

Het Nieuwe Werken

De kantorenmarkt 2.0



Auteur	:	Frank Aalbers
Studentnummer	:	3044297
Onderwijsinstelling	:	Radboud Universiteit te Nijmegen Faculteit der Managementwetenschappen
Scriptiebegeleider	:	dr. A. Lagendijk
Datum	:	oktober 2012

Inhoudsopgave

Voorwoord.....	5
Samenvatting	6
1 Inleiding.....	8
1.1 Aanleiding	8
1.2 Relevantie.....	10
1.3 Probleemstelling.....	11
1.4 Doelstelling	12
1.5 Onderzoeksvragen.....	12
Centrale vraag 1	12
Centrale vraag 2	12
1.6 Onderzoeksopzet en methoden.....	12
Onderzoek soort.....	13
Onderzoeksstrategieën.....	13
Deskresearch.....	13
Casestudie	13
1.7 Gehanteerde onderzoeksstrategieën en informatiebronnen.....	14
1.8 Leeswijzer	16
2 Ruimtelijke strategiekeuze	17
2.1 Locatietheorieën	17
2.2 Neoklassieke locatietheorie	18
2.2.1 Schaalvoordelen en clustering.....	18
2.2.2 Alfred Marshall	19
2.2.2.1 Kwalitatief hoogwaardig personeel.....	20
2.2.2.2 Kennisoverdrachten.....	20
2.2.2.3 Uitbesteding.....	20
2.2.3 Edgar Hoover	20
2.2.3.1 Interne schaalvoordelen.....	21
2.2.3.2 Lokalisatie	21
2.2.3.3 Urbanisatie.....	21
2.2.4 Deelconclusie	21
2.3 Behaviourale locatietheorie	22
2.4 De institutionele locatietheorie.....	23
2.5 Moderne locatietheorieën	23
2.5.1 Inleiding.....	23
2.5.1.1 Martin & Rogers.....	23
2.6 Conclusie	24
3 Ruimtelijke strategiekeuze & locatiefactoren.....	25
3.1 Besluitvormingsproces	25
3.2 Locatiefactoren (Push en Pull)	27
3.3 Locatiefactoren uit de empirie.....	28
3.3.1 Harde en zachte locatiefactoren.....	28
3.3.2 Voorselectie locatiefactoren	30
3.4 Conclusie	32
4 Het Nieuwe Werken	33
4.1 Inleiding.....	33
4.2 Definiëring.....	34
4.2.1 Vier werkprincipes	35

4.2.1.1 Tijd- en plaats onafhankelijk werken	35
4.2.1.2 Sturen op resultaat	36
4.2.1.3 Vrije toegang tot kennis, ervaring en informatie en vrij gebruik ervan.....	36
4.2.1.4 Flexibele arbeidsrelaties	36
4.3 Externe invloeden	37
4.3.1 Economisch klimaat	37
4.3.2 Generatie werknemers	37
4.3.3 Demografische ontwikkelingen.....	38
4.3.4 ICT	39
4.4 Interne invloeden	39
4.5 Conclusie	40
5 Invloed van Het Nieuwe Werken	41
5.1 HNW & locaties en locatietheorieën.....	41
5.2 HNW & kantoorvastgoed	42
5.3 HNW & werkplekken.....	43
5.4 Het Nieuwe Werken en locatiefactoren.....	45
5.5 Conclusie	48
6 Resultaten van het onderzoek.....	49
6.1 Thuiswerken	49
6.1.1 Effecten	50
6.1.2 Stimuleren HNW	51
6.1.3 Niet stimuleren HNW.....	53
6.1.4 Toekomstverwachting	55
6.2 Conclusie	56
7 Kantorenmarkt	58
7.1 Trends en ontwikkelingen	58
7.1.1 Situatie kantorenmarkt Nederland.....	59
7.1.2 Situatie kantorenmarkt Stadsregio.....	60
7.1.2.1 Aanbod	60
7.1.2.2 Opname	61
7.1.2.3 Leegstand.....	62
7.1.2.4 Prijsniveau	63
7.2 Deelconclusie	64
7.3 Courantheid	65
7.3.1 Algemene beoordeling	65
7.3.2 Beoordeling kantoorlocaties.....	66
7.3.3 Gebiedsniveau	66
7.3.4 Objectniveau.....	67
7.3.5 Vastgoedprofessionals.....	69
7.4 Kantoorlocaties.....	70
7.4.1 Bereikbaarheid.....	70
<i>Nijmegen</i>	71
<i>Arnhem</i>	71
7.4.2 Voorzieningenniveau.....	73
<i>Nijmegen</i>	73
<i>Arnhem</i>	74
7.4.3 Zachte locatiefactoren	75
<i>Arnhem zuid (Kronenburg en Gelderse Poort)</i>	76
<i>Arnhem Centrum</i>	76
<i>Arnhem West</i>	76

<i>Arnhem noord</i>	76
<i>Arnhem oost</i>	77
<i>Nijmegen centrum</i>	77
<i>Nijmegen Brabantse Poort</i>	77
<i>Nijmegen oost</i>	77
<i>Nijmegen west</i>	78
7.4.4 Conclusie	78
7.5 Beoordeling objectniveau	78
7.5.1 Beoordeling Arnhem	79
7.5.2 Deelconclusie	81
7.5.3 Beoordeling Nijmegen	81
7.5.4 Conclusie	82
7.6 Eindresultaat beoordeling kantoorlocaties	83
8. Conclusies en aanbevelingen	86
8.1 Conclusies	86
8.2 Aanbeveling	89
8.3 Kritische reflectie	89
8.3.1 Inhoudelijke en persoonlijke reflectie	89
Bijlagen	91
Bijlage I Literatuurlijst	91
Bijlage II Beoordeling Nijmegen	97
Bijlage III Beoordeling Arnhem	100
Bijlage IV Enquête	106
Bijlage V Locatiefactoren	118
Bijlage VI Klassieke locatietheorieën	119
<i>Klassieke locatietheorie</i>	119
<i>Kritieken</i>	119
<i>Land Use Theory</i>	119
<i>Industrial Location Theory</i>	122
<i>Central Place Theory</i>	123
<i>New Economic Geography</i>	124
Bijlage VII Locatietheorieën gekoppeld aan locatiefactoren	125
<i>(neo)-klassieke locatietheorieën</i>	125
Bijlage VIII Behaviourale locatietheorie, Geography of Enterprises en de moderne locatietheorie ..	126
<i>Institutionele theorie</i>	127
Bijlage IX Kritieken	127
<i>Kritieken behaviourale locatietheorie</i>	128
<i>Kritieken institutionele locatietheorie</i>	128
Bijlage X Generaties	128
<i>Protestgeneratie</i>	128
<i>Generatie X</i>	128
<i>Pragmatische generatie</i>	129
<i>Screenager generatie</i>	129

Voorwoord

Deze master thesis is ter afsluiting van mijn master opleiding Economic Geography. De keuze voor een onderwerp was vrij voor de hand liggend. Ik ben eind 2010 benaderd door dr. E. Van der Krabben om het auteurschap van De Vastgoedrapportage op me te nemen. De uitdaging en de koppeling tussen de theorie en de praktijk heeft mij doen besluiten om in te gaan op het aanbod. Het onderwerp voor de editie van 2011 (Het Nieuwe Werken) is tot stand gekomen tijdens een van de vergaderingen met de werkgroepleden en dr. E. Van der Krabben. Ik kon me erg in het onderwerp vinden, omdat ik bezig ben met mijn laatste collegejaar ooit en dit onderzoek mij inzicht geeft in de mogelijkheden en onmogelijkheden van Het Nieuwe Werken in combinatie met een andere interesse van mij, de commerciële vastgoedmarkt.

Graag wil ik dit voorwoord ook gebruiken om een aantal personen in het bijzonder te bedanken. Allereerst mijn scriptiebegeleider vanuit de Radboud Universiteit Nijmegen dr. A. Lagendijk voor zijn goede begeleiding en voor de vrijheid die hij mij gegeven heeft gedurende het gehele traject. Daarnaast wil ik dr. E. Van der Krabben bedanken voor de kans die hij me gegeven heeft om mezelf te ontwikkelen in de vastgoedsector. Dit geldt ook voor dhr. J.C. Stroet, hij was diegene die me op de werkvloer het meest heeft ondersteund en altijd tijd voor me had wanneer ik weer eens met een vervelende vraag kwam. Tot slot wil ik mijn vriendin Daphne en mijn ouders bedanken voor de steun in de afgelopen 1,5 jaar. Zij hebben mij op een manier gesteund die ik het meest waardeer, dat is namelijk vragen stellen en belangstelling tonen, maar mij ook met rust laten en mijn ding laten doen wanneer dit echt nodig was.

Nijmegen, oktober 2012

Frank Aalbers

Samenvatting

De huidige economische ontwikkelingen waar Europa, Nederland en de stadsregio Arnhem Nijmegen mee te maken hebben, zijn de drijfveer voor overheid en bedrijven om het roer om te gooien. Daarnaast spelen technologische en maatschappelijke veranderingen een grote rol in de manier waarop organisaties ingedeeld zijn. Doordat mensen en bedrijven zich alsmaar blijven ontwikkelen zorgt dit voor een veranderende vraag naar bijvoorbeeld vastgoed. Daarnaast acteren organisaties op een andere manier in de ruimte dan voorheen. Dit komt doordat organisaties voorheen vooral in het teken stonden van het proces en niet zozeer in dat van de medewerkers. Er werd nauwelijks geluisterd naar de medewerkers 'op de vloer' en vooral beredeneerd vanuit het oogpunt van het proces. Zo werd vastgoed dan ook ingedeeld en dit was ook leidend voor organisaties wanneer het aankwam op het verplaatsen in de ruimte. De klassieke locatietheorieën zijn hier een voorbeeld van en zijn dan ook gericht op het minimaliseren van de kosten in het kiezen van de ideale locatie. Echter hebben economische, technologische en maatschappelijke veranderingen van nu nieuwe organisatievormen en manieren van werken doen ontstaan gebaseerd op vrijheid, eigen regelruimte, zelfsturing, vertrouwen, innovatie en flexibiliteit. In deze nieuwe organisatievorm (Het Nieuwe Werken) staat de mens centraal. Het Nieuwe Werken laat organisaties op een andere wijze opereren. Er ontstaat als het ware een andere manier van aansturen en samenwerken, waardoor er beter gereageerd kan worden op wensen en eisen van de diversen stakeholders. Dit vraagt nadrukkelijk een stijl van leidinggeven die deze wijze van werken stimuleert en mogelijk maakt. Deze nieuwe manier van werken vraagt ook een andere invulling van vastgoed en van werkplekken. Daarnaast zorgt Het Nieuwe Werken ervoor dat organisaties anders kijken naar de ideale locatie. Er wordt namelijk meer rekening gehouden met de medewerker en niet-economische aspecten spelen een grotere rol dan voorheen. Al deze veranderingen in acht genomen, wat zijn dan de gevolgen voor de courantheid van de kantoorlocaties in de stadsregio Arnhem Nijmegen ten aanzien van Het Nieuwe Werken? En wat is de precieze invloed van Het Nieuwe Werken op de ruimtelijke strategiekeuze van dienstverlenende bedrijven? Dit onderzoek heeft getracht deze vragen te beantwoorden door allereerst de ruimtelijke strategiekeuze van organisaties uiteen te zetten gevolgd door de principes van Het Nieuwe Werken en de veranderende rol van werkplekken, kantoorvastgoed en kantoorlocaties. Vervolgens is de koppeling met de empirie gemaakt door organisaties in de stadsregio middels een enquête hun mening te laten ventileren betreffende Het Nieuwe Werken. De literatuurstudie tezamen met de resultaten van de enquête hebben de basis gelegd voor het tweede onderdeel van het onderzoek namelijk de analyse van het onderzoeksgebied, de stadsregio Arnhem Nijmegen. De analyse van het onderzoeksgebied bestaat uit 3 onderdelen waarin zowel subjectiviteit als objectiviteit een rol spelen. Een beoordeling op gebiedsniveau (objectief en subjectief) en een beoordeling op objectniveau. Omdat subjectiviteit een grote rol speelt in de beoordeling van de niet-economische aspecten is dit onderdeel alsmede de beoordeling van de objecten uitgevoerd door een zestal vastgoedprofessionals die actief zijn in het onderzoeksgebied. Tezamen met de beoordeling van de kantoorlocatie op bereikbaarheid en voorzieningenniveau is de courantheid van de kantoorlocaties in de stadsregio Arnhem Nijmegen bepaald. Op basis van de analyse van alle kantoorlocaties in de Stadsregio Arnhem Nijmegen is gebleken dat de centrumlocatie in zowel Arnhem als in Nijmegen voldoet aan de eisen van organisaties die (willen) werken volgens de principes van Het Nieuwe Werken. Naast de centrumlocaties biedt Nijmegen zuid ook wat HNW organisaties van een locatie en de objecten verwachten. De ligging van de drie kantoorlocaties en het gevarieerde aanbod van voorzieningen betekenen een voorsprong op de overige kantoorlocaties. Medewerkers vinden het prettig om in de lunchpauze

gebruik te kunnen maken van vele voorzieningen, er is een mogelijkheid om met klanten in de nabije omgeving te lunchen, de kinderen kunnen eventueel terecht bij de kinderopvang in het gebied en tevens kan er gebruik worden gemaakt van een of meerdere sportscholen. De bereikbaarheid is optimaal omdat de op- en afritten van de dichtstbijzijnde snelwegen binnen 10 minuten te bereiken zijn en het openbaar vervoer in de gebieden (een station en een transferium) zorgt voor kortere reistijden. Daarnaast voldoet het merendeel van de objecten dat wordt aangeboden in deze gebieden aan de belangrijkste eisen die gesteld worden aan een kantoorpand wanneer HNW een rol speelt binnen de organisatie.

Aanbeveling

De courantheid van verschillende kantoorlocaties in de stadsregio Arnhem Nijmegen laat te wensen over. De verwachting is dat een groot gedeelte van de kantoorruimten niet meer wordt opgenomen door de markt omdat onder andere het aanbod niet aansluit op de wensen van de gebruiker, het voorzieningenniveau en de bereikbaarheid niet optimaal zijn en de flexibiliteit en uitstraling in en van het pand ver te zoeken zijn. Echter wanneer er geen actie wordt ondernomen kan dit voor de nabije omgeving en de kantoremarkt *an sich*, nadelige gevolgen hebben. Denk hierbij aan verpaupering, diefstal, vernieling etc. En wanneer er woningen in de omgeving gelegen zijn kan dit zelfs voor een onveilig gevoel bij de inwoners zorgen. Dit onderzoek toont aan wat de eigenschappen van de objecten en de locaties in de stadsregio Arnhem Nijmegen zijn. De resultaten van dit onderzoek kunnen gebruikt worden om oplossingen te vinden voor een ander maatschappelijk probleem namelijk studentenhuisvesting en huisvesting van zorgbehoevenden in de Stadsregio. Het structureel leegstaande aanbod kantoorruimten dat niet meer wordt opgenomen door de markt zal centraal moeten staan in het onderzoek. Verder zal het vervolgonderzoek in het teken moeten staan van transformatie en herbestemming van deze kantoren in de stadsregio Arnhem Nijmegen. Deelnemers aan dit onderzoek zouden de overheid, universiteit, vastgoedadviseurs, beleggers en projectontwikkelaars moeten zijn. Dit zijn de partijen die de kar moeten trekken en ervoor kunnen zorgen dat de kantorenmarkt van stadsregio Arnhem Nijmegen gezonder wordt en andere deelmarkten van de vastgoedmarkt zoals studentenhuisvesting en huisvesting van zorgbehoevenden geoptimaliseerd worden.

"it is not the strongest of the species that survives, nor the most intelligent, but the one most responsive to change".

Charles Darwin

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Het is duidelijk dat de Nederlandse economie, sinds de eerste tekenen van de financiële crisis zich voordeden in 2007 tot nu (medio 2011), in zwaar weer verkeert. In de stadsregio Arnhem Nijmegen is de crisis ook merkbaar en de verwachting is dat de economie de komende jaren verslechterd.

In de stadsregio treffen we 357.200 banen aan bij meer dan 50.000 bedrijven en instellingen. Een groot deel van de banen in de stadsregio (56%) vinden we in Arnhem (101.000) en Nijmegen (99.000). De verwachting is dat het aantal banen de komende jaren verder afneemt en daarmee zal de werkloosheid in de Stadsregio de komende jaren verder oplopen. Beide steden kennen economische specialisaties, waarmee ze landelijke spelers van formaat zijn. Zo kent Arnhem een veel sterkere aanwezigheid van financiële instellingen, zakelijke dienstverlening en overheid. Deze belangrijke dragers van de kantorensector omvatten 35% van de banen in Arnhem en 17% in Nijmegen. In Nijmegen zijn het onderwijs-gezondheidszorgcluster en de naar verhouding grotere industrie de dragers.

Mede door toedoen van de financiële crisis zijn de afgelopen jaren een record aantal bedrijven failliet gegaan. Bedrijven hebben ook veelal reorganisaties door moeten voeren om het hoofd boven water te kunnen houden. Een relatief groot gedeelte van de mensen die zonder baan zijn komen te zitten, heeft een eigen bedrijf opgestart. Dit is goed terug te zien in de groei van het aantal startende ondernemingen.

De bedrijven die het hoofd wel boven water hebben kunnen houden zien de inkomsten teruglopen en dit zorgt voor een toenemende strijd om de consument en het zoeken naar mogelijkheden om op andere manieren winst te behalen. Volgens een rapport van Twynstra Gudde (2010) zullen bedrijven de nadruk leggen op het reduceren van kosten. Dit willen organisaties bereiken door nog meer te snijden in het personeelbestand en in het aantal m² kantooroppervlak dat iedere werknemer tot zijn of haar beschikking heeft. Tevens is het afstoten en verkopen van kantoorvastgoed naar de markt een belangrijk aspect in de nieuwe huisvestingsstrategie van bedrijven. Het toepassen van flexibele kantoorconcepten en het sturen op efficiënter m² gebruik is ook dominanter geworden ten opzichte van de jaren voor de financiële crisis.

De gevolgen zullen ook merkbaar zijn op de kantorenmarkt en de verschillende typen kantoorlocaties. De grote, massale kantoorgebouwen in kantoorwijken worden minder interessant voor bedrijven. Bedrijven zijn in toenemende mate geïnteresseerd in de kleinere, flexibele en multifunctionele kantoorruimten nabij voorzieningen en openbaar vervoer. Deze ontwikkeling heeft waarschijnlijk ook invloed op de courantheid van de verschillende type kantoorlocaties in de stadsregio Arnhem Nijmegen. Nijmegen kent vier kantoorlocaties en Arnhem vijf die onder te verdelen zijn in centrum/stations locaties, nieuwbouwkantoorparken, bestaande kantoorparken en singels. Door de stijging van het aanbod en de daling van de opname wordt de markt voor kantoorruimte steeds ruimer. Het groeimodel dat in de jaren voorafgaand aan de crisis van toepassing was, is ten

einde gekomen en heeft plaats gemaakt voor kleinschaligheid, flexibiliteit en duurzaamheid. Op de kantorenmarkt was dit in 2010 zichtbaar aan het relatief hoge aantal verhuisbewegingen met kleine metrages, de flexibilisering van huurcontracten en duurzame nieuwbouw. Bedrijven die toch verhuizen in deze economisch mindere tijden, nemen over het algemeen minder meters op dan dat ze voordien in gebruik hadden.

