeft de zoektocht naar het uiteindelijke pand of uiteindelijke functie plaats gevonden? Hebben jullie hier een methodiek voor?

Jullie bedienden misschien een specifiek segment, hebben jullie gebruikerswensen onderzocht? In termen van bereikbaarheid, koopkracht, ontwikkeling van de werkgelegenheid en vergelijkbare kosten.

2.3 FINANCIËLE HAALBAARHEID

Een belangrijk verschil is de voordeur of achterdeur methode van beredeneren. Bepalen jullie eerst het kapitale budget en daarna de huren of stellen jullie de markthuur vast en rekenen jullie daarna terug naar de investeringssom?

Hoe bepalen jullie de financiële haalbaarheid in jullie transformatie projecten?

Welke rekenmodellen gebruiken jullie daar voor?

Bepalen jullie de financieel economische wenselijkheid van de ontwikkeling?

2.4 FLEXIBELE HUURTERMIJNEN / CO-CREATING

Zijn de huren in jullie ontwikkelprojecten 'flexibel'? Zo ja, op wat voor manier?

Hoe gaan jullie om met kortlopende huurcontracten, vinden jullie dit gedoe of juist een goede ontwikkeling?

Hoe staat jullie tegenover co-creating? Door wijze van het betrekken van de uiteindelijke klant en zijn expertise benutten om een zo compleet mogelijk product te realiseren. Is dit gebeurd in <CASE>?

2.5 SUCCES EN RISICO FACTOREN

Als u zo terug kijkt op de oprichtingsfase van <CASE>, wat is hier goed gegaan?

Wat is hier minder goed gegaan?

Is het project een succes geworden?

Interview schema - LSI

Introductie

Hoe heet u en welke functie heeft u bij LSI?

Hoe lang bestaat LSI al?

Welke activiteiten voert LSI uit?

Jullie werken om een doel te bereiken als bedrijf, welk doel is dat?

Bedrijfsverzamelgebouwen / transformatie

Weet u iets over de herontwikkeling van Central Post?

Hoe zou u Central Post omschrijven? Is dit een bedrijfsverzamelgebouw of een multi-tenant gebouw?

Bieden jullie gezamenlijke diensten voor je huurders aan? Beheren jullie dit pand actief of besteden jullie dit uit?

Weet u iets van full service concepten in de kantorenmarkt? Ziet u ontwikkelingen in zogeheten flexwerk concepten?

Central business district Rotterdam

Door de crisis hebben veel beleggers hun strategieën aan moeten passen. Ik zag in jullie filmpjes een zeer uitgebreid programma voor het CBD. Jullie hebben nog veel positie en belangen in het CBD van Rotterdam. Hoe staat het met de ontwikkeling van het gebied?

Gaat het gebied ooit nog aan trekken als de crisis over waait?

Zijn de plannen bijgesteld?

Schieblock

Hoe is de keuze om het Schieblock te verhuren aan CODUM/ZUS tot stand gekomen?

Het Schieblock is verhuurd voor een bodemprijs, bijna anti-kraak, welke reden hebben jullie als belegger om dit te doen?

Zagen jullie toekomst voor het pand in 2010?

Zien jullie nu toekomst voor het pand?

CODUM/ZUS hebben zoals wij dat in Delft noemen 'bottom-up' een ontwikkeling op gang gebracht, hoeveel waarde zien jullie in zulke ontwikkelingen? Kan een belegger hier iets mee?

Het pand geniet nu momenteel huurders die een jaarcontract afsluiten. Als jullie als belegger in een pand investeren zijn jaarcontracten dan te kort?

Nu is er een lopende ontwikkeling op gang gekomen, met een constante huurstroom. Deze ontwikkeling heeft weinig verbouwkosten en een - lager dan marktconforme – huurstroom. Is dit voor jullie als belegger interessant?

Interview schema - Bureau broedplaatsen

Introductie

Hoe heet u en welke functie heeft u bij bureau broedplaatsen?

Waarom is bureau broedplaatsen in het leven geroepen in 1999?

Welke activiteiten voert bureau broedplaatsen uit?

Jullie werken om een doel te bereiken, welk doel is dat?

Voor welke doelgroep zet bureau broedplaatsen zich in?

Waarom moeten deze doelgroepen geholpen worden?

