

Lage verhuurkans 11,5% Amsterdams aanbod

Van het totale kantorenaanbod van 992.000 m² in Amsterdam heeft 11,5% (114.000 m²) een lage verhuurkans omdat de gebouwen niet aansluiten bij de wensen van de gebruikers. Dat concludeert adviesbureau Atelier V, strategen in huisvesting, vastgoed en stedelijke ontwikkeling op basis van een onderzoek in samenwerking met Boer Hartog Hooft.

Atelier V heeft samen met Motivaction de Nederlandse kantoorgebruikers ingedeeld in zeven profielen die ieder hun eigen kantoorbeleving kennen en die dwars door alle bedrijfssectoren heen lopen. René Stevens van Atelier V: 'Dé kantoorgebruiker bestaat niet, dus het marktconforme kantoorgebouw ook niet. Bij de kwantitatieve analyse van het aanbod worden de kwalitatieve verschillen tussen gebouwen niet meegenomen. Aanbod dat voor de ene soort organisatie wel aantrekkelijk is, kan voor de andere juist helemaal niet aansluiten bij zijn bedrijfsprofiel.' Het onderzoek richt zich op de eigenschappen van het aanbod. Of er uiteindelijk voldoende vraag is voor het aanbod met verhuurkans is geen onderdeel geweest van de studie.

Het aanbod in Zuid/Zuidas en West sluit het beste aan bij de meeste bedrijfsprofielen. Zo willen de statusgevoelige professionals - vaak multinationale ondernemingen waarbij de bedrijfsnaam een merk is - een goede auto- en ov-bereikbaarheid en luxe uitstraling van hun gebouw. De bureaucratie functioneren zijn minder afhankelijk van een naam bij het grote publiek, maar klanten moeten wel feilloos de weg naar hun kantoor weten te vinden zodat zij een prominente plek in een kantooromgeving prefereren. Het zijn vaak (semi)overheidsorganisaties of kennisintensieve dienstverleners. Ook de maatschappelijke dienstverleners vinden het meest op de Zuidas en in West: het zijn vaak non-profitorganisaties die groot gewicht geven aan interne communicatie, een uniek, extravert gebouw met voorzieningen in de omgeving belangrijk vinden

en het kantoor als ontmoetingsplek beschouwen. De kleine groep van extraverte trendsetters hebben creativiteit hoog in hun vaandel staan en vinden zichzelf het beste op hun vakgebied. Zij willen dus een uniek gebouw dat ze in eigendom hebben en vinden dat een kantoor een opleidingsplek is.

De stedelijke specialist voelt zich ook thuis op de Zuidas, maar ook in Zuidoost. Hij vindt autobereikbaarheid van ondergeschikt belang, maar wil wel veel voorzieningen in zijn omgeving. Hij is specialist in het vak, zoekt een inspirerende locatie en is vaak te vinden bij middelgrote en kleine zakelijke dienstverleners. Ook de sobere verkooporganisaties vinden aanbod van hun gading in Zuidoost, maar ook in West. Bij dergelijke organisaties draait het om verkoop en productie, uitstraling van het gebouw richting de klant is van minder belang. Het kantoor is een werkplek dat ze graag in eigendom hebben. De ingetogen conservatief is de enige die geïnteresseerd

40% nieuwe bedrijfsterreinen langs of nabij de snelweg

AMSTERDAM - Van de geplande bedrijventerreinen ligt ruim 40% in de directe nabijheid van een snelweg. Dat blijkt uit een quickscan die het Nirov op basis van de Nieuwe Kaart van Nederland heeft uitgevoerd. Het landschap langs de snelweg is een ontwerpogave van formaat.

Spar wil gemakswinkels

GRONINGEN - Spar opent voor Pasen aan de Stoeldraaierstraat in Groningen een testwinkel van 400 m² voor Spar Express. Spar Express is de gemakformule van Spar. Het bedrijf heeft aangegeven in de centra van grote steden deze gemakformule te willen openen in marktgebieden.

zal zijn in het aanbod in het centrum, maar ook in aanbod op de Zuidas. Het zijn statige bedrijven als notarissen of private banken die geworteld zijn in de regio en die opereren in de traditionele kennisintensieve dienstverleningssector. Uitstraling vinden zij van minder waarde, maar het kantoor is wel een ontmoetingsplek en moet bij andere kantoren in de buurt liggen. **CK**