Naast de verslechterde economische omstandigheden heeft Het Nieuwe Werken waarschijnlijk ook invloed op de kantorenmarkt en de ruimtelijke strategiekeuze van bedrijven. Op dit moment kennen veel organisaties nog een traditionele organisatievorm die gebaseerd is op sterk hiërarchisch en bureaucratisch principe. De traditionele organisatievorm komt voort uit de industriële revolutie, waarna deze nog vele jaren als dominante organisatievorm is toegepast (Baarne e.a., 2010). In de loop van de jaren zijn er echter nieuwe organisatievormen ontstaan. Deze nieuwe flexibelere organisatievormen worden in de literatuur aangeduid als virtuele organisaties, boundary-less organizations, atomized-organizations, high performance organizations en collaborative organizations (Child & McGrath, 2011). Hoewel de traditionele organisatievorm zeker zijn nut heeft in een specifieke bedrijfscontext, is het de vraag of die organisatievorm anno 2011 voor het merendeel van de organisaties nog steeds een passend model is. De economische, technologische en maatschappelijke veranderingen van nu hebben nieuwe organisatievormen en manieren van werken doen ontstaan gebaseerd op vrijheid, eigen regelruimte, zelfsturing, vertrouwen, innovatie en flexibiliteit. In deze nieuwe organisatievorm (Het Nieuwe Werken) staat de mens centraal. Het Nieuwe Werken laat organisaties op een andere wijze opereren. Er ontstaat als het ware een andere manier van aansturen en samenwerken, waardoor er beter gereageerd kan worden op wensen en eisen van de diversen stakeholders. Dit vraagt nadrukkelijk een stijl van leidinggeven die deze wijze van werken stimuleert en mogelijk maakt. Een stijl die meer gericht is op inspiratie en visie, die zich toespitst op verbinding en het sturen op waarden, veel aandacht schenkt aan People management en development en daarbinnen vertrouwen en verantwoordelijkheid geeft en op output stuurt (Kok, J. e.a., 2010). De medewerkers waar organisaties mee te maken krijgen worden ook wel “de medewerker 2.0” genoemd. Dit is een werknemer die anders aankijkt tegen werk en andere preferenties en competenties met zich meebrengt (Baarne e.a., 2010). Tevens vinden ze kennis belangrijk, maar ook zeer vergankelijk. Ze doen niet een paar dingen tegelijk maar veel tegelijk en weten alles over interactieve media en over de technologische ontwikkelingen die gaande zijn (Baarne e.a., 2010). De wijze waarop veel organisaties nu (nog) ingedeeld zijn zal door toedoen van medewerker 2.0 en de economische en sociale ontwikkelingen naar alle waarschijnlijkheid drastisch veranderen. De uitdagingen en problemen waar bedrijven en overheden voor komen te staan worden steeds complexer, grootschaliger en dynamischer. Het is dus belangrijk dat bedrijven en overheden voortdurend in beweging blijven en een groter wordend aanpassend vermogen nodig hebben. Op deze manier kunnen zij snelle veranderingen het hoofd bieden en zich meer richten op de creatieve op maat gemaakte oplossingen. Deze verandering heeft waarschijnlijk ook invloed op de ruimtelijke strategiekeuze van bedrijven. Waar die voorheen vooral gebaseerd was op het minimaliseren van de kosten neigt de ruimtelijke strategiekeuze van dienstverlenende bedrijven nu meer de kant op van het optimaal gebruik maken van je human resources. Imago, duurzaamheid, bereikbaarheid, quality of life van de medewerkers worden belangrijker en zijn misschien wel belangrijke factoren als het gaat om het aantrekken van hoogwaardig gekwalificeerd personeel dat schaars aanwezig is op de arbeidsmarkt. De ontwikkelingen staan tevens haaks op (een groot gedeelte van) de kantorenmarkt van nu. Flexibiliteit, multifunctionaliteit, dynamisch, eigentijds, modern, hoogwaardig zijn geen synoniemen voor de huidige kantorenmarkt.

Hier ontstaat dus enige frictie tussen aan de ene kant de organisaties en organisatievormen die zich constant blijven ontwikkelen en nu in het teken staan van flexibiliteit en het centraal stellen van de mens en aan de andere kant de ruimte waarbinnen zij acteren, in dit geval de kantorenmarkt. Doordat organisaties zich ontwikkelen stellen zij ook andere eisen aan de omgeving waar zij zich willen vestigen en dit kan leiden tot een veranderende ruimtelijke strategiekeuze. Dit heeft mogelijk tot gevolg dat bepaalde typen kantoorlocaties minder interessant worden voor organisaties om zich te vestigen.

Dit onderzoek tracht de veranderingen en ontwikkelingen op organisatorisch en op economisch (Het Nieuwe Werken) vlak toe te passen op de verschillende typen kantoorlocaties in de stadsregio Arnhem Nijmegen. Op deze manier wordt de courantheid van de kantorenmarkt van de Stadsregio Arnhem Nijmegen blootgelegd. Daarnaast tracht dit onderzoek inzicht te verschaffen in de mogelijke verandering van de ruimtelijke strategiekeuze van dienstverlenende bedrijven door toedoen van Het Nieuwe Werken.

“Niet stelsels en systemen, maar mensen en hun mogelijkheden dienen centraal te staan in het denken van de overheid. De overheid moet vertrouwen geven, ruimte laten, en mensen toerusten om volwaardig te participeren en verantwoordelijkheden te dragen. De menselijke maat is daarbij leidraad en kwaliteit staat centraal.”
Regeerakkoord kabinet Balkenende IV

1.2 Relevantie

De huidige economische ontwikkelingen waar Nederland en de stadsregio Arnhem Nijmegen mee te maken hebben, zijn de drijfveer voor overheid en bedrijven om het roer om te gooien. Een ieder wordt namelijk op een of andere manier geraakt door de financiële crisis. Iedereen gaat er in koopkracht op achteruit; werknemers gaan in 2011 en in 2012 0,75% in koopkracht achteruit, voor uitkeringsgerechtigden geldt een koopkrachtverlies van 1,25% in beide jaren en 65 plussers zien hun koopkracht in 2011 1,25% verliezen en in 2012 1% (Ministerie van Financiën, 2011). Bedrijven zullen bezuinigingen door moeten voeren om het hoofd boven water te houden. En voor de overheden geldt dat zij extra moeten bezuinigen op de uitgaven (+/- 18 miljard). Uit de Macro Economische Verkenning (2011) van het Centraal Planbureau blijkt dat de economie volgend jaar met maar 1% groeit. Eerder werd rekening gehouden met een groei van 1,75%. Daarnaast wordt er een stijging van de werkloosheid verwacht van 5,25% en zal de inflatie uitkomen op 2% (Ministerie van Financiën, 2011). Kortom de huidige economische ontwikkelingen zorgen ervoor dat Nederland de komende jaren de broekriem aan moet trekken.

In dit onderzoek staat Het Nieuwe Werken centraal. Het Nieuwe Werken staat ook volop in de aandacht de laatste jaren. Er zijn verschillende boeken geschreven over dit onderwerp waaronder: Het Nieuwe Werken ontrafeld (Baarne e.a., 2010), Aan de slag met Het Nieuwe Werken (Bijl, 2010), Werken nieuwe stijl (Van de Haterd, 2010), Anders werken, nieuwe kansen (Gaspersz, 2011) etc. Het overgrote deel van deze boeken is in de periode van 2007 tot heden op de markt gebracht. Je kunt dus zeggen dat Het Nieuwe Werken “hot” is. Het Nieuwe Werken betekent voor kantoorgebruikers met name een manier om slimmer en efficiënter te werken, waarbij verbetering van het bedrijfsresultaat en kostenbesparing centraal staan. De belangrijkste thema's zijn besparing op huisvestingskosten, vergroten van flexibiliteit, terugdringen van mobiliteitskosten en productiviteitsverhoging (Twynstra Gudde, 2010).

Dit onderzoek dekt de lading wat maatschappelijke relevantie betreft met name op het gebied van Het Nieuwe Werken *an sich* en de sociaal-economische ontwikkelingen. Het Nieuwe Werken is sinds het uitbreken van de financiële crisis in 2007 steeds nadrukkelijker aanwezig binnen bedrijven en overheden. Daarnaast speelt de financiële crisis een steeds prominentere rol in de mondiale economie en een ieder heeft hier op een of andere manier mee te maken, op persoonlijk en/of zakelijk vlak. Afname van de benodigde vierkante meter kantoorruimte, toename van de leegstand, toename van de kans op verloedering van kantoorpanden zijn een aantal mogelijke gevolgen van de opkomst van Het Nieuwe Werken en de verslechterde economische omstandigheden. Door inzichtelijk te maken in welke mate Het Nieuwe Werken invloed zal hebben op de verschillende type kantoorlocaties in de Stadsregio, kan effectiever geanticipeerd worden op het hiervoor geschetste probleem.

De wetenschappelijke relevantie van dit onderzoek komt voort uit het feit dat er een relatief onbekend terrein inzichtelijk wordt gemaakt. Er is veel onderzoek gedaan naar Het Nieuwe Werken, maar dit onderzoek spitst zich toe op de ruimtelijke strategiekeuze van bedrijven in relatie tot Het Nieuwe Werken. Door de verandering in de externe omgeving komen ook de locatietheorieën in een nieuw daglicht te staan. Deze theorieën ondergaan als gevolg van Het Nieuwe Werken mogelijk een wijziging. Tevens kan de wetenschap belang hebben bij de uitkomsten van dit onderzoek, omdat de uitkomsten waarschijnlijk een aanvulling zijn op de huidige kennis op het gebied van ruimtelijk strategische beslissingen. Eerdere onderzoeken (Pellenbarg, 1977; Besselink et al, 1988; Kok et al, 1999) tonen bijvoorbeeld aan welke verschuivende vestigingstendensen er plaats hebben gevonden in 1977, 1988 en 1999. Uit dit onderzoek blijkt dat economische groei hier een voorname rol bij speelt. Ander onderzoek (Pen, 2002) toont aan dat er een verschuiving heeft plaatsgevonden in het soort vestigingsfactoren. In de jaren ' 70 waren de vestigingsfactoren transport- en arbeidskosten, nabijheid van de afzetmarkt en agglomeratieverschillen van groot belang in het huisvestingstraject van bedrijven. Deze zijn langzamerhand naar de achtergrond verdwenen en andere locatiefactoren zoals overheid, kennis, woon- en leefklimaat en representativiteit hebben een zwaardere weging gekregen in het besluitvormingsproces (Pellenbarg, 2002). Weer een ander onderzoek (Van Oort et al., 2007, p.22) toont aan dat de belangrijkste redenen voor bedrijven om te verhuizen de groei is die de bedrijven doormaken en het daaruit voortvloeiende ruimtegebrek. Geconcludeerd kan worden dat er op het gebied van ruimtelijke strategiekeuze voor bedrijven volop kennis beschikbaar is, maar de ontwikkelingen (Het Nieuwe Werken, financiële crisis gevolgd door eurocrisis, vergrijzing, ontgroening, technologische ontwikkelingen, Y-generatie etc.) die er nu gaande zijn, zullen naar verwachting direct dan wel indirect invloed uitoefenen op het locatiekeuzebeleid van bedrijven. Dit onderzoek tracht aan te tonen of dit daadwerkelijk het geval is en op welke manier dit gebeurt. Aan de hand van de resultaten van dit onderzoek zijn er tevens aanbevelingen gedaan aan de verschillende stakeholders op de commerciële vastgoedmarkt tezamen.

1.3 Probleemstelling

De probleemstelling van dit onderzoek luidt:

Waar moeten kantoorlocaties aan voldoen willen de kantoorlocaties, inspeland op de mogelijke invloed van Het Nieuwe Werken op de ruimtelijke strategiekeuze van dienstverlenende bedrijven, niet als incurant bestempeld worden?

1.4 Doelstelling

Op basis van de aanleiding en de probleemstelling van het onderzoek is de volgende doelstelling geformuleerd:

“Inzichtelijk maken of en zo ja hoe Het Nieuwe Werken van invloed is op de ruimtelijke strategiekeuze van bedrijven in de dienstensector op de kantorenmarkt van de stadsregio Arnhem Nijmegen en of de courantheid van de verschillende type kantoorlocaties hierdoor wordt beïnvloed.”

Op basis van de aanleiding, probleemstelling en de doelstelling van dit onderzoek kan de volgende hypothese gevormd worden:

“De kantorenmarkt van de Stadsregio Arnhem Nijmegen is niet interessant voor organisaties die Het Nieuwe Werken willen implementeren.”

1.5 Onderzoeksvragen

Uit de aanleiding en de doelstelling kan de vraagstelling voor dit onderzoek geformuleerd worden. De antwoorden op de deelvragen beantwoorden de centrale vragen en de antwoorden op de centrale vragen helpen uiteindelijk de doelstelling van dit onderzoek te bereiken.

Centrale vraag 1

In welke mate is de nieuwe manier van werken van invloed op de ruimtelijke strategiekeuze van bedrijven in de dienstensector op de kantorenmarkt van de Stadsregio?

- 1.1 Wat houdt Het Nieuwe Werken in en welke ontwikkelingen liggen eraan ten grondslag?
- 1.2 Wat wordt verstaan onder ruimtelijke strategiekeuze en welke invloed heeft Het Nieuwe Werken hier op?

Centrale vraag 2

In welke mate hebben de gevolgen van de nieuwe manier van werken invloed op de courantheid van de verschillende type kantoorlocaties in de stadsregio Arnhem Nijmegen en wat zijn de toekomstverwachtingen?

- 1.3 Wat is de huidige status van de kantorenmarkt van de stadsregio Arnhem Nijmegen?
- 1.4 Wat zijn de locationele eigenschappen van de verschillende typen kantoorlocaties in de Stadsregio?
- 1.5 Welke eisen stelt Het Nieuwe Werken aan de locatie?
- 1.6 Welke eisen stelt Het Nieuwe Werken aan kantoorvastgoed?
- 1.7 Welke eisen stelt Het Nieuwe Werken aan (de indeling van) de werkplek?
- 1.8 Wat betekent Het Nieuwe Werken, op termijn, voor de courantheid van de verschillende type kantoorlocaties in de Stadsregio?

1.6 Onderzoeksopzet en methoden

Voordat begonnen wordt met het beantwoorden van de onderzoeksvragen, moet allereerst duidelijk worden welk soort onderzoek uitgevoerd gaat worden. Daarnaast moet er een keuze gemaakt worden uit de verschillende onderzoeksstrategieën en informatiebronnen die beschikbaar zijn voor onderzoek. In deze paragraaf worden verschillende soorten onderzoek, onderzoeksstrategieën en informatiebronnen beschreven. Vervolgens wordt toegelicht welke in dit onderzoek worden gebruikt.

Onderzoek soort

Baarda en De Goede (2006) beschrijven twee soorten onderzoeken die relevant zijn voor dit onderzoek: beschrijvend onderzoek en exploratief onderzoek. Een beschrijvend onderzoek laat zich kenmerken door een nauwkeurige beschrijving van kenmerken van de onderzoekseenheden. Hierbij zal geen nadere aanduiding van relaties of verklaringen worden gegeven. Exploratief onderzoek is echter gericht op de ontwikkeling van een theorie dan wel de formulering van één of meer hypothesen.

Dit afstudeeronderzoek laat zich in de eerste fase karakteriseren als een beschrijvend onderzoek (literatuurstudie) en tevens als exploratief onderzoek (hoe en waarom vraag). In de tweede fase kunnen de voorlopige verwachtingen scherper geformuleerd worden, doordat de input die gegenereerd wordt aan de hand van de casestudy, verwerkt kan worden in de hypothese. Aan de hand van dit onderzoek kunnen dus geen algemeen geldende uitspraken gedaan worden.

Onderzoeksstrategieën

Een onderzoeksstrategie is het geheel van met elkaar samenhangende beslissingen over de wijze waarop het onderzoek wordt uitgevoerd, ook wel de onderzoeksaanpak genoemd. Deze onderzoeksaanpak moet antwoord geven op de vraag hoe om te gaan met het vergaren van relevant materiaal en de verwerking van dit materiaal tot antwoorden op de vragen uit de probleemsignalering. In de literatuur worden hiervoor verschillende strategieën van onderzoek genoemd: survey, experiment, casestudie, gefundeerde theoriebenadering en deskresearch. Het onderzoek bestaat uit drie onderdelen: een literatuurstudie (deskresearch), een analyse van de kantorenmarkt van de stadsregio Arnhem Nijmegen (casestudy) en een enquête.

Deze twee verschillende strategieën worden kort toegelicht:

Deskresearch

Deskresearch is een aanpak waarbij gebruik wordt gemaakt van door anderen geproduceerd of wel bestaand materiaal. In het bureauonderzoek kan onderscheid worden gemaakt tussen twee hoofdvarianten: literatuuronderzoek en secundair onderzoek. Literatuuronderzoek is de vergaring en bestudering van geproduceerde vakliteratuur. Het gaat hier veelal om een kwalitatieve inhoudsanalyse. Secundair onderzoek richt zich daarentegen op de vergaring en analysering van door andere geproduceerde statistische gegevens, die vaak op kwantitatieve wijze worden verwerkt en geanalyseerd (Verschuren en Doorewaard, 2007).

Casestudie

Een casestudie laat zich kenmerken als een onderzoek waarbij de onderzoeker inzicht probeert te verkrijgen in een of enkele objecten of processen. De casestudie laat zich typeren door een klein aantal onderzoekseenheden, een arbeidsintensieve benadering, meer diepte dan breedte, een selectieve ofwel strategische steekproef, kwalitatieve gegevens en onderzoeksmethoden en een open waarneming op locatie. Binnen het domein van de casestudie zijn ook weer twee hoofdvarianten te onderscheiden: de enkelvoudige en de vergelijkende of meervoudige casestudie. De enkelvoudige casestudie richt zich slechts op één afzonderlijke case, terwijl de vergelijkende casestudie verschillende cases onderling vergelijkt (Verschuren en Doorewaard, 2007). In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van de enkelvoudige casestudie. Dit omdat de locaties in dit onderzoek uniek zijn en moeilijk te vergelijken zijn met andere locaties in andere regio's. Daarnaast biedt de enkelvoudige

casestudy meer mogelijkheden om dieper in te gaan op Het Nieuwe Werken en de ruimtelijke strategiekeuze van bedrijven in een unieke setting door middel van een enquête.