De kantoorcommune

Bij hoeveel bedrijfsverzamelgebouwen zijn jullie momenteel in Amsterdam betrokken?

Welke bedrijfsverzamelgebouwen zijn momenteel in ontwikkeling en zijn deze belangrijk voor Amsterdam?

Waarom zijn deze belangrijk?

Wat voor bedrijfsverzamelgebouwen zijn momenteel in ontwikkeling, hebben jullie een klassificatie systeem hiervoor? Zoals tijdelijk antikraak atelier of permanent High-tech startup.

Zijn jullie betrokken in Amsterdam Noord bij ontwikkelingen?

Haalbaarheid

In de kantoorcommune zitten partijen die financieel minder krachtig zijn zoals starters en kunstzinnige beroepen, helpen jullie ontwikkelaars om deze ontwikkeling toch in te zetten?

Welke middelen hebben jullie tot je beschikking?

Bij welke fase zijn jullie financieel betrokken? Bij het initiatief of ook bij de exploitatie?

Welke factoren in transformatie zijn kritiek?

Als projecten stuk lopen, op welke factoren zijn dit?

Stakeholders

Zien jullie jezelf als beleidsmakers?

Hoe is jullie relatie met project ontwikkelaars?

Hoe zien jullie je rol in het ontwikkelproces?

Cases:

Zijn jullie betrokken geweest bij de kauwgomballenfabriek? Wat hebben jullie hier allemaal voor gedaan?

Zijn jullie betrokken geweest bij Bouncespaces?

Nee, werken jullie met incubators?

Wat voor soort?

Ja, hoe hebben jullie ze geholpen?

Werken jullie momenteel samen met CODUM?

Wie initieerde het contact, zij of jullie?

Toevallig las ik net dat de van Gendthallen door OVG & Stadgenoot verkend worden. Zijn jullie hierbij betrokken?

Samenvatting interview - Schieblock

Transcripts	
	Schieblock
Naam en functie	Marcus Fernhout, directeur van CODUM
Werkzaamheden bij case	Bouwbegeleiding uitvoeren, regelen van financiering, huurovereenkomsten afsluiten, onderhandelen met gemeente gebruiker en eigenaar. Na de opening bewaken exploitatie, commercieel, administratief en financieel beheer
Transformatiejaar	2010, mei
Leegstand	20 jaar
Vorbereiding	9 maanden
Vorbereidingswerkzaamheden	Planvorming, onderhandelen, voormasseren gebruikers
Investeringsom	200 euro p/m2, 1.5 miljoen totaal
Gebouwkeuze	Bekend vanuit vorige functie bij Fortress
BVO	9.045
VVO	7.165
Aandeel werkplekken	3,05%
Huur/koop/beheer	Huren, exploiteren op eigen risico
Transformatieproblemen	Achterstallig onderhoud door 20 jaar leegstand, voorzieningen niet meer aanwezig
Functie of gebouw eerst?	Functie verzonnen, daarna gebouw gezocht
Bouwkundig	Casco en gevel behouden, rest aangepakt
Geschiktheid van de locatie	Zeer belangrijk, centrale plek. Dicht bij OV, loopafstand van station,
Geschiktheid voor huurders	Binnenstad heeft weinig kleine kantoorruimtes
Branche van huurders	Creatieve branche, architectuur en stedenbouw
Variatie in huurders?	Ja, max 2 van dezelfde discipline per verdieping
Belang van variatie	Bevorderen kruisbestuiving
Aantal huurders	
Gemiddelde huur	81 euro p/m2
Huurrange	
Gemiddeld huurcontract	1 jaar
Bedrijfsleeftijd van huurders	Minimaal 2 jaar oud
Grote huurders?	Hebben lagere gemiddelde servicekosten
Klein vs. groot	Kleinere ruimtes hebben een minder lang huurcontract, ze vragen meer flexibiliteit. Hoe groter hoe meer zekerheid ze zelf ook willen.
Faciliteiten	Schoonmaak,
Opleverniveau	Casco, huurderswensen en inbouwpakketten kunnen verzorgd worden door CODUM
Investeerder?	Nee