1.7 Gehanteerde onderzoeksstrategieën en informatiebronnen

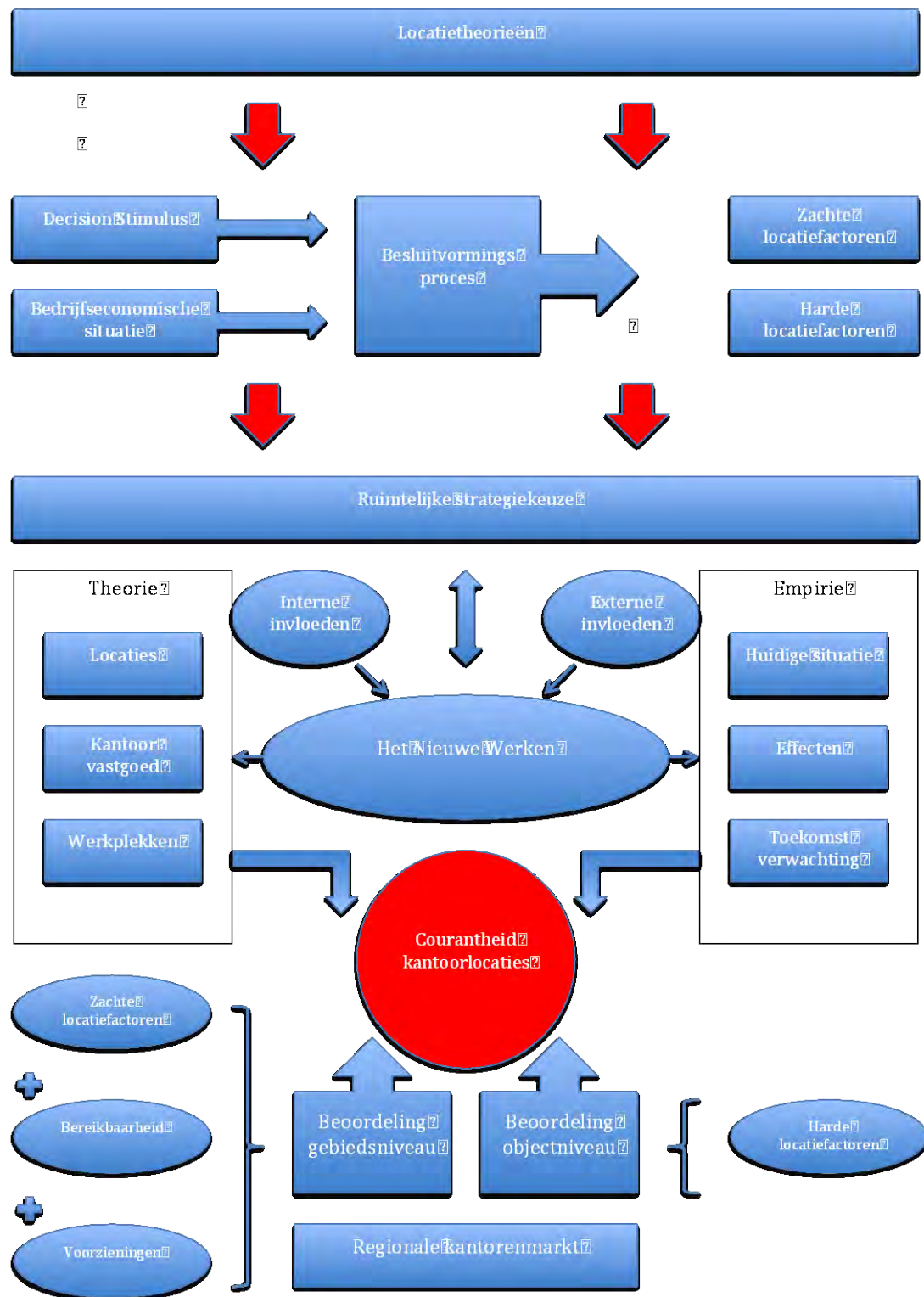
Het theoretisch kader wordt uitgelegd aan de hand van bestaande literatuur over verschillende theorieën, benaderingswijzen en concepten met betrekking tot de locatiekeuze van bedrijven. Daarnaast worden, in het theoretisch kader, de principes van Het Nieuwe Werken nader gedefinieerd en uitgewerkt. Vervolgens is de invloed van Het Nieuwe Werken op de werkplekken, het kantoorvastgoed en de locatie uiteengezet.

In het empirisch gedeelte van dit onderzoek is een analyse van de kantorenmarkt van de Stadsregio gemaakt. Belangrijk hierin is, welke locationele eigenschappen de verschillende kantoorlocaties in de Stadsregio bezitten. Door dit in kaart te brengen en daarnaast de trends en ontwikkelingen te beschrijven is het in een later stadium van dit onderzoek mogelijk de locationale aspecten van de verschillende kantoorlocaties te toetsen aan de locatiefactoren die bedrijven belangrijk vinden en meenemen in de ruimtelijke strategiekeuze. De locatiefactoren, welke dienstverlenende bedrijven belangrijk vinden in het locatiekeuzeproces, zijn verkregen door middel van een literatuurstudie en door middel van een enquête onder 250 bedrijven in de stadsregio Arnhem Nijmegen.

Het tweede gedeelte van het empirisch gedeelte van dit onderzoek is de beoordeling van de verschillende kantoorlocaties op gebiedsniveau (voorzieningen, bereikbaarheid en zachte locatiefactoren) en op objectniveau. Mede door de hoge mate van subjectiviteit is dit gedeelte van de beoordeling uitgevoerd door zes vastgoedprofessionals die dagelijks in het gebied werkzaam zijn. Hierdoor ontstaat tevens een goede mix van de objectiviteit van de onderzoeker en de subjectiviteit en ervaring van de vastgoedprofessional.

In de conclusie van dit onderzoek komt uiteindelijk het theoretisch kader samen met het empirisch gedeelte en wordt duidelijk welke kantoorlocaties in de Stadsregio voldoen aan de “eisen” van bedrijven in de dienstensector wanneer het aankomt op ruimtelijke strategiebepaling. Tevens wordt duidelijk welke kantoorlocaties, mede ten gevolge van Het Nieuwe Werken, waarschijnlijk als incourant kunnen worden bestempeld wanneer er geen actie wordt ondernomen.

Figuur 1 Conceptueel model



1.8 Leeswijzer

Na in dit hoofdstuk de kaders voor het onderzoek bepaald te hebben, wordt in hoofdstuk 2 aan de hand van een literatuuronderzoek antwoord gegeven op de eerste deelvragen. Dit hoofdstuk gaat specifiek in op de locatietheorieën die ten grondslag liggen aan de ruimtelijke strategiekeuze van bedrijven. Hoofdstuk 3 staat in het teken van de ruimtelijke strategiekeuze en de locatiefactoren die bedrijven meenemen in het locatiekeuze proces. In hoofdstuk 4 wordt Het Nieuwe Werken concept verduidelijkt waarbij de definiëring gegeven wordt. Daarnaast worden externe en interne invloeden op Het Nieuwe Werken beschreven gevolgd door de kritieken op Het Nieuwe Werken. In hoofdstuk 5 staat Het Nieuwe Werken ook centraal, echter wordt dan de focus gelegd op de invloed van HNW op kantoorlocaties, kantoorvastgoed en werkplekken. In hoofdstuk 6 wordt aan de hand van de onderzoeksresultaten die voort zijn gekomen uit de enquête, antwoord gegeven op de tweede centrale vraag. Hoofdstuk 7 beschrijft de huidige situatie van de nationale en regionale kantorenmarkt. De verschillende type kantoorlocaties in de Stadsregio Arnhem Nijmegen worden geanalyseerd gevolgd door de ontwikkeling van kantoorvastgoed en werkplekken in de afgelopen decennia. In het laatste deel, hoofdstuk 8, worden de conclusies van het onderzoek gegeven.

2 Ruimtelijke strategiekeuze

In dit hoofdstuk wordt stil gestaan bij de centrale theorie van het onderzoek en het conceptuele model dat is ontwikkeld. Allereerst vindt een uitwerking plaats van de verschillende theorieën welke een locatiekeuze van bedrijven tot gevolg hebben. De uitwerking van deze theorieën zal een inzicht verschaffen in de theorieën waarop een bedrijf haar locatiekeuze kan baseren. Tevens wordt het verband met Het Nieuwe Werken gelegd.

2.1 Locatietheorieën

De locatiekeuze van bedrijven hangt af van verschillende aspecten gerelateerd aan de situatie en omstandigheden van de onderneming (Reijs e.a., 2001). In de klassieke vestigingsplaatsleer wordt gebruik gemaakt van locatietheorieën, die uit gaan van het individuele ondernemersgedrag (Olden, 2010). Dit wordt door Pellenbarg (1985) omschreven dat de locatietheorieën zich richten op:

“het rubriceren en zo mogelijk kwantificeren van de factoren die individuele bedrijven leiden bij hun vestigingsplaatskeuze, min of meer los van het bestaande economische of ruimtelijke systeem waarbinnen zich deze keuze voltrekt.”

Om duidelijkheid te verschaffen is het natuurlijk van belang om te weten welke locatietheorieën er zijn en wat deze precies inhouden. De verdeling van de locatietheorie in een aantal stromingen en sub-stromingen is een geschikt middel om enige structuur aan te brengen. Het uiteenzetten van de verschillende stromingen is gebaseerd op de wijze waarop enkele vooraanstaanden in de economische geografie, waaronder Cooper (1975) Pellenbarg (1985), Louw (1996), Ebels (1997) en Pen (2002) dit hebben gedaan (geïnspireerd door Machlup, 1967). Zij hebben de locatietheorieën verdeeld in een (neo)klassieke, een behaviourale en een institutionele stroming.

De eerste benadering is de traditionele (neo-)klassieke benadering, die vanuit een klassiek-liberaal economische denkwijze is opgesteld en waarbij er vanuit wordt gegaan dat de rationele ondernemer over volledige informatie van het vraagstuk beschikt. Daarnaast is de behaviourale benadering een veelgebruikte theorie. Bij deze benadering wordt sterk gericht op het analyseren van het strategisch besluitvormingsproces van de onderneming. Verschillende stappen moeten in dit proces worden doorlopen om uiteindelijk tot een besluit te komen. Hierbij wordt gewaarschuwd voor de aandacht die gericht moet worden op het proces en niet op de tekortkomingen van de traditionele aanpak (Cohen & Cyert, 1969; Pen, 2002). Tot slot is er de institutionele benadering, ook wel aangeduid als de geografie van de onderneming, die vanuit een meer maatschappelijke context is ontstaan en de opkomst van grote ondernemingen probeert te verklaren. De investeringsbeslissingen van grote (multinationale) ondernemingen staan centraal. Binnen deze benadering wordt ervan uitgegaan dat de vestigingsplaatscondities door de onderneming zelf kunnen worden beïnvloedt (Pen, 2002; Van Steen, 2005; Olden, 2010).

Omdat dit onderzoek gebaseerd is op de invloed van Het Nieuwe Werken, op de ruimtelijke strategiekeuze van dienstverlenende bedrijven en de bepaling van de courantheid van bepaalde type kantoorlocaties is de klassieke locatietheorie – die zich voornamelijk richt op de industrie – niet verder uitgewerkt (zie bijlage 1). In de klassieke locatietheorieën: Land Use Theory (Von Thünen, 1826), Industrial Location Theory (Weber, 1909) en de Central Place Theory (Christaller, 1933) wordt een bedrijf tevens gezien als een soort rekenmachine (“optimizer, economic man, homo economicus”), die perfect is geïnformeerd en autonoom en rationeel handelt. Dit resulteert in statistische, normatieve evenwichtsmodellen die een beperkt aantal economische variabelen

zoals grondstoffen en energieprijzen, transportafstanden, beschikbaarheid van de productiefactoren, ligging ten opzichte van afzetmarkt en agglomeratievoordelen maximaliseren tot een optimale locatie en uitgaan van een homogene ruimte in een volledig vrije markt. Daarnaast zijn de aannames zoals isotrope ruimte, geen klimaatverschillen, lineaire toename van transportkosten etc. onrealistische aannames die niet passen in de huidige economie.

2.2 Neoklassieke locatietheorie

Een van de kenmerken van de neoklassieke locatietheorieën is dat ze voortborduren op de klassieke locatietheorieën. De bestaande modellen worden doorontwikkeld, bekritiseerd en vervolgens aangepast. De klassieke theorieën hebben zich enkel gericht op de economische theorie waar de neoklassieke theorieën vanuit meerdere disciplines kijken naar het locatiegedrag. Eén van de belangrijkste concepten van de nieuwe theorieën zijn de 'agglomeration economies' die voortkomen uit het begrip clustering. Deze paragraaf zal zich voornamelijk op de theorieën van Hoover (1937) en Marshall (1920) richten. Allereerst zullen de begrippen schaalvoordelen en clustering uiteen worden gezet gevolgd door de theorieën van Marshall (1920) en Hoover (1937).

2.2.1 Schaalvoordelen en clustering

De begrippen clustering en schaalvoordelen hebben enige uitleg nodig om uiteindelijk de verdieping in agglomeraties en economische activiteiten tot stand te kunnen brengen. Schaalvoordelen is een economische term waarmee de extra kostenbesparingen worden bedoeld die zich voordoen wanneer een grotere productieomvang een verlaging van de kosten van de dienstverlening mogelijk maakt (EC, 2007).

Schaalvoordelen doen zich bijvoorbeeld voor wanneer een bedrijf de inkoop van een bepaald goed tegen een lagere prijs kan realiseren als het bedrijf een groter volume afneemt. We kunnen dit begrip toepassen op een groep industriële organisaties. Juist in het kader van dit onderzoek is het interessant om dit begrip toe te passen op dienstverlenende bedrijven.

Wanneer een groep organisaties dicht bij elkaar gevestigd zijn, heeft dit tot gevolg dat er op die locatie meer geïnvesteerd zal worden dan in een situatie waar dit niet het geval is. Denk hierbij aan investeringen in infrastructuur, betere voorzieningen voor werknemers waardoor zij beter zullen presteren, openbaar vervoer etc. Hetzelfde geldt voor dienstverlenende bedrijven wanneer die dicht bij elkaar gevestigd zijn. De bedrijven vullen elkaar dus aan waardoor er als het ware twee zaken ontstaan namelijk 'Economies of Scale' en 'Economies of Scope'. Deze twee begrippen zijn in de regel hetzelfde alleen zijn er wel verschillen namelijk:

'Economies of Scale' is het verkrijgen van voordelen door grote volumes van een product te produceren, waar 'Economies of Scope' voordelen opleveren door het efficiënt gebruiken en inzetten van processen bij het produceren van een breed scala aan producten.

'Economies of Scale' verwijzen naar vermindering van de gemiddelde kosten voor één product, waar bij 'Economies of Scope' wordt verwezen naar de verlaging van de gemiddelde kosten van de productie voor twee of meer producten.

'Economies of Scale' gebruikt het meest efficiënte proces, waar 'Economies of Scope' hetzelfde proces gebruikt om soortgelijke producten te produceren met behulp van geavanceerde technologie.

In het boek van McCann (2001) is de redenering omtrent ‘Economies of Scale’ in de context van dit onderzoek duidelijk uiteengezet. De grondprijzen in gebieden waar bedrijven geclusterd gevestigd zijn, is relatief hoog. Bedrijven hebben immers grond nodig om zich te vestigen en deze hoge vraag resulteert in de regel in een hogere grondprijs. Een logisch gevolg hiervan zou kunnen zijn dat de winstgevendheid van de bedrijven in een cluster gedrukt wordt. Daarbij komt ook dat werknemers die in de buurt van het bedrijf of de cluster gevestigd zijn, ook een hogere grondprijs dienen te betalen en dit resulteert in een duurder leven voor de werknemer. Omdat bedrijven (getalenteerd) personeel nodig hebben, zullen zij ervoor kiezen om mensen te werven door bijvoorbeeld de lonen te verhogen. Dit alles zorgt er al voor dat de winstgevendheid van bedrijven verder onder druk komt te staan. De concurrentie van bedrijven komt dus in het geding en bedrijven kunnen ervoor kiezen de cluster te verlaten en elders te vestigen. Dit is een logische redenering, maar in de werkelijkheid zien we dat het tegenovergestelde het geval is. Er zijn namelijk een groot aantal clusters te vinden van economische activiteiten waar bedrijven zich juist aan toe willen voegen – ondanks de hogere kosten – dan dat ze er willen vertrekken. Een voorbeeld dat een ieder wel bekend is en waar de hightech innovatie haar hoogtijdagen beleeft is Siliconvalley in Californië. Hier zijn enkele van de grootste bedrijven ter wereld gevestigd zoals: Apple, Hewlett-Packard, Intel, eBay, Google Inc., AMD, Facebook en McAfee omringd door ‘kleinere’ bedrijven en een aantal universiteiten. We kunnen dus voorzichtig concluderen dat ‘Economies of Scale’ zwaarder wegen en groter zijn dan het verlies dat wordt veroorzaakt door hogere lonen, hogere grondprijzen, high-end voorzieningen en infrastructuur. Het is voor bedrijven veelal dus aantrekkelijker om toe te treden tot een cluster.

Het ‘spatial pricing’ concept van Hoover (1937) en het ‘general spatial equilibrium’ concept van Lösch (1940) zijn de eerste modellen die de kostenminimalisatie-stroming en de opbrengstmaximalisatie-stroming integreren in een meer omvattende locatietheorie (Pen, 2002).

2.2.2 Alfred Marshall

Alfred Marshall heeft in het in 1890 gepubliceerde boek *Principles of Economics* uitgebreid aandacht besteedt aan schaalvoordelen. Hij onderscheidt drie typen externe voordelen van de agglomeratie van bedrijvigheid:

- Het kunnen uitbesteden van onderdelen van de productie aan gezamenlijke toeleveranciers met ieder hun eigen interne schaalvoordelen. Dit reduceert zowel risico’s als kosten bij afnemers
- Het voordeel van een gespecialiseerde arbeidsmarkt. Ook dat reduceert risico’s, zowel voor werkgevers als voor werknemers. En dat leidt tot een betere afstemming tussen de gevraagde en aangeboden kwaliteit van arbeid.
- Kennisoverdrachten. Marshall beschrijft lokale technologische en organisatorische kennis als zijnde ‘in the air’: op de hoek van de straat en in de kroeg op te snuiven.

Bij de eerste twee effecten (uitbesteding en gespecialiseerd personeel) gaat het om *statische lokalisatievoordelen*, dus om een verlaging van het niveau van de kosten of een verhoging van het niveau van de productiviteit. Bij het derde type voordeel gaat het, naast de statische voordelen van gratis kennis, ook om *dynamische lokalisatievoordelen*, om het voortdurend prikkelen tot sectorale product- en procesinnovaties (Oosterhaven, 2010).

2.2.2.1 Kwalitatief hoogwaardig personeel

In een crisis tijd zoals deze is het voor bedrijven minder lastig om gekwalificeerd personeel te vinden. Het aanbod van personeel overstijgt inmiddels de vraag naar personeel. Voor bedrijven is het erg belangrijk dat er juist en hoogopgeleid personeel in dienst wordt genomen. Het hele proces van het zoeken tot het uiteindelijk contracteren van personeel kost tijd en kan erg veel geld kosten. Gebieden waar veel (in potentie) gekwalificeerd personeel woont en werkt zijn ook gebieden waar bedrijven zich graag vestigen. Een goed geschoolde beroepsbevolking zal de kosten – die met het zoeken, selecteren en trainen van personeel verbonden zijn – aanzienlijk verlagen. Dit agglomeratievoordeel lokt nieuwe bedrijven uit, omdat deze bedrijven de lokale voordelen gemakkelijk voor eigen nut kunnen gebruiken. Met name de grote gevestigde bedrijven met een (inter)nationale afzetmarkt zullen oog hebben voor de kwaliteit van het lokale arbeidsmarktgebied (Van Oort et al., 2008). Jonge bedrijven daarentegen kunnen profiteren van de lokale afzetmogelijkheden. Grote bedrijven zullen op hun beurt doelbewust gebruik maken van de toepassingsgerichtheid, flexibiliteit en dynamiek van jonge bedrijven in dezelfde agglomeratie (Feldman&Audetch, 1999).

2.2.2.2 Kennisoverdrachten

Voor een individueel bedrijf is het vaak erg lastig om een duidelijk, natuurgetrouw beeld van de markt te vormen. Het is namelijk niet compleet duidelijk wat de concurrerende bedrijven precies doen en op welke manier de markt op dat moment aan het veranderen is. Clustering van bedrijven zorgt er onder andere voor dat werknemers van verschillende (concurrerende) bedrijven elkaar regelmatig ontmoeten, zowel formeel als informeel. Tijdens dergelijke ontmoetingen zullen de werknemers eveneens over het werk praten en er zal ook over de huidige markt gesproken worden. Daarnaast benadrukt Jane Jacobs (1969) in haar boek *The Economy of Cities* dat het voor innovaties vooral van belang is om diversiteit aan verschillende bedrijven te hebben, omdat de kruisbestuiving tussen en de combinatie van verschillende soorten kennis de meeste innovaties tot stand brengt. Wat je daar volgens Jacobs (1969) voor nodig hebt, is netwerken met uiteenlopende kenniswerkers. Hieruit kunnen we afleiden dat een geconcentreerd cluster een beter beeld kan geven van de markt en haar trends en ontwikkelingen.

2.2.2.3 Uitbesteding

In Webers theorie werd er met input (grondstoffen) een output (product) gecreëerd. Naast deze verhandelbare inputs (grondstoffen) bestaan er ook de niet-verhandelde-inputs ook wel non-traded inputs genoemd. Voor bijvoorbeeld bedrijven die dicht bij hun core business willen blijven – omdat ze daar goed in zijn en daarmee de hoogst mogelijke winst behalen – is het in eigen beheer uitvoeren van noodzakelijke – maar niet tot hun core business behorende – diensten (soms) te duur. Bijvoorbeeld het aanleggen van een glasvezelnetwerk ten behoeve van een snellere internetverbinding kan voor één enkel bedrijf onrendabel zijn, maar wanneer meerdere bedrijven in een cluster ervoor kiezen om tezamen te investeren in een glasvezelnetwerk kan dit voor een ieder toegevoegde waarde hebben. Op deze manier kan er dus ook voordeel gehaald worden uit de clustering van bedrijven.

2.2.3 Edgar Hoover

Hoover (1937) borduurde voort op de ideeën van Marshall, omdat hij een van eerste economen was die zijn soorten clustering in verschillende typen agglomeraties onderbracht. Volgens Hoover (1937) zijn er drie verschillende typen agglomeraties: interne schaalvoordelen, lokalisatie en urbanisatie.

2.2.3.1 Interne schaalvoordelen

Zoals in de vorige paragraaf duidelijk is geworden, zijn er verschillende mogelijkheden om externe schaalvoordelen te realiseren. Voor interne schaalvoordelen geldt dat deze vooral door grote bedrijven gerealiseerd kunnen worden. Van interne schaalvoordelen is sprake wanneer bij een toename van de omvang van de productie de kosten per eenheid dalen. Hoover legt een relatie tussen interne schaalvoordelen en het uitbreiden van de afzetmarkt. Door de uitbreiding van de afzetmarkt nemen de kosten van het transport toe. Wanneer de interne schaalvoordelen opwegen tegen de toenemende transportkosten is het voordelig voor het bedrijf om de afzetmarkt uit te breiden. Door de interne schaalvoordelen zal het bedrijf ook haar huidige afzetmarkt goedkoper kunnen bedienen. Op het moment dat de behaalde interne schaalvoordelen en de extra transportkosten in evenwicht zijn, bereikt de grootte van de afzetmarkt zijn limiet (Atzema, 2002).

2.2.3.2 Lokalisatie

Lokalisatievoordelen zijn de voordelen die ontstaan omdat verschillende bedrijven uit dezelfde sector op dezelfde locatie gehuisvest zijn. Te denken valt dan aan Airbus of Boeing waar verschillende kleine bedrijven zich in de buurt van deze enorme vliegtuigbouwers hebben gevestigd. Kennisoverdracht van de kleinere concurrerende bedrijven is een meerwaarde voor veel van deze bedrijven. De externe schaalvoordelen die Marshall onderscheidde kunnen onder de noemer van lokalisatievoordelen worden geschaard (McCann, 2001). Dit type agglomeratie is dan ook voor het grootste gedeelte gebaseerd op Marshall's werk.

2.2.3.3 Urbanisatie

Anders dan voorgaande type agglomeratie gaat dit type over bedrijven die in verschillende sectoren actief zijn en zich op dezelfde plek hebben gehuisvest. Als gevolg van de vestiging van de grotere bedrijven (die interne schaalvoordelen behalen) uit dezelfde industrie en de kleinere bedrijven daaromheen (die hun meerwaarde onder andere uit kennisoverdracht halen) verhuizen er naar verloop van tijd meerdere bedrijven uit verschillende sectoren naar deze locatie toe. Dit zijn veelal bedrijven die diensten leveren op het gebied van bijvoorbeeld marketing, vastgoed of transport die eerdergenoemde bedrijven niet uit kunnen of willen voeren (niet hun core business). Daarnaast moet er ook een mogelijkheid zijn voor de werknemers van deze organisaties om in de behoeften te kunnen voorzien die zij wensen om het leven zo aangenaam mogelijk te laten verlopen. Mensen gaan namelijk in de buurt van deze bedrijven wonen en hebben onderwijs, ontspanning en entertainment nodig. Op deze manier kunnen er grote steden ontstaan. Urbanisatievoordelen zijn dus in feite de voordelen die ontstaan, omdat verschillende bedrijven uit verschillende sectoren zich in dezelfde stad hebben gehuisvest.

2.2.4 Deelconclusie

De Neo klassieke locatietheorieën hebben er voor gezorgd dat er steeds meer nadruk is gelegd op agglomeraties en clusters. Op deze manier is er een dynamischer beeld ontstaan van het locatiekeuzegedrag van bedrijven dit in tegenstelling tot de klassieke locatietheorieën. Marshall en Hoover hebben voor de uiteenzetting en de verdieping van het begrip agglomeraties gezorgd. Het ontstaan van agglomeraties en het gebruik van agglomeraties in de verschillende sectoren. In het kader van dit onderzoek is het interessant om te toetsen welke mogelijke verbanden er zijn tussen Het Nieuwe Werken en de Neo klassieke locatietheorieën. Wat direct opvalt, is het verband tussen de statistische en dynamische lokalisatievoordelen van Marshall en Het Nieuwe Werken.

Kennisoverdrachten, kwalitatief hoogwaardig personeel en uitbesteding kan 1 op 1 overgenomen worden in de principes van Het Nieuwe Werken omdat juist de kruisbestuiving tussen medewerkers van verschillende

bedrijven of tussen medewerkers van verschillende afdelingen een positieve bijdrage kan leveren aan de kennis en vaardigheden van de medewerkers. Daarnaast kan het beter benutten van de kennis binnen een organisatie of binnen verschillende organisaties zorgen voor een kwalitatief hoogwaardiger eindproduct en wellicht op termijn kostenbesparingen. De principes van Het Nieuwe Werken komen later in dit onderzoek aan bod en daar zal ook stil worden gestaan bij de gelijkenissen met de theorie van Marshall. Het urbanisatie aspect dat Hoover aanhaalt, komt voort uit de theorie van Marshall. Het verband dat gelegd kan worden met de locatiekeuze van bedrijven is dat de locatiefactor quality of life belangrijker is geworden in de ruimtelijke strategiekeuze van bedrijven. In het volgende hoofdstuk wordt hier dieper op ingegaan.

2.3 Behaviourale locatietheorie

In de neoklassieke locatietheorie staat het rationeel denken en handelen van bedrijven veel centraler dan bij de behaviourale locatietheorie. Simon (1966) stelde dat er rekening gehouden dient te worden met de “bounded rationalities”, waarmee het proces waarlangs individuen tot besluiten komen wordt bedoeld, en het is hiermee van groot belang om inzicht te krijgen in het verloop van het besluitvormingsproces (Pen, 2002). Bij de uiteindelijke keuze van een bedrijf voor een locatie is er immers een gebrek aan volledige kennis van de ondernemer en dit moet mee worden genomen in het proces. De keuze wordt genomen op basis van onvolledige en gekleurde informatie en hangt af van eigen ambities en persoonlijke voorkeuren (Lambooy, 1988; Pen, 2002).

Pen (2002) heeft in zijn proefschrift de vier pijlers van het strategische besluitvormingsproces beschreven waar de behaviourale aanpak op berust:

- aandacht voor een klein aantal essentiële besluiten zoals: fusies, overnames en natuurlijke locatiebeslissingen;
- ontwikkelen van (besluitvormings-) proces georiënteerde bedrijfsmodellen;
- het leggen van een nauwe relatie tussen bedrijfsmodellen en de empirie;
- een theorie ontwikkelen voor – de door de onderzoeker – bestudeerde bedrijven.

De uiteindelijke keuze voor een locatie van het bedrijf is hiermee een weerspiegeling van locatiefactoren en locatievoorkeuren die het besluitvormingsproces bepalen. Het onderzoek naar het besluitvormingsproces en de omstandigheden en onzekerheden tijdens dit proces staan centraal in de behaviourale locatietheorie, aldus Pen (2002). In deze benadering worden ook de niet-economische factoren afgewogen. Verschillende subjectieve overwegingen die aan bod komen in de besluitvorming en het hieraan gekoppelde proces staat bij ondernemers centraal (Reijs e.a., 2001; Olden, 2010).

2.4 De institutionele locatietheorie

Deze benadering is vanuit een meer maatschappelijke context ontstaan. Pen (2002) en Reijs (2001) geven aan dat de locatiebeslissingen worden beschouwd als een uiting van een strategie gebaseerd op investeringen van bedrijven in een regionale context, waar tevens een wisselwerking plaatsvindt tussen het bedrijf en haar omgeving. Deze theorie, dat een voortvloei is uit de 'geography of enterprises', probeert de opkomst van multinationals te verklaren. De benadering tracht aan te tonen dat multinationals de 'macht' hebben om bepaalde vestigingsplaatscondities of locatiefactoren te beïnvloeden. McNee en Krumme zijn de grondleggers van deze theorie en geven hier verschillende oorzaken voor (Pen, 2002; Reijs e.a., 2001):

- Opkomst van collectieve en bureaucratische besluitvorming in regionale systemen van bedrijven;
- toegenomen autonomie en de groei van regionale planning van (grote) bedrijven;
- de rol van de overheid als 'mediator' en 'arbitrator' is bepalend bij de beïnvloeding van de regionale systemen van bedrijven.

De uiteindelijke keuze voor een locatie door een bedrijf is als het ware een uitdrukking van investeringsstrategieën van (grote) bedrijven in een industrieel gebied. Volgens Pen (2002) is het meest opmerkelijke dat de locatiefactoren een ondergeschikte rol spelen in het proces dat de uiteindelijke bedrijfsstrategie bepaald. Dit komt doordat deze (grote) bedrijven een enorme invloed hebben op de (regionale) economie.

2.5 Moderne locatietheorieën

Deze paragraaf dient voor een korte introductie en uiteenzetting van de moderne locatietheorie ook wel New Economic Geography (NEG) genoemd. Met name de invloed van de infrastructuur is in het kader van dit onderzoek interessant en daar wordt dan ook op gefocust. Een verdere uiteenzetting van de NEG is in de bijlage (VI) opgenomen.

2.5.1 Inleiding

In voorgaande paragrafen zijn de klassieke en de neo klassieke locatietheorieën aan bod gekomen. De laatste decennia zijn veel nieuwe concepten op het gebied van locatiekeuzegedrag van bedrijven ontwikkeld. Het locatiekeuzegedrag dat volledig is vastgelegd in modellen – zoals bij Weber en Hötelling verdwijnt steeds verder op de achtergrond, omdat deze modellen niet realistisch zijn. In de huidige tijd probeert men de ontwikkeling van steden te koppelen aan het locatiekeuzegedrag van bedrijven en dit als een geheel te zien. Door deze weg in te slaan zijn de mogelijkheden eindeloos. Dit wordt ook wel gezien als de moderne locatietheorie. De moderne locatietheorie besteedt aandacht aan de manier waarop infrastructuur invloed heeft op het locatiekeuzegedrag van bedrijven en de uiteindelijke lokalisering van deze bedrijven. De rol van infrastructuur is in het kader van Het Nieuwe Werken interessant omdat infrastructuur en bereikbaarheid een belangrijke rol innemen in het slagen van de implementatie van Het Nieuwe Werken bij dienstverlenende organisaties, hier meer over in hoofdstuk 5.

2.5.1.1 Martin & Rogers

De invloed van infrastructuur op de locatiekeuze van bedrijven vormt een steeds belangrijker aspect in de locatiekeuzestrategie van bedrijven. Martin&Rogers (1995) hebben dit onderzocht en worden ook gezien als pioniers op dit gebied. De basis van dat onderzoek wordt gevormd door Krugman's werk. Martin&Rogers (1995) hebben onderzocht in welke mate veranderingen en toevoegingen van infrastructuur in een bepaald

gebied van invloed zijn op de locatiekeuzestrategie van bedrijven. Een van de conclusies van het onderzoek was dat verschillen in de infrastructuur tussen verschillende clusters of agglomeraties er voor kunnen zorgen dat bedrijven nadenken over de locatiekeuzestrategie en voor her locatie kunnen kiezen. De bereikbaarheid is van groot belang voor bedrijven, omdat een betere bereikbaarheid een positieve invloed heeft op de bedrijven en de clusters *an sich*. Een belangrijk punt in deze is wel dat infrastructuur – voor een groot gedeelte – niet in beheer is van bedrijven maar van de overheid. Dit maakt het model enerzijds ingewikkelder, anderzijds onderschrijft dit wel het belang van een onafhankelijke overheid.

2.6 Conclusie

In het kader van dit onderzoek is het interessant welke verbanden er gelegd kunnen worden tussen de locatietheorieën en Het Nieuwe Werken. Wat opvalt, is dat kennisoverdrachten, hoogwaardig gekwalificeerd personeel, uitbesteding, infrastructuur en urbanisatie belangrijke aspecten zijn in de theorieën van Marshall (1980) en Hoover (1937). Dit zijn tevens aspecten die grote gelijkenissen hebben met de principes waar Het Nieuwe Werken op gestoeld is. Lokalisatievoordelen, urbanisatievoordelen en clustering van bedrijven zorgen er onder andere voor dat werknemers van verschillende (concurrerende) bedrijven elkaar regelmatig ontmoeten, zowel formeel als informeel. Echter kunnen dit ook medewerkers van 1 bedrijf, maar van verschillende afdelingen zijn. Tijdens dergelijke ontmoetingen zullen de werknemers eveneens over het werk praten en er zal ook over de huidige markt gesproken worden. Kruisbestuiving tussen de verschillende afdelingen en de combinatie van verschillende soorten kennis brengt immers innovaties tot stand. Tot slot is volgens Martin&Rogers (1995) bereikbaarheid van groot belang voor bedrijven, omdat een betere bereikbaarheid een positieve invloed heeft op de bedrijven en de clusters *an sich*. Een van de conclusies van het onderzoek van Martin&Rogers (1995) was dat verschillen in de infrastructuur tussen verschillende clusters of agglomeraties er voor kan zorgen dat bedrijven nadenken over de locatiekeuzestrategie en voor her locatie kunnen kiezen. Dit benadrukt nogmaals de kracht van de locatiefactor bereikbaarheid in de ruimtelijke strategiekeuze van bedrijven.

Een van de ontwikkelingen – die in dit hoofdstuk onderbelicht is gebleven – is de groeiende invloed van de sociale wetenschappen op de locatietheorie. Een van de kritieken is namelijk dat de locatiekeuze van bedrijven niet alleen afhankelijk is van economische aspecten, maar ook van niet-economische aspecten. Invloed vanuit deze kant biedt perspectieven voor toekomstige modellen, omdat men op deze manier steeds dichterbij een afspiegeling van de werkelijkheid kan komen. Niet economische aspecten zijn min of meer te scharen onder de factoren die ontstaan zijn vanuit persoonlijke gedachten, ook wel zachte locatiefactoren genoemd. De invloed van zachte locatiefactoren op de ruimtelijke strategiekeuze van bedrijven wordt in hoofdstuk 3 en 6 onderzocht.

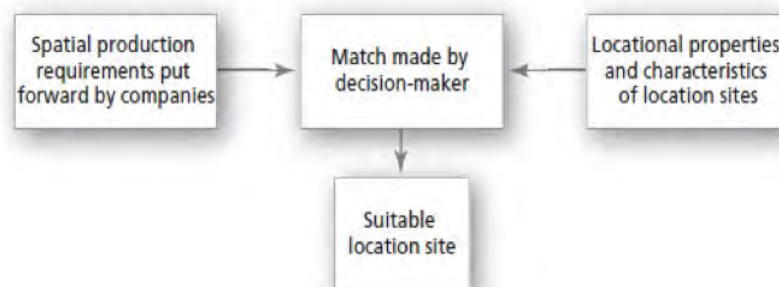
3 Ruimtelijke strategiekeuze & locatiefactoren

Dit hoofdstuk staat in het teken van de ruimtelijke strategiekeuze van bedrijven en de locatiefactoren die bedrijven in dit proces meenemen om de uiteindelijke keuze te bepalen. Allereerst zal het besluitvormingsproces en de verschillende fasen waaruit dit proces bestaat, uiteengezet worden. Vervolgens wordt de koppeling gemaakt met de locatiefactoren die bedrijven in de dienstensector meenemen in het locatiekeuzeprocess. De lijst locatiefactoren van Jansen (2009) die als basis voor dit onderzoek is gebruikt bevat zowel harde als zachte locatiefactoren onderverdeelt naar 29 categorieën bestaande uit 91 locatiefactoren. Omdat zachte locatiefactoren moeilijker te kwantificeren zijn in tegenstelling tot de harde locatiefactoren en subjectiviteit een grote rol in de beoordeling ervan speelt (Van der Hoek, 2007) is de beoordeling gedaan door professionele vastgoedadviseurs uit de stadsregio Arnhem Nijmegen. In dit onderzoek is ervoor gekozen om de kantoorlocaties en de objecten zowel aan de hand van harde als van zachte locatiefactoren te beoordelen. Op deze manier is de beoordeling een mix van de subjectiviteit van de vastgoedprofessional en de objectiviteit van de onderzoeker.

3.1 Besluitvormingsproces

Dit onderzoek tracht inzicht te verschaffen in de courantheid van kantoorlocaties en de mogelijke invloed van Het Nieuwe Werken op de ruimtelijke strategiekeuze van bedrijven, daarom is enig inzicht in het besluitvormingsproces van belang. Het besluitvormingsproces is namelijk de eerste fase van het gehele locatiekeuzeprocess. Groei van bedrijven, de juiste capaciteit van het gebouw, kostenoverwegingen en overheidsbeleid zijn de belangrijkste aspecten voor bedrijven om te verplaatsen (Brouwer e.a. 2002). Wanneer uitbreiding van het bedrijf om uiteenlopende redenen noodzakelijk is, zal de organisatie ervoor kiezen de bestaande of nieuwbouwlocaties te analyseren. Het proces begint dus met de 'decision stimulus or trigger'. Om verschillende redenen kan een bedrijf gestimuleerd worden tot het doen van investeringen. De 'location decision' is hiervan slechts een van de vele aspecten. Daarnaast kan er, wanneer er voor een nieuwe locatie gekozen wordt, zowel tot 'on-site expansion' als 'new plant opening' als investeringsvorm besloten worden. Het eerste veronderstelt dat een bestaande vestiging wordt uitgebreid en het tweede dat een nieuwe locatie wordt ontwikkeld (Van der Hoek, 2007). Witlox (2000) heeft in een ruimtelijk afwegingsmechanisme schematisch weergegeven hoe ondernemers het besluitvormingsproces ingaan. Allereerst wordt er onderzocht of de huidige locatie een optie is, wanneer dit niet het geval is, wordt er naar een geschikte locatie gezocht.

Figuur 2 Ruimtelijk afwegingsmechanisme



Bron: Witlox (2000)

Als een bedrijf eenmaal de keus heeft gemaakt om actief te gaan zoeken naar een nieuwe vestigingsplaats, start een proces dat uit verschillende fasen bestaat. In eerdere onderzoeken is uitvoerig aandacht besteed aan deze fasering in besluitvormingsprocessen. Louw (1996) heeft in zijn proefschrift invulling gegeven aan de verschillende fasen die bedrijven doorlopen in het proces van besluitvorming. Louw (1996) onderscheidt de volgende fasen:

Afbeelding 1 Fasen besluitvormingsproces



Bron: Louw (1996), eigen bewerking

Een van de conclusies van het onderzoek was dat er per fase verschillende locatiefactoren van belang zijn. In de oriëntatiefase en de selectiefase zijn locatiecondities met name van belang, denk hierbij aan ruimtelijke factoren zoals: ligging, bereikbaarheid, parkeren, aanwezigheid van openbaar vervoer, beschikbaarheid van diensten, kwaliteit van de ruimtelijke omgeving. Als er eenmaal een lijst is gevormd met locaties – die de voorkeur genieten – dan zijn financiële en contractuele overwegingen veel belangrijker, dit is in de onderhandelingsfase het geval (Louw, 1996; Pellenbarg, Van Steen & Van Wissen, 2005).