Financiering	De gemeente Rotterdam, een investeringsbijdrage van LSI, bouwdepot van de aannemer, aanbeting van huurders, persoonlijk door personeel en tijd
Subsidie	Economische zaken Rotterdam, LSI
HBH, voordeur vs. achterdeur	Tussendeur, beide methodes in wisselwerking met elkaar gebruikt
Haalbaarheidsberedenrening	
Financiele haalbaarheidstoets?	Exploitatieprognose, cashflowgedreven berekening. Op een zwarte cijfer uitkomen in 4 jaar tijd.
Flexibiliteit?	Lengte van een contract, soepele afspraken met de huurders
Succesfactoren	Momentum creëren en overheid, eigenaar en gebruikers zo ver krijgen.
Risicofactoren	Verkeerde aannemer gekozen, eigen managementfee is er bij in geschoten
Mogelijk succesfactoren	Presence op de markt aanbrengen voor de opening, dmv spacedates
	Verhuren aan conceptbepalende partijen die geen huur betalen maar een deel van de omzet
Co-creating	Zij maken het gebouw, wij zijn de lijm tussen alle partijen

Samenvatting interview - Kauwgomballenfabriek

Transcripts	
	Kauwgomballen
Naam en functie	Jasper Stam, ontwikkelaar bij Lingotto
Werkzaamheden bij case	Herontwikkeling van 'het lab' en 'de studios', techinsch beheer en commercieel beheer
Transformatiejaar	2006, tot en met nu
Leegstand	2 jaar
Vorbereiding	10 maanden
Vorbereidingswerkzaamheden	Beheerder, verhuur
Investeringsom	tussen de 250 en 1000 euro afhankelijk van welk gebouw en welke fase.
Gebouwkeuze	Het complex was bekend doordat Lingotto er tegenover huurde
BVO	20.000
VVO	17.829
Aandeel werkplekken	0%
Huur/koop/beheer	Koop, exploiteren op eigen risico
Transformatieproblemen	
Functie of gebouw eerst?	Gebouw eerst, wij redeneren altijd vanuit het gebouw
Bouwkundig	Per gebouwdeel verschillend. Gevel zo veel mogelijk behouden, installaties, E&W, verlichting
Geschiktheid van de locatie	Zeer belangrijk, goede locatie binnen de ring
Geschiktheid voor huurders	Grote huurders willen dicht bij de stad zitten en goed bereikbaar ook met de auto. Kleine huurders willen massa en een bekend gebouw
Branche van huurders	Creatieve industrie in zijn totaliteit, van kunstenaar tot media
Variatie in huurders?	Beide, afhankelijk ook van het gebouwdeel
Belang van variatie	voor een deel dezelfde mensen om een grote klus op te pakken maar ook juist variatie omdat je dan een nieuw fabriekje wordt.
Aantal huurders	
Gemiddelde huur	120,40 euro p/m2
Huurrange	
Gemiddeld huurcontract	3 maanden tot 5-10 jaar.
Bedrijfsleeftijd van huurders	Van nieuw tot gevestigd
Grote huurders?	Door de fasering is hier moeilijk onderscheid in te maken
Klein vs. groot	
Faciliteiten	De hardware, ondernemerschap moet bij de mensen zelf liggen.

Opleverniveau	Casco bij grote huurders, plug and play voor kleinere ruimtes
Investeerder?	Niet in het begin, toen het complex eenmaal liep heeft Lingotto 49% van het economisch belang afgestoten.
Financiering	Banken hebben op risico gefinancierd, persoonlijk garant gestaan door 'alles bij elkaar te ritsellen'
Subsidie	Bureau Broedplaatsen draagt kennis, subsidie en zijn netwerk bij aan de start van het gebouw
HBH, voordeur vs. achterdeur	Allebij, in het begin voornamelijk de achterdeur methode en later meer de voordeur. Dit heeft te maken met markt maken.
Haalbaarheidsberedenrening	
Financiele haalbaarheidstoets?	Cashflow gedreven in het begin, met lage investeringen lage huren opbrengen. Investeringsbegroting, BAR berekening en een exploitatiebegroting.
Flexibiliteit?	Kleine units zijn per 3 maanden opzegbaar
Succesfactoren	Vasthouden aan je concept, maar mee-evalueren. Persoonlijke betrokkenheid. Stapsgewijs ontwikkelen
Risicofactoren	Tegenvallers in de bouwkosten. De markt zat tegen.
Mogelijk succesfactoren	De markt zat mee, boek florida werkte mee met een politiek momentum
	Vasthouden aan je concept, nee zeggen tegen partijen die niet thuispassen in je concept.
	Langdurige betrokkenheid bij het project
	Het imago van het gebouw als creatieve hotspot ging eigenlijk harder dan dat er feitelijk waar gemaakt werd.
Co-creating	Co-creating met allemaal micro huurders gaat slecht omdat er niemand echt de verantwoordelijkheid aandurft
Input voor het model	Een rekenmodel waar je mee rekent heeft een andere output naar mate de vraag veranderd. Je zou overal naar toe moeten kunnen rekenen.