Tabel 1 Fasen besluitvormingsproces

	Orientatie (100%)	Selectie (100%)	Onderhandeling (100%)	Totaal (100%)
Bouwkundig	15,3%	12,3%	7,1%	11,9%
Functioneel	19,4%	18,4%	7,1%	16,1%
Technisch	3,1%	4,2%	2,0%	3,4%
Financieel	12,2%	14,2%	52,5%	22,5%
Locatiefactor	43,9%	36,0%	12,1%	32,3%
Overige	6,1%	14,6%	19,2%	13,8%

Bron: Louw (1996)

Net als Louw (1996) heeft Pen (2002) in zijn proefschrift ook het besluitvormingsproces geanalyseerd. Volgens Pen (2002) bestaat dit proces uit drie hoofdfasen en zeven sub-fasen. Elk van de fasen wordt doorlopen, voordat een ruimtelijke beslissing genomen kan worden. De fases die Pen (2002) onderscheidt zijn:

Figuur 3 Besluitvormingsproces



Bron: Pen (2002)

Deze zeven fasen kunnen verder onderverdeeld worden in drie hoofdfasen: identificatie, zoeken en kiezen en tot slot implementeren. Pen (2002) constateert ook dat de invloed van bepaalde locatiefactoren gedurende het proces verandert. Bovendien kan de betekenis van locatiefactoren in de loop van het zoekproces veranderen (Olden, 2010). In onderstaande tabel is te zien welk percentage van de ondervraagden de betreffende locatiefactor in die fase belangrijk vond (Pen, 2002).

Tabel 2 Waardering locatiefactor in het proces

	Identificatie	Zoeken	Implementatie	Totaal
Pand	83%	94%	100%	93%
Organisatie	79%	36%	61%	59%
Omgeving	94%	69%	8%	57%
Persoonlijk	18%	44%	19%	27%
Overheid	32%	58%	42%	41%

Bron: Pen (2002)

Bij de keuze voor een bedrijfslocatie zijn dus verschillende factoren van invloed op de uiteindelijke keuze. Het hangt daarnaast van de specifieke situatie van de ondernemer af welke factoren voor hem van belang zijn en hoe daar bedrijfskundig mee wordt omgegaan (Reijs e.a., 2001). De verschillende samenhangende factoren kunnen hierbij in het geding komen (Louw, 1996; Olden, 2010). Er zijn twee benaderingen, waarvan de ene de verschillende processen benadrukt en de andere de geografische schaal. Deze tweede invalshoek stelt dat het besluitvormingsproces van bedrijven sterk geografisch getrapt is. Hayter (1997, p. 138) laat zien dat bedrijven eerst een 'region', vervolgens een 'area', daarna een 'site' en als laatste inzoomen en besluiten op het pand. Per geografische schaal zal zich dus een individueel zoek- en besluitvormingsproces voordoen. De besluitvorming op de verschillende schalen staan niet los van elkaar. Een keuze voor een bepaalde regio zal de manier waarop een 'site' wordt gekozen sterk beïnvloeden.

3.2 Locatiefactoren (Push en Pull)

Als de keus uiteindelijk gemaakt is om te verhuizen begint het zoeken naar een nieuwe locatie. Het overgrote deel van de verhuizingen van bedrijven speelt zich op regionaal of lokaal niveau af (Pen, 2002). Door de onbeperkte mogelijkheden op ICT gebied zijn bedrijven steeds minder gebonden aan de huidige locatie en is de verwachting dat het aandeel bedrijven – dat interregionaal verhuisd – groter wordt (Van Oort et al., 2007). Allereerst zal er een keuze voor een bepaald gebied gemaakt worden. Bedrijven die verhuizen binnen Nederland zullen eerst de regio's afwegen in welke zij potentie zien voor het bedrijf alvorens er wordt overgegaan naar een locatie binnen een bepaald gebied waar de agglomeratievoordelen het grootst zijn. Vervolgens zullen de meer vastgoed specifieke factoren een rol spelen in de uiteindelijke keuze voor een locatie.

Tabel 3 Locatiefactoren en ruimtelijk belang

Factor	Lokaal	Regionaal	Nationaal	Inter-nationaal	Totaal
Ligging	-	0,6%	21,2%	0,2%	22,0%
Infrastructuur	3,3%	2,6%	6,6%	0,1%	12,6%
Bereikbaarheid	2,6%	1,5%	2,3%	-	6,4%
Binding	1,0%	0,4%	9,5%	-	10,8%
Eigenschappen pand&terrein	7,8%	1,8%	0,8%	-	10,4%
Kosten vastgoed	2,0%	1,5%	1,0%	0,1%	4,6%
Overheid	1,9%	1,6%	3,8%	0,9%	8,2%
Arbeidsmarkt	-	0,2%	4,8%	-	5,0%
Agglomeratie effecten	1,3%	6,1%	4,9%	-	6,7%
Concurrentie overwegingen	-	-	1,8%	-	1,8%
Mentaliteit bevolking	-	0,2%	7,6%	0,2%	8,0%
Leefmilieu	0,1%	0,2%	3,3%	0,1%	3,7%
Totaal	1,9%	11,1%	67,5%	1,4%	100%

Bron: Meesters (1986)

In het locatiekeuzeproces spelen push- en pullfactoren een belangrijke rol. Pen (2002) besteedt in zijn proefschrift aandacht aan deze factoren, maar ook aan de zogenaamde keepfactoren. Keepfactoren zijn volgens Pen (2002) de factoren die bedrijven doen besluiten op de huidige locatie gevestigd te blijven. Wanneer bedrijven er niet voor kiezen om naar een andere locatie te verhuizen door bepaalde omstandigheden, bijvoorbeeld een verouderd pand, onvoldoende groeimogelijkheden, slechte bereikbaarheid etc., dan worden deze omstandigheden ook wel pushfactoren genoemd. Het tegenovergestelde geldt voor pullfactoren; die bedrijven juist naar een bepaalde locatie toe bewegen.

3.3 Locatiefactoren uit de empirie

Na het verhelderen van het besluitvormingsproces en de manier waarop organisaties hiermee om kunnen gaan is de volgende stap in de ruimtelijke strategiekeuze het bepalen van de locatiefactoren die van belang zijn. In het kader van dit onderzoek is dit een essentiële fase omdat aan de hand van de locatiefactoren uiteindelijk de courantheid van de kantoorlocaties bepaald wordt. De selectie is aan het einde van deze paragraaf uiteengezet.

3.3.1 Harde en zachte locatiefactoren

Allereerst is een overzicht van de mogelijke locatiefactoren die bedrijven in de dienstensector meenemen van belang. Jansen (2009) heeft in zijn onderzoek een lijst van locatiefactoren samengesteld gebaseerd op een groot aantal onderzoeken (zie bijlage V). Onderzoeken die Jansen (2009) gebruikt heeft zijn: Bongenaar, Oude Ophuis en Reijs (1995), De Wulf (1994), Van Dinteren (1986), Grit (1970), Van Hal en Smidt (1979), Hessels (1992), Louw (1996), Lukkes (1988), O'Mara (1999), Meester (1986), Miles, Berens en Weiss (2000), Pen (2002) en Thrall (2002).

De omvattende lijst die Jansen (2009) heeft samengesteld is – gezien de aard en omvang van de gebruikte onderzoeken – het uitgangspunt voor dit onderzoek. Deze lijst bestaat uit harde en zachte locatiefactoren en tevens uit locatiefactoren die zowel gericht zijn op het gebied als op het object. Dit is van belang omdat de courantheid van de verschillende type kantoorlocaties in dit onderzoek op beide niveaus bepaald wordt, namelijk op gebiedsniveau en op objectniveau.

Zachte locatiefactoren zijn min of meer te scharen onder de factoren vanuit persoonlijke gedachten. Het worden ook wel de niet-economische factoren genoemd. Deze factoren vallen nauw samen met de opvatting vanuit de behaviourale aanpak vanwege het ‘niet-economische’ aspect. Hiermee is direct het onderscheid gemaakt tussen de harde en de zachte locatiefactoren. Voor de volledigheid is dit de definitie zoals in deze thesis gehanteerd wordt:

Harde locatiefactoren zijn locatiefactoren die de productiviteit van een bedrijf direct beïnvloeden en goed meetbaar zijn. Ze zijn van grote invloed op de eerste levensbehoefte van een bedrijf (Van der Hoek, 2007).

Zachte locatiefactoren hebben slechts een indirecte invloed op het bedrijfsresultaat en zijn wat invloed betreft moeilijker te kwantificeren in tegenstelling tot de harde locatiefactoren. Hierdoor speelt de subjectiviteit een grote rol in de beoordeling ervan (Van der Hoek, 2007).

De totale lijst van locatiefactoren van Jansen (2009) bestaat voornamelijk uit harde locatiefactoren en bevat ‘slechts’ elf zachte locatiefactoren. De volgende locatiefactoren zijn als zacht te bestempelen:

Tabel 4 Zachte locatiefactoren

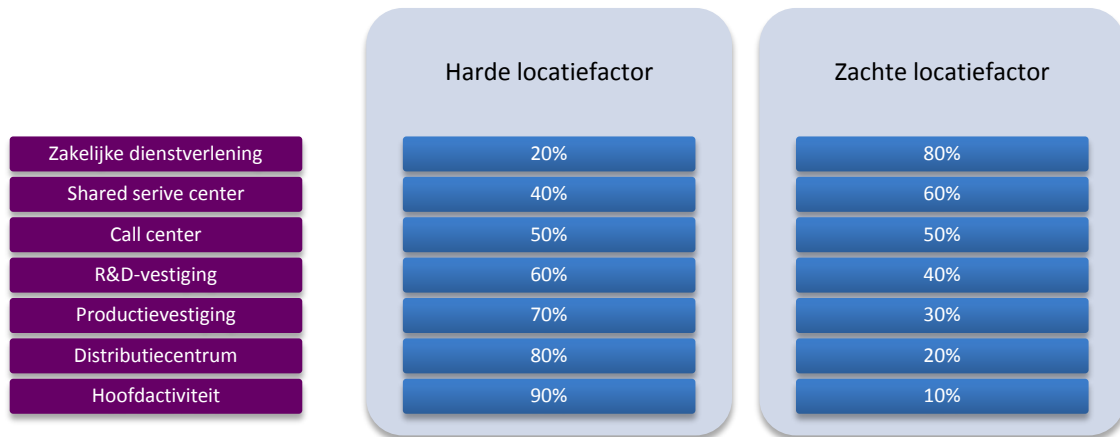
GEBOUW - Prestige/status/representativiteit/uitstraling/architectuur
DIRECTE OMGEVING - Aantrekkelijkheid verblijfsgebied/levendigheid
DIRECTE OMGEVING - Kwaliteit directe omgeving/aantrekkelijke ligging
SOCIAAL ECONOMISCHE OMGEVING - Mentaliteit bevolking
SOCIAAL ECONOMISCHE OMGEVING - Internationale oriëntatie gebied
SOCIAAL ECONOMISCHE OMGEVING - Reputatie regio
WOON- & LEEFOMGEVING - Landschappelijke schoonheid
WOON- & LEEFOMGEVING - Alg. visuele attractiviteit/architectuur omgeving
OVERHEID - Toegankelijkheid, daadkracht en betrouwenbaarheid
OVERHEID - Kwaliteit informatie
SUBJECTIEF - Persoonlijke motieven

Bron: Jansen, 2009

Wat duidelijk naar voren komt uit onderstaande tabel is dat de zachte, kwalitatieve locatiefactoren van groot belang zijn bij de locatiekeuze van dienstverlenende bedrijven. Jansen (2009) onderstreept in zijn onderzoek het belang van zachte locatiefactoren door onderzoeken van O’Mara (1999), Meesters (1986) en Van Til (2006) als belangrijke bronnen te gebruiken.

Van Til (2006) onderschrijft het grotere belang van zachte locatiefactoren zoals functiemix en diversiteit van gebruikers – in tegenstelling tot de harde locatiefactoren zoals bereikbaarheid – in grootschalige ontwikkelprojecten. O'Mara (1999) toont tevens aan dat de locatiefactoren: nabijheid van klanten en nabijheid van leveranciers – aan gewicht in het locatiekeuzeproces – verliezen.

Tabel 5 Invloed harde en zachte locatiefactoren (per branche)



Bron: Stec (2001)

Uit onderzoek van Stec (2001) blijkt dat het belang van zachte locatiefactoren verschillen per bedrijfstak. De productie- en distributiecentra en in mindere mate de R&D vestigingen van een organisatie zijn wat het locatiekeuzeproces minder onderhevig aan zachte locatiefactoren, zoals aantrekkelijkheid van het verblijfsgebied of de kwaliteit van de omgeving. Een reden hiervoor zou kunnen zijn dat de ruimte die deze ondernemingen nodig hebben en het belang van de ligging nabij af- en opritten van de snelwegen, het zoekgebied en de mogelijkheden enorm verkleind. De aspecten aanbod, ligging, beperkingen in een bepaald gebied (denk hierbij aan het bestemmingsplan) zorgen ervoor dat organisaties in deze bedrijfstakken terecht komen op industriegebieden, vaak gelegen naast de snelweg of in daarvoor gecreëerde bedrijventerreinen. De zachte factoren als aantrekkelijkheid van het verblijfsgebied, uitstraling, landschappelijke schoonheid etc. zijn in deze gebieden minder aanwezig en zullen daarom ook geen (grote) invloed hebben op de uiteindelijke keuze voor een locatie, dit in tegenstelling tot de dienstverlenende bedrijven.

3.3.2 Voorselectie locatiefactoren

De omvattende lijst locatiefactoren van Jansen (2009) vormt zoals eerder aangegeven de basis voor dit onderzoek. Gezien de omvang van de lijst dienen er een aantal locatiefactoren uit de lijst geselecteerd te worden, dit is de tweede stap. Hiervoor is het onderzoek van Cushman&Wakefield gebruikt, omdat deze organisatie ieder jaar grootschalig onderzoekt welke locatiefactoren dienstverlenende bedrijven belangrijk vinden en meenemen in het locatiekeuzeproces. Cushman&Wakefield voert dit onderzoek sinds 1990 uit waaraan 500 bedrijven uit negen landen in Europa deelnemen. De manier waarop dit onderzoek ieder jaar wordt uitgevoerd is door middel van interviews met seniors of directeurs die direct betrokken zijn bij de huisvesting van het bedrijf. Cushman&Wakefield stelt dat dit de belangrijkste locatiefactoren zijn:

Tabel 6 Weging locatiefactoren (C&W)

	2007	2008	2009	2010	2011
Beschikbaarheid gekwalificeerd personeel	62%	60%	57%	58%	53%
Nabij afzetmarkt	58%	59%	60%	61%	60%
Kwaliteit telecommunicatiemid.	55%	54%	54%	55%	52%
Goede bereikbaarheid	52%	53%	51%	51%	42%
Personeelskosten	36%	40%	35%	33%	32%
Belastingklimaat	27%	27%	26%	27%	20%
Gesproken taal	29%	27%	24%	27%	21%
Prijs/kwaliteit kantoorruimten	26%	26%	34%	36%	33%
Goede infrastructuur in en om de stad	24%	25%	23%	26%	20%
Voldoende passend aanbod	26%	24%	25%	31%	25%
Kwaliteit van de leefomgeving	21%	21%	21%	20%	16%
Vrij van milieuvervuiling	16%	18%	17%	19%	16%

Bron: Eigen bewerking data van Cushman&Wakefield, 2012.

De volgende locatiefactoren: nabij afzetmarkt, personeelskosten, prijs/kwaliteit kantoorruimte, belastingklimaat, gesproken taal en prijs/kwaliteit aanbod kantoorruimte worden niet meegenomen in dit onderzoek. In het kader van dit onderzoek wordt namelijk aangenomen dat de invloed van deze locatiefactoren op de ruimtelijke strategiekeuze van bedrijven in de stadsregio Arnhem Nijmegen minimaal is. Daarnaast spelen belastingklimaat en gesproken taal een te verwaarlozen rol in de locatiekeuze van bedrijven in de Stadsregio (Aalbers, 2010). De locatiefactoren personeelskosten en prijs/kwaliteit kantoorruimte zijn moeilijk meetbaar, omdat beiden onder andere onderhevig zijn aan de onderhandelingsbekwaamheid van de partijen in kwestie. De locatiefactor nabij afzetmarkt is juist voor dienstverlenende bedrijven die acteren op de Nederlandse markt minder van belang gezien de diversiteit aan opdrachtgevers die door vrijwel het gehele land verspreid gevestigd zijn. Daarnaast zorgt de vooruitgang op ICT gebied ervoor dat de afstand naar de afzetmarkt steeds minder belangrijk wordt voor dienstverlenende bedrijven (Pen, 2002).

De volgende stap is het selecteren van de locatiefactoren waarmee de kantoorlocaties en de objecten in de Stadsregio beoordeeld kunnen worden. Daarvoor is het van belang te weten wat de principes van Het Nieuwe Werken zijn en waar Het Nieuwe Werken vanuit vastgoed perspectief invloed op heeft. Deze selectie vindt daarom plaats aan het einde van hoofdstuk 6.

3.4 Conclusie

Een groot aantal studies probeert aan de hand van locatiefactoren de aantrekkelijkheid van een locatie te beoordelen. De meest algemene studies zijn overzichten van economisch-geografische aard waarin een rangschikking is gemaakt van de belangrijkheid van locatiefactoren. Wat opvalt, is dat de zachte locatiefactoren door de jaren heen aan populariteit hebben gewonnen bij dienstverlenende organisaties. Dit ligt ook in één lijn met de conclusie van het vorige hoofdstuk. De locatiekeuze van bedrijven is namelijk niet alleen afhankelijk van economische aspecten, maar ook van niet-economische aspecten. De reden voor de toename van de populariteit van niet-economische locatiefactoren (ook wel zachte locatiefactoren genoemd) in de ruimtelijke strategiekeuze is nader onderzocht en mogelijke verklaringen hiervoor staan in verband met de nieuwe organisatievorm, de zoektocht naar en het behoud van geschikt personeel. Hier is in een later stadium van dit onderzoek aandacht aan besteed.

Naast de toenemende voorkeur voor niet-economische aspecten in het locatiekeuzeproces blijft de top-4 locatiefactoren voor dienstverlenende bedrijven ongewijzigd. Beschikbaarheid van gekwalificeerd personeel nabij afzetmarkt, kwaliteit telecommunicatiemiddelen en goede bereikbaarheid zijn nog steeds erg belangrijk voor dienstverlenende bedrijven. In het kader van dit onderzoek is dan ook onderzocht of Het Nieuwe Werken enige invloed heeft op de weging oftewel de mate waarin dienstverlenende bedrijven deze locatiefactoren belangrijk vinden in het locatiekeuzeproces.

4 Het Nieuwe Werken

In dit hoofdstuk wordt Het Nieuwe Werken uiteengezet aan de hand van de vier werkprincipes die kenmerkend zijn voor organisaties die zijn toegerust op de nieuwe realiteit. Deze werkprincipes worden vervolgens gekoppeld aan de selectie locatiefactoren die we eerder in dit onderzoek samengesteld hebben. Op deze manier wordt duidelijk welke specifieke kwaliteiten een locatie nodig heeft om organisaties – die volgens Het Nieuwe Werken principe werken – aan te trekken en te behouden en hiermee de courantheid van een kantoorlocatie kan waarborgen. In het volgende hoofdstuk wordt er dieper ingegaan op de definitieve selectie van locatiefactoren waar de courantheid van de verschillende type kantoorlocaties uiteindelijk mede door bepaald wordt.

4.1 Inleiding

Als we de organisatieliteratuur mogen geloven, hebben de klassieke, hiërarchische organisatievormen hun langste tijd gehad. Met name in de kantoren verandert de structurering van het werkproces en dat heeft gevolgen voor de vastgoedmarkt. Het Nieuwe Werken is een containerbegrip dat veelal gebruikt wordt om de verschillende initiatieven op het gebied van sociale innovatie te benoemen. De Sociaal Economische Raad (SER) gebruikt de volgende omschrijving: “Het systematisch verbeteren van de manier van werken in organisaties”. HNW is niets anders dan een nieuwe, slimme manier om het werk te organiseren met het doel efficiënter te zijn. Baarne (2010) laat in zijn boek ‘Het Nieuwe Werken ontrafeld’ het verschil tussen de oude, traditionele manier van werken en HNW treffend zien:

Tabel 7 Verschillen tussen het oude en Het Nieuwe Werken

"Het oude werken"	"Het Nieuwe Werken"
Focus op input	Focus op output
Werken o.b.v. opdrachten	Werken o.b.v. verantwoordelijkheden
Vaste werkplek & werktijden	Werken waar en wanneer het schikt
Uniforme arbeidsrelaties & veel regelingen	Maatwerk & variëteit in arbeidsrelaties
Controle op aanwezigheid	Vrijheid
Proces centraal	Mens centraal
Mens is vervangbaar	Mens is een kritische productiefactor
Uniformiteit, geslotenheid, vaste lijnen en controle	Pluriformiteit, transparantie, flexibiliteit en vertrouwen
Werk & prive gescheiden	Werk & prive door elkaar heen
Functionele verbinding met organisatie	Persoonlijke doelen sluiten aan bij collectieve ambitie
Nachtere kijk op het werk	Werken mag leuk zijn en moet voldoening opleveren
Directe communicatie van persoon tot persoon, eindpunt is bekend	Naast directe communicatie veel broadcasting (twitter, wiki's etc.)
Synchrone communicatie, zender wacht op ontvangen	Asynchrone communicatie, ontvanger onderbreekt zender

Bron: Het Nieuwe Werken ontrafeld (2010)

Hoewel de traditionele organisatievorm zeker zijn nut heeft in een specifieke bedrijfscontext, is het de vraag of die organisatievorm anno 2011 voor het merendeel van de organisaties nog steeds een passend model is. De economische, technologische en maatschappelijke veranderingen van nu hebben nieuwe organisatievormen en

manieren van werken doen ontstaan gebaseerd op vrijheid, eigen regelruimte, zelfsturing, vertrouwen, innovatie en flexibiliteit. Dat is ook waar HNW voor staat. Matthieu Weggeman, hoogleraar in Eindhoven en specialist in kennismanagement en innovatiemanagement zegt: “Professionals hebben geen sturing nodig, maar concrete afspraken over projecten en resultaten. Ze willen voortdurend feedback. Bovendien willen ze afgerekend worden op output in plaats van controle op aanwezigheid, planning et cetera!” (Hooiveld, 2009).

Tabel 8 Traditionele vs. nieuwe organisatievorm

	Traditionele organisatievorm	Nieuwe organisatievorm
Doelformulering	Top-down	Decentraal
Macht	Geconcentreerd op 1 plek	Verspreid over organisatie
Omvang	Groot	Klein
bedrijfsonderdelen		
Functie v. leiderschap	Command & Control	Richting geven, conflict management
Organisatievisie	Opgelegd	Ontstaat spontaan
Structuur	Formele hiërarchie	Team & werkgroep structuur
Grenzen	Duidelijk aangegeven, duurzaam	Permeabel, fuzzy
Doelstelling	Betrouwbaarheid, replicerbaarheid	Flexibiliteit
Regulering	Verticaal	Horizontaal
Active & middelen	Aan specifieke eenheden gekoppeld	Onafhankelijk van eenheid; gedeeld
Roldefinitie	Gespecialiseerd, helder	Generiek, fuzzy
Onzekereheid	Proberen het te absorberen	Proberen zich hieraan aan te passen
Rechten & plichten	Permanent toegewezen	Tijdelijk toegewezen
Integriteit	Op regels gebaseerd	Op relaties gebaseerd
Motivatie	Efficiency	innovatie

Bron: WJ Reddin (2011)

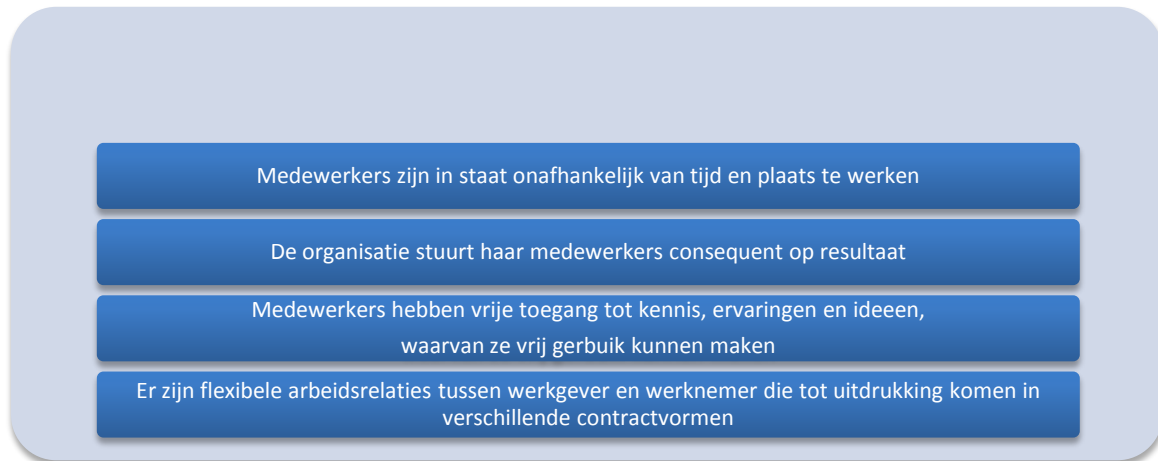
4.2 Definiëring

De term Het Nieuwe Werken lijkt een compleet nieuwe visie op arbeid te suggereren, maar het is in feite een volgende stap in het optimaliseren van werk. Een ontwikkeling die 20 jaar geleden is ingezet. Het begrip dook voor het eerst op in een whitepaper uit 2005 van Microsoft-voorman Bill Gates (Verbruggen-Letty en Thunnissen, 2010). Hij pleit hierin voor een manier van werken die beter kan reageren op de 24-uurs economie, de globalisering en de ‘informatie overload’ en waarin vrijheid, vertrouwen en eigen verantwoordelijkheid van de medewerker centraal staan. In deze paragraaf zal Het Nieuwe Werken uiteengezet worden aan de hand van de vier werkprincipes zoals beschreven in het boek *het nieuwe werk ontrafeld* (Baarne, R. et al, 2010).

4.2.1 Vier werkprincipes

Volgens Bright & Company (2010) zijn 4 werkprincipes kenmerkend voor organisaties die optimaal zijn toegerust op de nieuwe realiteit:

Tabel 9 Vier werkprincipes



4.2.1.1 Tijd- en plaats onafhankelijk werken

Het kantoor is één van de werkplekken van de werknemer. Maar het is niet meer per definitie de belangrijkste werkplek. Waar en wanneer hij het meest productief is, dat bepaalt de werknemer in belangrijke mate zelf. Dit

kan thuis zijn, op kantoor, in het café of in de trein, als het werk maar afkomt. Dat vraagt

om een moderne ICT-infrastructuur en faciliteiten als laptops, smartphones en videoconferencingsystemen. HNW en ICT zijn dus onlosmakelijk met elkaar verbonden. Dat grote groepen medewerkers dankzij de ICT-technologie zelf kunnen bepalen waar en wanneer zij hun taken uitvoeren, betekent dat zij een betere balans tussen werk en privé kunnen creëren. Dat maakt werknemers productiever, bespaart reiskosten en vraagt minder kantoorruimte die bovendien anders is ingericht. Hier zit het organisatiebelang.

Als je de huidige werkomgeving in

Nederland vergelijkt met die van 25 tot 30 jaar geleden, dan springen de verschillen

onmiddellijk in het oog. De klassieke, analoge wereld is vrijwel volledig vervangen door een nieuwe digitale werkomgeving, met internet en e-mail als drijvende krachten. Volgens Verbeek-Van Angelen (2010) vertaalt HNW zich meestal in een flexibel werkplekconcept, waarbij niet de mens maar de werkprocessen centraal staan. De verschillende werkplektypen die uiteindelijk worden aangeboden in de werkomgeving, sluiten aan bij deze

Afbeelding 2 De vier principes van Het Nieuwe Werken



profielen, maar stuiten op weerstand van de medewerkers. Zij staan wantrouwend tegenover flexibel werken en vinden dat de nieuwe werkomgeving niet voldoet om optimaal te kunnen functioneren. Werkplekconcepten in het kader van tijd- en locatie-ongebonden werken met activiteitenprofielen als grondlegger en kijken naar wat medewerkers doen. In een passende werkomgeving faciliteren deze concepten de werkprocessen; ze voorzien ook in een goede technische en fysieke omgeving. Er is alleen geen aandacht voor hoe mensen hun werk uitvoeren: “Aan de mentale omgeving wordt voorbijgegaan”. De mentale omgeving is een vertaling van de invloed van human resource management op de werkplek. Het is enerzijds een weerspiegeling van de cultuur van de organisatie. Anderzijds is het een vertaling van de competenties, capaciteiten en het gedrag van de medewerkers, dat samenkomt in de persoonlijke voorkeurswerkstijl van werknemers. Er moet een juiste balans ontstaan tussen de technische, fysieke en de mentale omgeving om de juiste werkplek te creëren.” (Verbeek-Van Angelen, 2010)

4.2.1.2 Sturen op resultaat

Het feit dat medewerkers minder op kantoor zijn, vermindert voor de manager de ‘zichtbaarheid’. Daarom worden met medewerkers concrete afspraken gemaakt over de te behalen resultaten. Er wordt dus niet meer op aanwezigheid gestuurd, maar vooral op ‘output’. Niet het bedrijfsproces staat centraal, maar de mens en de manier waarop hij zijn resultaten kan realiseren. In goed overleg wordt bepaald hoeveel vrijheid een medewerker daarin wil, teneinde zich te kunnen aanpassen aan HNW.

De rol van de manager verandert hierdoor van controleren naar coachen en inspireren op afstand, maar zonder het zicht op de afgesproken resultaten te verliezen. Medewerkers krijgen zo een grotere verantwoordelijkheid, kunnen op deze manier met meer autonomie werken en dat stimuleert weer de ontwikkeling van hun inzicht en professionaliteit. Het idee hierachter is dat medewerkers productiever zijn wanneer ze meer direct betrokken zijn bij het besluitvormingsproces.

4.2.1.3 Vrije toegang tot kennis, ervaring en informatie en vrij gebruik ervan

De ICT-infrastructuur maakt vrije toegang tot kennis en informatie mogelijk. Doel is onder meer dat die door medewerkers onderling wordt gedeeld. Ook gebruik maken van elkaars ervaring en kwaliteiten wordt gestimuleerd, digitaal maar ook op kantoor. Er vinden in HNW veel meer verschillende interacties tussen medewerkers plaats. Daarom is het kantoor ook ingericht volgens nieuwe concepten die de verschillende interacties mogelijk maken: algemene ruimtes met werkplekken, woonkamers, café-achtige ruimtes, stilteplekken en overlegruimtes. Dit bevordert de creativiteit en zorgt ervoor dat kennis, expertise en ideeën makkelijker productief kunnen worden gemaakt. Resultaat is een ‘plattere’ organisatie waarin meer saamhorigheid en betrokkenheid bij het bedrijf wordt ervaren. Medewerkers hebben meer plezier in hun werk en dat heeft weer een positieve uitwerking op de kwaliteit van het werk. Uit onderzoek blijkt ook dat 61% van de medewerkers gelukkiger wordt van HNW (Koenen e.a., 2010).

4.2.1.4 Flexibele arbeidsrelaties

HNW gaat uit van een volwassen arbeidsrelatie tussen werkgever en werknemer. Doordat medewerkers flexibeler ingezet kunnen worden, kunnen flexibeler arbeidscontracten worden gesloten. Er kunnen arbeidsvoorwaarden in worden opgenomen die beter zijn afgestemd op de persoonlijke levensstijl en –fase van de medewerkers. De beloning zal meer direct gekoppeld zijn aan de waarde van de eigen bijdrage of die van het team waarvan de medewerker deel uitmaakt. De achterliggende gedachte is dat dit de medewerker uitnodigt zich

meer als een ‘ondernemer’ op te stellen. Omdat de medewerker een rendement op zijn investering verwacht en dit rendement fluctueert, brengt dit een flexibele beloning met zich mee. Deze flexibiliteit van de medewerker en van het contract prikkelt de medewerker om een positieve(re) bijdrage te leveren aan zijn of haar (team)prestaties.

4.3 Externe invloeden

De omgeving waar organisaties in acteren is in de afgelopen jaren ingrijpend veranderd. Een aantal belangrijke ontwikkelingen zijn: de groei van de kennis- en diensteneconomie, permanente afname van de beroepsbevolking door vergrijzing en ontgroening, steeds schaarser wordend aanbod van talent, mondialisering van het arbeidsproces en een veranderend economisch klimaat. Dit worden ook wel externe invloeden genoemd omdat een enkele organisatie hier geen invloed op uit kan oefenen. Het merendeel van de organisaties staat voor de keus om zich aan te passen en te anticiperen of om op dezelfde manier verder gaan. Deze paragraaf besteedt aandacht aan de externe invloeden die organisaties laten inzien dat Het Nieuwe Werken een structuur zou kunnen zijn die zij vroeg of laat moeten implementeren in de organisatie.

4.3.1 Economisch klimaat

De macro economische verkenning 2012 van het CPB geeft een vooruitblik over de ontwikkeling van de Nederlandse economie in 2011 en 2012. Naar aanleiding van de recente onrust op de financiële markten heeft het CPB de groei van de Nederlandse economie naar beneden bijgesteld tot 1,5 procent in 2011 en 1 procent in 2012. Pas in de tweede helft van 2012 bereikt het BBP het niveau van voor de crisis in 2008. De groei komt vooral door de export. Binnenlandse bestedingen dragen maar beperkt bij aan de groei, zeker in historisch perspectief. De consumptie zal nauwelijks toenemen doordat de koopkracht al sinds 2010 afneemt, aandelenkoersen niet meer stijgen en de huizenprijzen al enige tijd dalen. De groei van de investeringen zal door de afnemende groei ook wat terugvallen in 2012. De verwachting is dat de arbeidsmarkt het relatief goed blijft doen. De werkloosheid komt in 2011-2012 waarschijnlijk uit op 5 en 5,25% van de beroepsbevolking, dit is iets lager dan in 2010. De werkgelegenheid in de marktsector is sinds 2008 afgenomen, en verwacht wordt dat deze daling zal doorzetten. Daarnaast zien we een flexibilisering van de arbeidsmarkt, deze trend kent meerdere oorzaken. Inhakend op de demografische ontwikkelingen is het onvermijdelijk dat we met minder mensen meer werk gaan verzetten. Dit wordt nog eens versterkt doordat een steeds groter aantal werknemers niet meer fulltime wenst te werken.

4.3.2 Generatie werknemers

Een generatie is een groep mensen die tot dezelfde leeftijdsgroep behoort en te maken heeft gehad met dezelfde uitdagingen in levensloop. In het leven van een ieder spelen verschillende generaties een rol, denk hierbij aan: grootouders, ouders, leeftijdsgenoten en kinderen (Sijas, P. et al., 2008). Verschillende onderzoekers hebben zich gebogen over het generatievraagstuk. En elk van hen komt met een andere indeling. Verschillen zitten in de namen van de verschillende generaties en ook in de verdeling door de tijd heen.

Tabel 10 Generaties

	Geboren	Kenmerken generatie	Invloed vanaf
Protest generatie	1949-1955	Duidelijk aanwezig en potesteren tegen autoriteit Bedenkers van het poldermodel en zijn idealistisch Persoonlijke ontwikkeling van belang, binnen als buiten werk Bescheiden, degelijk en hebben neiging tot verbinden	1975
Generatie X	1955-1970	Zoeken elkaar sterk op Zoeken naar balans tussen inhouden en proces Geen interesse in autoriteit, zetten zich ook niet af Stille doorzetters, zoeken naar mogelijkheden en wachten op hun moment	1985
Pragmatische generatie	1970-1985	Persoonlijke ontwikkeling is belangrijk, niet per se werk gerelateerd Aanwezig, ambitieus, netwerkers en snel afgeleid Als informatie niet direct toepasbaar is in het werk dan haken ze af	2000
Screenagers generatie	1985-2000	Gericht op werkgerelateerde ontwikkeling Meest authentieke generatie & multi-taskers Laten zich niet leiden door mensen die hen niet kunnen helpen bij ontwikkeling van hun eigen identiteit	-

In deze paragraaf wordt uitgegaan van de indeling zoals die wordt gehanteerd door Aart Bontekoning. Iedere generatie *an sich* brengt in een nieuwe levensfase veranderingen aan. Iedere levensfase beslaat ongeveer 15 jaar. ‘Oudere werknemers’ van een generatie zijn dan ook compleet verschillend ten opzichte van ‘oudere werknemers’ van een andere generatie. De impact van de nieuwe manier van werken zal voor iedere generatie werknemers verschillend zijn. Het werken volgens de vier eerder genoemde werkprincipes zal dus ook niet voor iedere werknemer even gemakkelijk zijn en vergt van de manager dan ook kwaliteiten op dit gebied. Om een beter beeld te krijgen van de verschillende generaties en de kenmerken die daarbij horen zijn de vier generaties die op dit moment op de arbeidsmarkt voorkomen hierboven uiteengezet.

4.3.3 Demografische ontwikkelingen

Vergrijzing en ontgroening zijn twee demografische ontwikkelingen die zich in geheel Noordwest-Europa en Oost-Europa zullen voordoen. Ontgroening is de basisoorzaak van bevolkingsdaling. Vergrijzing is het gevolg van de grote kinderaantallen (babyboomgeneratie) uit het verleden en de daling van het aantal kinderen in de afgelopen decennia. Vergrijzing daarentegen is een bijverschijnsel bij bevolkingsdaling, dus geen oorzaak, maar kan eerder aangemerkt worden als een gevolg. De piek van de vergrijzing wordt verwacht tussen 2040 en 2050 wanneer de kinderen van babyboomgeneratie de pensioengerechtigde leeftijd bereiken hebben. De komende jaren zal er tevens een grote uitstroom plaatsvinden op de arbeidsmarkt door toedoen van de vergrijzing. Hierdoor zal het aantal medewerkers schaarser worden.

4.3.4 ICT

De ICT speelt een belangrijke en bijzondere rol in Het Nieuwe Werken. ICT is in feite de drijvende kracht achter Het Nieuwe Werken. Het afgelopen decennium heeft de ICT sector zich enorm ontwikkeld en de ICT sector zal de komende jaren haar cruciale rol in het succes van de topsectoren in Nederlandse economie door ontwikkelen. De verwachting is dat de ICT-branche in 2011 harder (+2%) groeit dan de Nederlandse economie (+1,25%). Het economische en maatschappelijk belang van Informatie en Communicatie Technologie (ICT) is enorm en neemt nog steeds toe – wereldwijd en ook in Nederland. Het gebruik van ICT in Nederland door zowel consumenten als bedrijven behoort tot de hoogste in Europa. De Nederlandse economie is na de Britse de meest ICT-intensieve van Europa. ICT is bovendien steeds sterker verweven met andere sectoren, waardoor succes in de gehele economie in belangrijke mate mede wordt bepaald door succesvolle toepassing van ICT-oplossingen. Op dit moment zijn voornamelijk de financiële dienstverlening, de ICT sector zelf en de overheid grote afnemers van ICT, maar in de toekomst wordt ICT ook voor andere sectoren steeds belangrijker.