Samenvatting interview - Bouncespace

Transcripts	
	Bouncespaces
Naam en functie	Jorn van Lieshout, Directeur en oprichter van BounceSpace
Werkzaamheden bij case	Van congieerge tot schoonmaker, administrateur tot sales. Met minimale middelen het project van de grond krijgen.
Transformatiejaar	2012, april
Leegstand	1 maand
Voorbereiding	2 - 3 maanden
Vorbereidingswerkzaamheden	
Investeringsom	25.000 euro, waarvan 10.000 bouwkosten. 700 m2 VVO
Gebouwkeuze	De vraag wat er met het booking.com pand moest gebeuren was bekend bij een aandeelhouder, hierna een plan geschreven voor tijdelijke invulling
BVO	tussen de 2600 en 3000
VVO	tussen de 2300 en 2600
Aandeel werkplekken	100%
Huur/koop/beheer	Beheer en een klein deel huur.
Transformatieproblemen	Alles was aanwezig in het pand,
Functie of gebouw eerst?	De locatie eerst eigenlijk, het pand staat op deze locatie zo goed, hierna is het concept verzonnen.
Bouwkundig	
Geschiktheid van de locatie	Centraal in Amsterdam, OV goed bereikbaar, uitzicht op het Rijksmuseum, een tuin.
Geschiktheid voor huurders	Zeer belangrijk, de doelgroep betreft binnenstedelijke entrepreneurs die in de binnenstad en centraal gelegen plek waarderen
Branche van huurders	Webtech en creatief, startup of profiel van startups.
Variatie in huurders?	Allemaal gelijkgestemde startups maar wel andere producten.
Belang van variatie	Ze creeren een mindset, het zijn allemaal vrijgevochten ondernemers. De gelijkgestemde groep heeft elkaar aangetrokken.
Aantal huurders	45
Gemiddelde huur	bouncedesk 250 euro/p/maand,
Huurrange	
Gemiddeld huurcontract	Eigenlijk allemaal die 18 maanden
Bedrijfsleeftijd van huurders	ZZP'ers en startups

Grote huurders?	Grote huurders hebben minder flexibiliteit, langere contracten door meer zekerheid.
Klein vs. groot	
Faciliteiten	Voorheen een koffiebar, schoonmaak, internet, meubilair, vergaderruimtes, evenementenborrels.
Opleverniveau	Alles was aanwezig, verder op houttouw basis.
Investeerder?	Ja, een prive investeerder die kapitaal beschikbaar stelde voor de startklap.
Financiering	Persoonlijke management fee uitgesteld.
Subsidie	Nee
HBH, voordeur vs. achterdeur	Voordeur, we hebben hier eerst bekeken, wat kunnen we investeren.
Haalbaarheidsberedenrening	Gaanderweg het concept omgegooid naar een 250 euro per maand werkplek model. De reele vraag gebruiken om te bepalen wat de ideale invulling is.
Financiële haalbaarheidstoets?	De financiële haalbaarheidstoets is gebaseerd op producten, de flexibele werkplek, de vaste werkplek en de kantoorruimte. In verschillende scenario's kijken of we overhead kunnen draaien en dan 50/50 omzetting met de eigenaar.
Flexibiliteit?	Maandelijks opzegbaarheid, bounce around gaat het mogelijk maken om op verschillende plekken te werken.
Succesfactoren	Vrij snel een naam opgebouwd, kosten laag gehouden,
Risicofactoren	Het ondervinden wat nog werkt duurde te lang om een positief financieel rendement te genereren.
Mogelijk succesfactoren	Het pand was totaal geschikt, meubilair zelf over kunnen nemen van booking.com
	Locatie is belangrijk om community op te bouwen, maar uiteindelijk is community het belangrijkste, de mensen die je naast je hebt werken.
	Locatie als vliegwieltje voor het succes.
	'op werkelijkheid gebaseerde aanpak', op basis van de behoeftes, diensten, kennis en kunde gebruikt in vorming van het concept.