Dankzij de enorme ontwikkelingen en de kansen die er liggen op ICT gebied is de afgelopen jaren het tijd- en plaats ongebonden werken technisch mogelijk en betaalbaar geworden. In de definitie van Het Nieuwe Werken is het altijd en overal kunnen werken een kritische succesfactor; en daarvoor is die technologiefactor van groot belang. Daarnaast zijn er interessante toepassingen beschikbaar gekomen die tezamen met Web 2.0 worden aangeduid en waarmee een aantal zaken zoals samenwerken, netwerken en kennis delen (zowel binnen als buiten de organisatie) een totaal nieuwe dimensie hebben gekregen. Maar wat er niet vergeten moet worden is dat ICT ‘slechts’ faciliterend werkt en de mogelijkheden er niet toe hebben geleid dat Het Nieuwe Werken ontstaan is. Een simpel voorbeeld is het beschikbaar stellen van een auto, laptop en smart Phone door je werkgever: het is een begin, maar wanneer je geacht wordt tussen 9 en 5 op kantoor aanwezig te zijn en niet de mogelijkheid hebt om te werken waar en wanneer je wilt, is ICT in dit opzicht minder relevant. Om een beeld te geven van waar Nederland staat op het gebied van ICT heeft de Universiteit Twente (UT) een onderzoek gedaan. In 91% van de Nederlandse huishoudens is, volgens het onderzoek van de UT, minimaal één PC of laptop met internetaansluiting te vinden. Nederland is daarmee, achter IJsland, de nummer 2 in Europa. Het dagelijkse (en steeds langere) gebruik van Internet zette ook in 2011 door. Namelijk 84% van de gebruikers is iedere dag online vanuit huis. Zo heeft ongeveer 90 procent van de Nederlanders thuis toegang tot een computer en internet. Eenzelfde percentage heeft een mobiele telefoon in bezit. De vaste pc wordt meer en meer vervangen door een laptop of tablet en ook nemen steeds meer mensen een ‘smart Phone’ – zoals de Iphone – waarmee je naast bellen ook kunt internetten. Met al die hulpmiddelen zijn we vooral met elkaar op afstand aan het communiceren: telefoneren, sms-en, e-mailen, chatten, enzovoort.

4.4 Interne invloeden

De bovengenoemde externe invloeden zorgen er mede voor dat bedrijven de urgentie voelen om zich aan te passen aan de nieuwe manier van werken. Naast de externe invloeden zijn er de interne invloeden die er mede voor zorgen dat organisaties het proces starten om HNW te implementeren. De interne invloeden zijn volgens Mooij (2009) de aanleiding voor de overstap van de traditionele manier van werk naar een dynamische innovatieve manier. Volgens Mooij (2009) zijn er zeven aanleidingen in de praktijk zichtbaar:

- een verandering in het huisvestingsconcept van de organisatie moet als eerste aanleiding genoemd worden;

- organisaties moeten als gevolg van de economische crisis kostenbesparingen doorvoeren. Bezuinigingen zijn dan ook de tweede trigger voor organisaties om over te stappen op Het Nieuwe Werken;
- de wil die organisaties hebben om de nadelen van het woon-werkverkeer te verminderen, wordt ook aangegrepen om het transformatieproces in te zetten;
- veranderingen in de manier van werken kunnen voor een omslag in de organisatie zorgen. Dit kan aangegrepen worden door organisaties om ook Het Nieuwe Werken door te voeren;
- organisaties zoeken naar manieren om hun werknemers optimaal te laten werken. Daarbij worden ze beïnvloed door de veranderende eisen van de werknemer. De opkomende schaarste op de arbeidsmarkt zal ook steeds duidelijker te voelen zijn voor organisaties en vraagt om verandering;
- het verhogen van de duurzaamheid is de laatste aanleiding tot verandering die hier aangesneden zal worden. De belasting van het milieu kan een aanleiding zijn om ruimte te besparen en verhuizingen uit te stellen om onnodig afval te voorkomen

4.5 Conclusie

In het kader van dit onderzoek is het verband tussen Het Nieuwe Werken en de ruimtelijke strategiekeuze interessant. In het vorige hoofdstuk is de ruimtelijke strategiekeuze uitvoerig aan bod gekomen en daaruit bleek dat zachte locatiefactoren belangrijker zijn geworden in het locatiekeuze proces. De niet-economische factoren zijn terrein aan het winnen ten opzichte van de economische factoren maar de onderlinge afstand is nog ruim. Dat de weging van niet-economische locatiefactoren zwaarder wordt betekend dat de subjectiviteit en de beleving terrein aan het winnen zijn. Organisaties houden dus meer rekening met de medewerker en in mindere mate met het proces. Organisaties vinden het belangrijk wat de medewerker denkt en willen medewerkers de mogelijkheid bieden om beter presteren en productiever te zijn. De medewerker komt als het ware centraler te staan binnen een organisatie en niet het proces zoals dat voorheen was. Het faciliteren van deze nieuwe manier van werken vergt aanpassingen aan de manier waarop het vastgoed op dit moment gebruikt wordt. Het creëren van algemene ruimtes met werkplekken, woonkamers, café-achtige ruimtes, stilteplekken en overlegruimtes zorgt voor meer spontane ontmoetingen en kruisbestuiving van kennis binnen de organisatie. Naast het veranderende gebruik van het vastgoed is de omgeving ook erg belangrijk voor bedrijven die werken volgens de principes van HNW. Een kwalitatief hoogwaardig voorzieningenniveau evenals een goede (digitale) bereikbaarheid van het kantoor is belangrijk voor de medewerker.

Het centraal stellen van de mens binnen de organisatie en het veranderende gebruik van het vastgoed waar organisaties in werken kan tevens invloed hebben op de ruimtelijke strategiekeuze van bedrijven. In het volgende hoofdstuk zal dieper ingegaan worden op de invloed van Het Nieuwe Werken op onder andere de ruimtelijke strategiekeuze.

5 Invloed van Het Nieuwe Werken

De nieuwe manier van werken kan invloed hebben op de manier waarop organisaties omgaan met de keuze voor een bepaalde locatie, het kantoorvastgoed en de werkplekinrichting. Dit hoofdstuk besteedt aandacht aan deze ontwikkelingen en tracht duidelijk te maken hoe deze ontwikkelingen tot stand zijn gekomen en wat de gevolgen kunnen zijn.

5.1 HNW & locaties en locatietheorieën

In discussies over de gevolgen van Het Nieuwe Werken wordt de nadruk gelegd op de inrichting van werkplekken en gebouwen, maar het fenomeen heeft daarnaast ook invloed op de locatie van gebouwen. De ligging, bereikbaarheid en voorzieningen in de directe omgeving van gebouwen zijn onder andere van belang bij het aantrekken van medewerkers. Daarnaast moeten bedrijven zichzelf – om de continuïteit van de onderneming te kunnen waarborgen – voortdurend blijven aanpassen aan de veranderende omstandigheden (Pellenbarg, Van Steen e.a., 2005). Baarne (2010) geeft aan dat herhuisvesting en de aanpassing van bestaand vastgoed vaak de trigger is voor organisaties wat het implementeren van Het Nieuwe Werken betreft. In het denkproces wordt de link gelegd tussen de realiteit en het (ultieme) huisvestingsconcept van de desbetreffende organisatie. Een bedrijf heeft in feite twee opties: aanpassen van de huidige huisvesting of verhuizen. Uit eerder onderzoek is gebleken dat de groei van bedrijven en de juiste capaciteit van het gebouw, kostenoverwegingen en overheidsbeleid de belangrijkste aspecten voor bedrijven zijn om te verplaatsen (Brouwer e.a. 2002). De beslissing om te verhuizen komt hiermee veelal voort uit het optimaal laten functioneren van bedrijven (De Smidt, 1975; Pen, 2002). Wanneer de verhuisbeslissing is genomen rijst de vraag wat de ideale locatie is voor het bedrijf om zich te vestigen. Maar ook bij het aanpassen van het huidige pand op de huidige locatie moeten bedrijven zichzelf een belangrijke vraag stellen:

- Voldoet het pand de komende jaren ook nog aan de eisen van Het Nieuwe Werken?

De keuze voor een verkeerde locatie kan voor nare gevolgen zorgen, waaronder: hogere transportkosten voor het personeel, hogere CO²-uitstoot, langere reistijden, productiviteitsverlies etc. Uit eerder onderzoek van Remoy (2010) blijkt dat organisaties verschillende eisen stellen aan locaties anno 2010.

De verwachting is dat er een tweedeling zal ontstaan op de kantorenmarkt: enerzijds de hoogwaardige, moderne kantoorpanden op toplocaties (A-locaties) en anderzijds de overige categorieën. De kantoren op de A-locaties zullen de komende jaren nog steeds in trek zijn, omdat onder andere door de stagnerende nieuwbouwproductie de hoogwaardige kantoorpanden op toplocaties schaars zijn geworden. Dit wordt tevens bevestigd door onderzoek van de grotere vastgoedadviseurs in Nederland: CBRE, Cushman&Wakefield, DTZ Zadelhoff, Jones LangLaSalle, Dynamis en MVM bedrijfshuisvesting. Daarnaast blijkt uit allerlei studies dat HNW op termijn leidt tot een daling van de behoefte aan kantoorruimte per werknemer. Dat betekent dat de kantorenmarkt in Nederland in de toekomst in omvang zal afnemen, ook in de Stadsregio Arnhem Nijmegen. HNW zou er wel eens voor kunnen zorgen dat de kantorenmarkt er op termijn heel anders uit gaat zien. Naar een deel van de bestaande kantoren zal er straks geen vraag meer zijn, dat komt doordat ze ofwel verouderd zijn, op perifere locaties (veelal verouderde bedrijventerreinen) zijn gelegen ofwel simpelweg niet meer voldoen aan de huidige (duurzaamheids)eisen van de kantoorgebruikers.

In deze thesis staat centraal wat de invloed van Het Nieuwe Werken is op de ruimtelijke strategiekeuze van bedrijven. Het is dus van belang dat Het Nieuwe Werken ook gekoppeld wordt aan de locatietheorieën. Besier (2011) koppelt de locatietheorieën in haar onderzoek aan Het Nieuwe Werken en maakt daarmee duidelijk dat de eisen die Het Nieuwe Werken stelt aan de locatie veranderen ten opzichte van de bestaande locatietheorieën. Besier (2011) toetst in haar onderzoek drie locatietheorieën die van toepassing zijn op de dienstensector.

Marshall (1920) onderzocht de schaalvoordelen voor bedrijven uit dezelfde branche. Marshall kwam uiteindelijk met drie typen externe voordelen van de agglomeratie van bedrijvigheid: (1) het kunnen uitbesteden van onderdelen van de productie aan gezamenlijke toeleveranciers met ieder hun eigen interne schaalvoordelen. Dit reduceert zowel risico's als kosten bij afnemers, (2) Het voordeel van een gespecialiseerde arbeidsmarkt. Ook dat reduceert risico's, zowel voor werkgevers als voor werknemers. En dat leidt tot een betere afstemming tussen de gevraagde en aangeboden kwaliteit van arbeid. (3) Kennisoverdrachten, Marshall beschrijft lokale technologische en organisatorische kennis als zijnde 'in the air', op de hoek van de straat en in de kroeg op te snuiven. Besier (2011) noemt dit in haar onderzoek de drie drijfveren: nabijheid van getalenteerde beroepsbevolking, informatie surplus door onderling contact en het gezamenlijk investeren in diensten. Hoover (1937) borduurde voort op de ideeën van Marshall omdat hij een van eerste economen was die zijn soorten clustering in verschillende typen agglomeraties onderbracht. Arkesteijn (2011) onderzoeker aan de TU Delft benadrukt in het onderzoek van Besier (2011) dat de voordelen die Marshall en Hoover benoemen in de toekomst zullen blijven bestaan. Wel zal de agglomeratie die zij beschrijven in de toekomst in mindere mate terug te vinden zijn in praktijk omdat Het Nieuwe Werken een multifunctionele ruimte vereist die middels verschillende modaliteiten te bereiken is.

Alonso (1964) heeft de theorie van Von Thünen (1826) verder uitgebreid. Middels het 'bid-rent' model – dat uit verschillende curven bestaat – toonde Alonso (1964) aan wat bedrijven bereid zijn te betalen voor een vierkante meter op een bepaalde locatie. Wanneer deze locatie dicht bij de markt gelegen is zijn bedrijven bereid hier dieper voor in de buidel te tasten dan wanneer deze locatie verder van de markt af gelegen is. Dit beeld wordt nog steeds bevestigd doordat (hoofd)kantoren van bedrijven in deze tijd bij voorkeur op A-locaties gevestigd zijn. Daarnaast is de ontwikkeling dat een lagere afname van kantoorruimte ten koste gaat van de perifere kantoorparken. Dit onderstreept nog eens dat de theorie van Alonso (1964) nog steeds toepasbaar is in de realiteit.

Martin & Rogers (1995) onderzochten in welke mate veranderingen en toevoegingen aan de infrastructuur invloed hebben op de locatiekeuze van bedrijven. Zij concludeerden dat verschillen in de infrastructuur in een economische agglomeratie ervoor zorgen dat bedrijven verhuizen van gebied A naar gebied B. Hieruit kunnen we voorzichtig concluderen dat de gedachtegang die bedrijven in deze tijd hebben, strookt met de conclusie van Martin & Rogers (1995) omdat multimodale bereikbaarheid en kwaliteit van de infrastructuur van (grote) invloed zijn op de locatiekeuze van bedrijven.

5.2 HNW & kantoorvastgoed

Het Nieuwe Werken zorgt voor een verandering van de wijze van managen die tot gevolg kan hebben dat er een andere behoefte aan vastgoed ontstaat. De kern van Het Nieuwe Werken zit hem dan ook in de verandering van de wijze van management. Medewerkers worden geacht meer verantwoordelijk te zijn en krijgen daarvoor meer

vertrouwen van het management. Om dit te bereiken wordt er gestuurd op output in plaats van op aanwezigheidsplicht van de werknemers. De opdrachten die medewerkers zijn concreet en meetbaar en het overige – waar, wanneer en hoe – dat vult iedere medewerker voor zich in. De medewerkers krijgen door deze verandering andere opdrachten mee en wordt er meer overgelaten aan hun eigen creativiteit. Door deze verandering in de manier van werken zal het kantoor anno nu een andere functie gaan vervullen, namelijk de plek waar medewerkers elkaar kunnen ontmoeten, ideeën uit kunnen wisselen en samen kunnen werken. Het faciliteren van de ontmoetingen en interactie tussen de medewerkers is van groot belang om de bedrijfscultuur in de organisatie te waarborgen.

Kantoren dienen ingericht te worden naar de principes van Het Nieuwe Werken en daar horen naar alle waarschijnlijkheid aanpassingen bij. Allereerst is het van belang dat er één ontmoetingsplek is en niet meerdere ontmoetingsplekken in verschillende kantoren verspreid door de regio of door het land. Medewerkers moeten elkaar kunnen treffen en ideeën uit kunnen wisselen en de kans hierop is groter wanneer er juist één plek is waar dit gebeurt. Daarnaast is het van belang dat er ruimten in het kantoorpand gefaciliteerd worden die ontmoetingen tot stand brengen. Een goed voorbeeld hiervan is het creëren van één koffiecorner per verdieping in plaats van één koffiecorner per ruimte. Dit vergroot namelijk de kans dat medewerkers van verschillende afdelingen met elkaar in gesprek raken omdat ze nu verder moeten lopen. Een derde aspect is het realiseren van een open werkruimte waar iedere medewerker toegang toe heeft en met zijn of haar werk aan de slag kan. Dit is een verandering ten opzichte van het traditionele ‘cellen’ kantoor welke als gesloten wordt ervaren en waar de onderlinge communicatie op een lager niveau ligt. De traditionele, hiërarchische kantoorindeling vergroot het gevoel van comfort, status en iedere medewerker creëert op deze manier zijn of haar eigen territorium. Op deze manier is daarentegen de flexibiliteit binnen de organisatie ver te zoeken en dit is juist een van de belangrijke werkprincipes waarmee Het Nieuwe Werken wordt geassocieerd.

Deze veranderingen, door toedoen van Het Nieuwe Werken, hebben wel gevolgen voor de eisen die organisaties aan vastgoed stellen. Het is niet mogelijk om in ieder kantoorpand waar de organisatie volgens de principes van Het Nieuwe Werken aan de slag wil één grote ontmoetingsplek te creëren of de gesloten kantoorkamers om te bouwen tot flexwerkplekken. Dit betekent voor een gedeelte van de kantoorvoorraad dat de kans op leegstand groter is dan wanneer de gewenste flexibiliteit wel aanwezig is.

Maas en Pleunis (2006) benadrukken dat het kantoor naast de faciliterende functie ook een tweede belangrijke functie heeft, namelijk bijdragen aan het imago van de organisatie. Het kantoor heeft een symbolische waarde die de identiteit van de organisatie bevestigt.

5.3 HNW & werkplekken

De werkplek is een belangrijk onderdeel binnen Het Nieuwe Werken, een groot verschil met de traditionele manier van werken is dat een werkplek volgens de principes van HNW niet per definitie een werkplek in het kantoor hoeft te zijn. Het tijd- en plaats onafhankelijk werken kan betekenen dat de medewerker in het café werkt of bijvoorbeeld thuis. In vrijwel alle gevallen betekent dit dat de werkplek naar de wensen van de medewerker is ingericht en een ondersteunende functie heeft en niet zoals voorheen, *vice versa*. Naast verschillende locaties is er ook de mogelijkheid om verschillende werkplekken te creëren op één locatie. Haterd (2010) definieert zes verschillende werkplekken, namelijk:

- de standaard werkplek; flexibele werkplek met toegang tot het internet;
- individuele focusplek; werkplek in een kamer afsluitbaar voor de buitenwereld;
- gezamenlijke stilteplek; niet toegestaan om te praten op deze plek;
- overlegruimte; geschikt om te vergaderen;
- presentatieruime; ruimte geschikt om presentaties te geven;
- café en lunch werkplekken; tafels beschikbaar in grand-café achtige omgevingen.

Naast verschillende locaties en soorten werkplekken verandert (de normering van) de oppervlakte van de werkplek ook door toedoen van Het Nieuwe Werken. Het aantal vierkante meters is in hoge mate een keuze die de organisatie maakt. Uit het onderzoek van Microsoft blijkt dat vrijwel altijd de oppervlakte per werkplek en niet per medewerker kenbaar gemaakt wordt. In de regel kan een werkplek volstaan met veertien vierkante meter bruto vloeroppervlak (dat is inclusief alle 'publieke' ruimte zoals looproutes, vergaderzalen, etc.), maar er zijn ook organisaties die houden 23 vierkante meter bruto vloeroppervlak aan. Daarnaast is er een trend zichtbaar dat door toedoen van Het Nieuwe Werken de werkplekoppervlakte toeneemt, daarentegen neemt het aantal flexwerkplekken ten opzichte van het aantal werknemers af. Onder de streep resulteert dit in een afname van het vierkante meter gebruik per persoon (Van der Meer en Feijt, 2011).