Samenvatting interview - Atoomclub

Transcripts	
	Atoomclub
Naam en functie	Arjan Kuilman, Directeur en eigenaar van SquareOne
Werkzaamheden bij case	Verantwoordelijk ontwikkeling, vanaf aankoop en conceptontwikkeling betrokken.
Transformatiejaar	2010
Leegstand	5 jaar
Vorbereiding	3 - 4 maanden
Vorbereidingswerkzaamheden	
Investeringssom	Aankoop 200 euro per vierkante meter en verbouw 320 euro per vierkante meter.
Gebouwkeuze	Het gebouw kwam op basis van functionele punten door de screeninglijst. Een goed, lelijk gebouw op een lelijke plek.
BVO	5500
VVO	5500
Aandeel werkplekken	100%
Huur/koop/beheer	Koop, exploiteren op eigen risico
Transformatieproblemen	Nee, het was een degelijk jaren 70 gebouw.
Functie of gebouw eerst?	
Bouwkundig	De algemene ruimtes zijn aangepakt, tussenwanden eruit geslagen en de plafonds eruit gehaald.
Geschiktheid van de locatie	Parkeren goed, bereikbaarheid goed.
Geschiktheid voor huurders	Autoverslaafdheid van de huurders speelt een grote rol.
Branche van huurders	Mengeling van huurders, zakelijke dienstverlening. Niet gethematiseerd
Variatie in huurders?	Ja grote variatie
Belang van variatie	Kruisbestuiving zit er sociaal wel in, als je thematiseerd kan je huurders laten samenwerken maar wordt je afhankelijkheid van dat thema ook bovengemiddeld.
Aantal huurders	180
Gemiddelde huur	550 euro per maand,
Huurrange	
Gemiddeld huurcontract	3,5 jaar gemiddeld
Bedrijfsleeftijd van huurders	3, 4 jaar bestaande bedrijven. Geen ZZP'ers, geen grote corporates maar het tussenmaatje
Grote huurders?	
Klein vs. groot	Als je een aantal werkplekken afneemt dan betaal je minder, ook in duur van het contract. Langer contract betaald minder.
Faciliteiten	Een werkplek, geen flexplek. Kastuimte, wifi, datacapaciteit, receptie, lunch, vergaderzalen, parkeren, telefoon, postdienst, all-in alleen je laptop niet.

Opleverniveau	Werkplek met alle faciliteiten die nodig zijn.
Investeerder?	Nee
Financiering	Het voormalig TCN heeft een deel van de financiering gedaan, meubels zijn overgedragen. De bank heeft per fase een financiering gegeven, per pluk huurcontracten kwam er meer geld vrij. Bouwbedrijven hebben later facturen gestuurd,
Subsidie	Nee
HBH, voordeur vs. achterdeur	Achterdeur, met welk bedrag kan je je huurder verleiden.
Haalbaarheidsberedenrening	Beginnen vanuit het concept, vanuit dit startpunt op zoek naar een locatie+gebouw.
Financiële haalbaarheidstoets?	Discounted cash flow berekening van 5 tot 20 jaar, maar dit niet meer het enige criteria. Periode berekenen waarin je project cashflow neutraal kan zijn. Investeringsbegroting en exploitatieberekening voor 5 jaar en IRR voor 15 jaar.
Flexibiliteit?	In de termijnen van de huur maar in de inhoud van het pakket. Het verkleinen en vergroten gaat gemakkelijk.
Succesfactoren	Duidelijk 1 bedrag en daar aan vasthouden (positioneren van het product).
Risicofactoren	De uitrol ging niet snel genoeg. Bepaalde mensen privileges geven of water bij de wijn doen.
Mogelijk succesfactoren	Scherp inkopen en scherp verbouwen
	Het gebouw was functioneel nog goed en het had veel parkeren.
	Nadruk leggen op de groep, op de community
	Fix when broken aanpak
	Gefaseerd aangepakt, eerst kijken hoe het gebouw functioneerd en in plukjes opknappen. Zodra er weer nieuwe huurders aangetrokken werden kon weer een nieuw onderdeel aangepakt worden.
	Mensen willen ontzorgd worden, die wil binnenkomen en dat alles geregeld is. Het mag basic zijn maar alles moet werken
Co-creating	De eerste gebruiker was TCN zelf, verstandig is wel om de lounging customers te betrekken bij de inceptie. Dit zorgt voor commitment en verbondenheid. Ze worden ambassadeur van het project

Samenvatting interview - Zuidpark

Transcripts	
	Zuidpark
Naam en functie	Jan Huijbrechts, concept ontwikkelaar en eigenaar van Zuidpark
Werkzaamheden bij case	Als eigenaar van het pand zoeken naar een nieuw concept, slopen, verbouwen, marketing.
Transformatiejaar	2011, juni
Leegstand	2,5 jaar
Voorbereiding	8 maanden
Vorbereidingswerkzaamheden	
Investeringsom	1000 euro per vierkante meter voor alles, inclusief makelaars.
Gebouwkeuze	Als eigenaar van het pand moest ik er wat mee.
BVO	16000
VVO	15200
Aandeel werkplekken	6,4%
Huur/koop/beheer	Koop, exploiteren op eigen risico
Transformatieproblemen	Het negatieve imago,
Functie of gebouw eerst?	Gebouw eerst, hierna de functie gezocht
Bouwkundig	Alles is aangepakt, fors verduurzaamd, alleen de gevel is niet gewijzigd.
Geschiktheid van de locatie	Zeer goed, goede verbinding met de auto als met het OV.
Geschiktheid voor huurders	
Branche van huurders	Mengeling van huurders, 'winnaars', de beste van hun vakgebied.
Variatie in huurders?	Ja grote variatie,
Belang van variatie	
Aantal huurders	80 in 'the co-working'
Gemiddelde huur	150 euro p/m2, excl.
Huurrange	145 tot 185 euro p/m2 met 45 euro servicekosten
Gemiddeld huurcontract	10 jaar voor de vaste onderdelen, onbekend voor 'the coworking'
Bedrijfsleeftijd van huurders	
Grote huurders?	Hoe groter de huurder hoe goedkoper het is.
Klein vs. groot	
Faciliteiten	Een verbouwfee ter waarde van 1 jaar huur, verwarming, beveiliging, schoonmaken, receptie, balie. Parkeren is extra. Inrichting is voor ieders verantwoordelijkheid
Opleverniveau	Casco,
Investeerder?	Nee

Financiering	Ja, de FGH bank
Subsidie	Nee
HBH, voordeur vs. achterdeur	Allebij, continue balanceer je je kosten en je opbrengsten.
Haalbaarheidsberedenrening	Als jij achter je product staat en je bent het eens met de waarde die dat zou mogen kosten, dus je moet niet kijken hoeveel (m2) maar wat voor diensten worden er geboden.
Financiële haalbaarheidstoets?	Ja een rekenmodel, voor iedere belegger hetzelfde
Flexibiliteit?	In goed overleg met de eigenaar.
Succesfactoren	
Risicofactoren	Ik heb misschien te lang gewacht om alles eruit te slopen, of je verhuurt het anti-kraak, ook prima.
Mogelijk succesfactoren	Negatieve imago wegpoetsen dat door de V&D is achtergelaten.
	Mensen willen geen vierkante meters horen maar een verhaal, een concept waar ze zich lekker in voelen.
	Marketing, zorg dat je gebouw 1. authentiek, 2. creatief en 3. sociaal wordt.
	Het maken van een polycultuur waarin mensen elkaar aanvaarden en verbindingen zoeken, dmv. Farmingclub en presentaties over jouw bedrijf.
	Pak de entree aan, dat is de plek die je blijft onthouden, zorg voor een goede geur en een fijne omgeving. Basis psychologie zeg maar.
	De locatie is niet gezellig, een luncplek moest ik wel in het gebouw oplossen.
	Ik blijf de eigenaar, als hier iets niet functioneerd dan weten ze me altijd te vinden. Geen belegger in Frankfurt
	Vasthouden aan je concept, geen huurders die niet in het beeld passen toelaten.