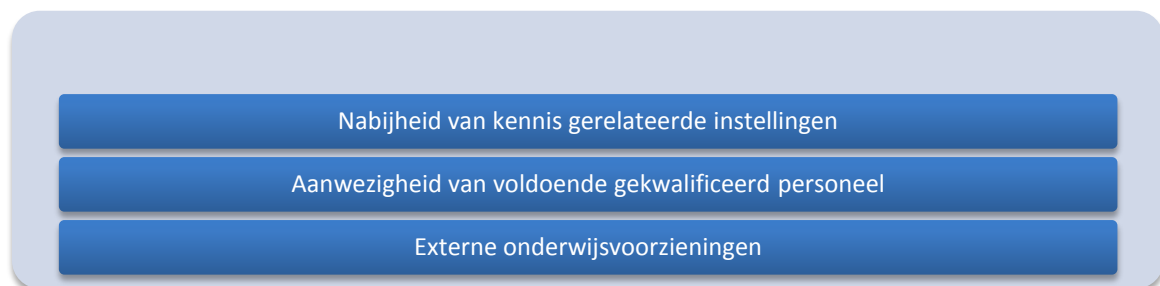
Een derde aspect dat wordt beïnvloed door de nieuwe manier van werken is het benodigd aantal werkplekken op kantoor. Het aantal benodigde werkplekken op kantoor wordt berekend aan de hand van de flexfactor. Zoals hierboven vermeld, geeft deze factor het aantal flexwerkplekken ten opzichte van het aantal werknemers aan. Bijvoorbeeld een factor 0,5 betekent een beschikbaarheid van 50 werkplekken voor 100 werknemers. Doordat medewerkers niet meer gebonden zijn aan de locatie heeft dit ook invloed op de flexfactor, die kan namelijk lager uitkomen. Dit zorgt er automatisch voor dat de bezettingsgraad hoger wordt. Echter zal de bezettingsgraad nooit op honderd procent uitkomen. Dit komt doordat er pieken zijn in de bezetting van de werkplekken. Ter illustratie: onderzoek van en bij de Belastingdienst in Utrecht toont aan dat 63% van het werk gemeten over alle werknemers op kantoor plaats vindt. De gemiddelde bezetting over alle werkplekken gemeten is slechts 20%, maar dit geeft een vertekend beeld. Uitsplitsing naar teamruimten (gemiddeld 15% bezet, pieken tot 70%) en individuele werkplekken (gemiddeld 50% bezet, piekbezettingen tot ruim 80%) laat zien dat de ruimte redelijk goed bezet is. Maandag is de drukste dag, met een piekbezetting oplopend tot bijna 100%. Vrijdag is het rustig, met bezettingsgraden van soms minder dan 10%. Maandag en woensdag zijn bij de Belastingdienst de overlegdagen. De teamruimten hebben dan een hogere maximale bezetting dan de individuele ruimten (oplopend tot 98% versus maximaal 78%). Individuele werkplekken zijn op dinsdag met 85% het drukst bezet. CBRE een wereldwijd opererende vastgoedadviseur bevestigt een daling van de bezettingsgraad. CBRE stelt in het rapport 'what users want' dat de bezettingsgraad in traditionele kantoren statistisch gezien ca. 85% is. Door onder andere de opkomst van Het Nieuwe Werken ligt de piekbezetting van de werkplekken rond 70% (op dinsdagmiddag). Volgens CBRE is de bezettingsgraad op vrijdag minimaal, namelijk 30%. Volgens Buijssen (2010) is de flexfactor een belangrijk instrument en geeft een te hoge flexfactor aan dat de organisatie te veel werkplekken heeft en een te lage flexfactor het tegenovergestelde. Hierdoor kan het nieuwe werkconcept volgens Buijssen (2010) niet tot zijn recht komen. Naast een dalende flexfactor zal (uiteindelijk) ook het aantal medewerkers in een organisatie afnemen door toedoen van Het Nieuwe Werken. Volgens Besier (2011) zijn de drie belangrijkste redenen voor de afname van het aantal medewerkers:

- nieuwe technologieën; zoals een gedigitaliseerde agenda die synchroniseert met de smart Phone, archiveren van informatie op verschillende devices door gebruik te maken van een cloud;
- toename van de productiviteit van de medewerkers; volgens Van der Meer (2010) is dit moeilijk meetbaar maar heeft de nieuwe manier van werken een positief effect op de arbeidsproductiviteit;
- tot slot zorgt onder andere de nieuwe manier van werken ervoor dat organisaties zich weer gaan richten op haar kerntaken. Deloitte (2010) stelt in een onderzoek dat er vier groepen medewerkers zijn: flexibele krachten, specialisten, kritische functiegroepen en de basis populatie. De laatste twee groepen mensen moeten op kantoor een werkplek kunnen vinden. Het is ook vele malen eenvoudiger geworden om via internet flexibele arbeiders en specialisten te vinden. Dit houdt in dat deze groep veelal niet in vaste dienst is en dit zorgt voor een inkrimping van het personeelsbestand.

Tot slot zullen de nieuwe huisvestingsconcepten indirect invloed hebben op het aantal werkplekken op kantoor. Seats2meet, Regus, dewerkkamer.com zijn enkele voorbeelden van partijen die deze manier van werken aanbieden. Deze nieuwe huisvestingsconcepten zijn over het algemeen gevestigd in kantoorpanden in het centrum van de grote steden waar multimodale bereikbaarheid en multifunctionele kantoorlocatie hoog scoren.

5.4 Het Nieuwe Werken en locatiefactoren

In het vorige hoofdstuk is aangegeven dat op basis van hoofdstuk 5 en 6 de uiteindelijke selectie van de locatiefactoren plaats zal vinden. Hieronder is de uiteindelijke selectie van locatiefactoren weergegeven met bijbehorende onderbouwing.



Aanwezigheid van voldoende gekwalificeerd personeel, nabijheid van kennis gerelateerde instellingen en externe onderwijsvoorzieningen zijn erg belangrijke locatiefactoren voor organisaties in de dienstensector. Voor deze bedrijven is de kennisinfrastructuur heel belangrijk en vooral de toegang tot hoogwaardig wetenschappelijk en/of technisch personeel (Erken et al., 2004). Bedrijven met de ambitie om te innoveren hebben ook een grotere behoefte aan hoogopgeleid personeel en de nabijheid van kennis en kennisinstellingen, dit alles bij voorkeur op een relatief korte afstand (Telussa, J. et al., 2006). Kennis is tevens 1 van de vier werkprincipes waar Het Nieuwe Werken op gebaseerd is. Het benutten van de kennis die verschillende generatie werknemers binnen een organisatie bezitten is erg belangrijk. Daarnaast is het van belang dat medewerkers niet alleen leren van elkaar maar ook zichzelf verder ontplooiën door verder te studeren. Uit het onderzoek van Cushman&Wakefield (2011) blijkt dat daarnaast dat aanwezigheid van voldoende gekwalificeerd personeel de afgelopen jaren in de top 3 van zwaarst wegende locatiefactoren bij dienstverlenende bedrijven staat.

Digitale bereikbaarheid

De ICT speelt een belangrijke en centrale rol in Het Nieuwe Werken en is een van pijlers van Het Nieuwe Werken. Telecommunicatie in radio, tv, telefoon en internet en het gebruik ervan groeit enorm binnen bedrijven. Er komt steeds meer vraag naar bandbreedte op internet, bijvoorbeeld voor 'video streaming'. Daarnaast is ICT een belangrijke motor voor innovatie. ICT draagt voor 60% bij aan economische groei in het algemeen en productiviteit van bedrijven in het bijzonder. Direct door toegenomen gebruik van ICT-kapitaal en indirect door de inzet van ICT in productie- en distributieprocessen (Rijksoverheid, 2012). Een goed ICT netwerk zorgt er tevens voor dat bedrijven minder tijd kwijt zijn aan randzaken en zich bezig kunnen houden met de corebusiness.

Uit het onderzoek van Cushman&Wakefield (2011) blijkt daarnaast dat kwalitatief hoogwaardige telecommunicatiemiddelen de afgelopen jaren in de top 3 van zwaarst wegende locatiefactoren bij dienstverlenende bedrijven heeft gestaan.

Bereikbaarheid met het openbaar vervoer

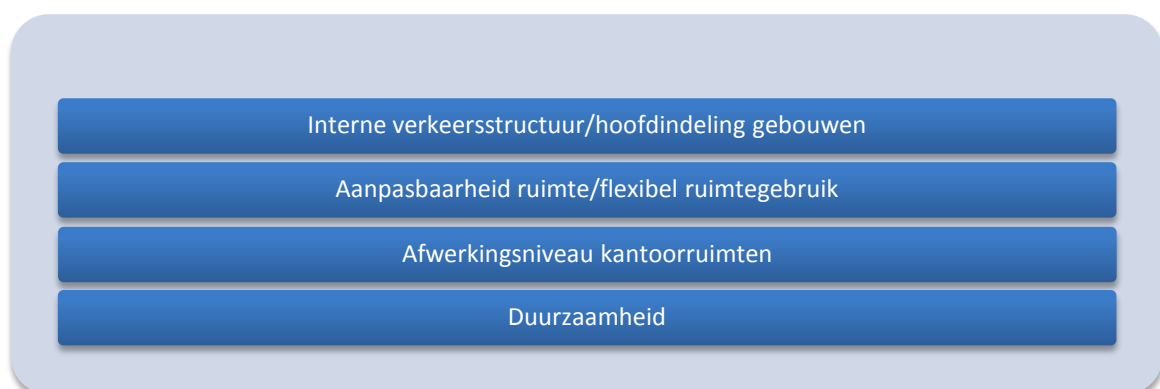
Bereikbaarheid met de auto

Bereikbaarheid is al jaren één van de belangrijkste factoren bij de vestigingskeuze van bedrijven in Nederland (Dynamis, 2008). Uit onderzoek van Cushman&Wakefield (2011) blijkt dat op Europees niveau 42% van de dienstverlenende bedrijven een goede bereikbaarheid belangrijk vinden en meenemen in het locatiekeuzeprocess. Een goede bereikbaarheid zowel met het openbaar vervoer als met het eigen vervoer zorgt ervoor dat medewerkers, klanten en opdrachtgevers van een bedrijf hun tijd efficiënter kunnen gebruiken. Uit onderzoek van PWC (2011) blijkt dat werknemers gemiddeld 54 minuten per werkdag kwijt zijn aan het woon-werkverkeer. Als werknemers de auto één dag in de week laten staan, levert dat veel op. Zo winnen ze tijd doordat ze niet vaststaan in de file. Tijd die ze weer in het werk kunnen steken. Dat maakt je medewerkers ineens een stuk productiever. Ook voelen medewerkers zich fitter als ze op een andere manier naar het werk gaan. Tot slot vullen beiden locatiefactoren elkaar aan. Wanneer de bereikbaarheid met het openbaar vervoer verbeterd en gestimuleerd wordt door de werkgever kan dit een positief effect hebben op de bereikbaarheid van het kantoor met de auto. Aalbers (2010) heeft in eerder onderzoek tevens geconcludeerd dat bedrijven als Eiffel, SNP en DGMR die op het moment gevestigd zijn in de stadsregio Arnhem Nijmegen de bereikbaarheid met het openbaar vervoer erg belangrijk vinden in het kader van behoud van eigen goed gekwalificeerd personeel en het aantrekken van nieuw hoogwaardig gekwalificeerd personeel. Daarnaast werden hiervoor het milieuaspect en de duurzaamheid aan sich aangedragen als belangrijke reden om de bereikbaarheid met het openbaar vervoer zwaar

mee te laten wegen in de ruimtelijke strategiekeuze.



Deze drie locatiefactoren hebben een groot subjectief gehalte. Daarnaast hebben de locatiefactoren ook invloed op elkaar. Een hoogwaardig voorzieningenniveau komt namelijk de aantrekkelijkheid en levendigheid van de omgeving ten goede en daarnaast kan het de kwaliteit van de directe omgeving verstevigen. De locatiefactor quality of life – zoals Cushman&Wakefield (2011) noemt in haar onderzoek – kent ook gelijkenissen met deze drie locatiefactoren. O'Mara (1999) stelt dat de 'quality of life' locatiefactor aan terrein aan het winnen is bij de besluitnemers. Eerdere onderzoeken van Aalbers (2010) en van vastgoedadviseur Cushman&Wakefield (2011) delen deze conclusie met O'Mara (1999). Quality of life is een verzamelbegrip voor alle zaken die het leven prettig maken op een bepaalde plek (Aalbers, 2010). Onder de noemer quality of life valt onder andere een gevarieerd aanbod op het gebied van recreatie en cultuur, aantrekkelijke en/of goedkope woningen, het belastingregime, lage criminaliteit, de kwaliteit van de gezondheidszorg en kinderopvang, een schoon milieu, natuurschoon en de kwaliteit van het landschap (J.Luttik, e.a. 2009). Meesters (1986) bevestigt de steeds zwaarder wegende locatiefactor 'quality of life' – in zijn onderzoek 'leefmilieu' genoemd – in het locatiekeuzeproces van bedrijven. Meesters (1986) concludeert op basis van feitelijke vestigingsplaatskeuzes van bedrijven dat 'leefmilieu', naast ligging en agglomeratievoordelen, een steeds belangrijkere plaats inneemt.



In het kader van dit onderzoek waarin Het Nieuwe Werken een belangrijke plaats inneemt zijn deze locatiefactoren de juiste om objecten te beoordelen. Flexibiliteit, kwaliteit en duurzaamheid zijn belangrijke begrippen wanneer je praat over Het Nieuwe Werken. Wanneer de interne verkeersstructuur/hoofddeling in gebouwen goed is, betekent dit dat werknemers minder tijd kwijt zijn aan het zich verplaatsen in het kantoor. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de situering van toiletgroepen, pantry's, trappenhuizen en liften. De aanpasbaarheid en het flexibele gebruik van ruimten heeft als voordeel dat een kantoor kan meegroeien of krimpen met een organisatie en zich tevens aan kan passen aan de manier van managen. Het sturen op resultaat

staat centraal bij Het Nieuwe Werken, net als het geven van verantwoording aan elkaar en het optimaal gebruiken van elkaars kennis en ideeën. Hier draagt een cellenkantoor met een hiërarchische indeling nauwelijks aan bij, terwijl open kantoorruimten met verschillende soorten werkplekken juist een positieve bijdrage leveren aan dit alles. Het afwerkingsniveau van kantoorruimten is als het ware een verlengstuk van de eerder genoemde locatiefactoren, omdat een optimaal afwerkingsniveau ervoor zorgt dat het klimaat in de verschillende ruimtes in het kantoor geoptimaliseerd kan worden. Dit heeft een positief effect op de productiviteit en de fitheid van de werknemers. Tot slot legt duurzaamheid het verband met het milieu. Een duurzaam kantoorpand zorgt ervoor dat de uitstoot van onder andere CO₂ lager is. Daarnaast heeft een duurzaam kantoorpand een positieve invloed op het imago van het bedrijf dat in het kantoorpand gevestigd is.

5.5 Conclusie

Op basis van dit hoofdstuk kan erg voorzichtig geconcludeerd worden dat de locatietheorieën steeds duidelijker in lijn met de realiteit komen te liggen. Het locatiekeuzegedrag van bedrijven is op deze manier steeds beter te verklaren, maar dit neemt niet weg dat het nodig blijft om de locatietheorieën te blijven toetsen aan de realiteit omdat ook de realiteit veranderende is. De locatietheorieën van Alonso (1964) en Von Thunen (1826) en Martin & Rogers (1995) stroken met Het Nieuwe Werken. Alonso (1964) toont aan dat kantoorlocaties die dichterbij het centrum zijn gelegen een hogere huurprijs per vierkante meter kantoorruimte kennen dan de perifere kantoorlocaties. En een lagere afname van kantoorruimte gaat ten koste van de totale afname van kantoorruimte op de perifere locaties. Daarnaast tonen Martin & Rogers (1995) het grote belang van multimodale bereikbaarheid en kwaliteit van de infrastructuur aan in hun theorie. Naast de locatietheorieën is de invloed van HNW ook zichtbaar op locationeel niveau, op kantoorvastgoed en op de indeling van het kantoor door gebruik te maken van verschillende soorten werkplekken.

De kantorenmarkt van de Stadsregio zal waarschijnlijk op de perifere locaties het hardst getroffen worden door de gevolgen van de nieuwe manier van werken. Dit komt doordat de eisen die organisaties stellen aan de locatie en aan het vastgoed in mindere mate ingewilligd kunnen worden door kantoorpanden gelegen in de periferie. Naast de eerder genoemde multimodale bereikbaarheid is een belangrijk aspect de mate waarin voorzieningen aanwezig zijn in een gebied. Tot slot zorgt flexibiliteit en de indeelbaarheid van kantoorruimten voor een efficiënter ruimtegebruik en kan dit er in veel gevallen toe leiden dat er minder vierkante meters kantoorruimte nodig zijn.

Echter, is de kern van Het Nieuwe Werken de verandering van de wijze van management en de manier waarop en waar medewerkers hun werk uitvoeren. Het vastgoed en de locatie hebben een aantrekkingskracht op nieuwe medewerkers en zorgen gedeeltelijk voor het behoud van het huidige personeelsbestand, maar hebben grotendeels en hoofdzakelijk een faciliterende en symbolische functie.

6 Resultaten van het onderzoek

Het eerste gedeelte van het empirisch onderzoek omvat een enquête onder bedrijven in de stadsregio Arnhem Nijmegen. Het betrof een aselechte steekproef uit alle bij de Kamer van Koophandel Centraal Gelderland ingeschreven bedrijven en organisaties, waarbij rekening is gehouden met een goede verdeling over de sectoren waarin bedrijven actief zijn, de omvang van de bedrijven en de vestigingsplaatsen van de bedrijven.

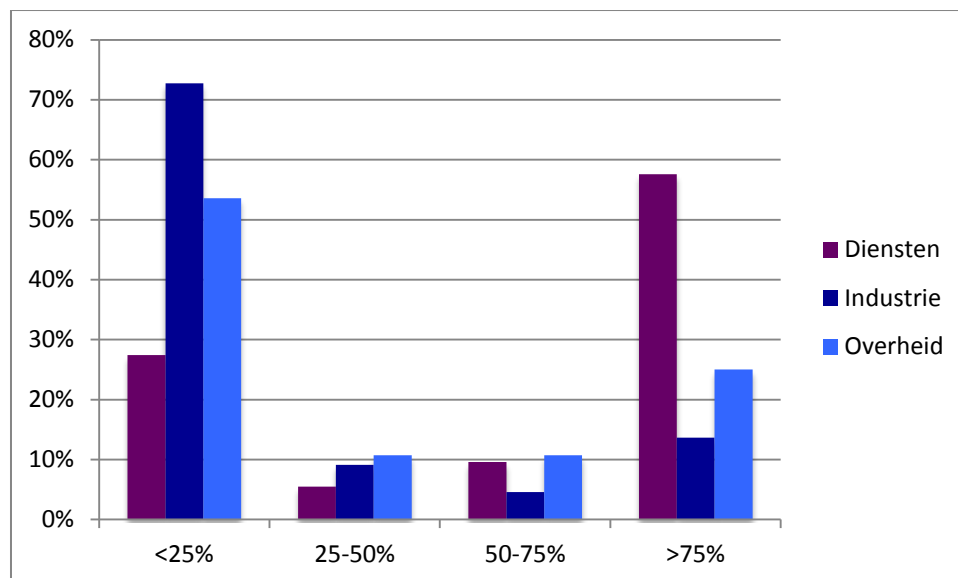
Het doel van de enquête was om inzicht te krijgen in de gedachten en ervaringen van organisaties op het gebied van Het Nieuwe Werken. Hoe staan de organisaties ervoor als het gaat om Het Nieuwe Werken? Wat zijn volgens hen redenen om HNW te implementeren? Welke aspecten nemen zij mee in het locatiekeuzeproces? Op deze manier ontstaat er een helder beeld van de penetratie van Het Nieuwe Werken in de stadsregio Arnhem Nijmegen en de verwachtingen van de bedrijven voor de komende perioden als het gaat om Het Nieuwe Werken. In het volgende hoofdstuk worden de verschillende type kantoorlocaties beoordeeld aan de hand van de eerder samengestelde lijst locatiefactoren. De beoordelingen en resultaten tezamen vormen het eindoordeel betreffende de courantheid van de verschillende type kantoorlocaties en tevens wordt de mogelijke invloed van Het Nieuwe Werken op de ruimtelijke strategiekeuze van dienstverlenende bedrijven bepaald.

In totaal hebben 261 respondenten aan het onderzoek meegedaan door middel van een enquête en de resultaten zijn in dit hoofdstuk geanalyseerd.

6.1 Thuiswerken

Uit het onderzoek blijkt dat meer dan de helft van de ondervraagden al gebruik maakt van de mogelijkheid om thuis te werken. De dienstensector en de overheidssector lopen wat dit betreft voorop. In beide sectoren maakt 70% van de ondervraagde organisaties al van deze mogelijkheid gebruik.

Figuur 4 Percentage werknemers dat gebruik maakt van thuis werken

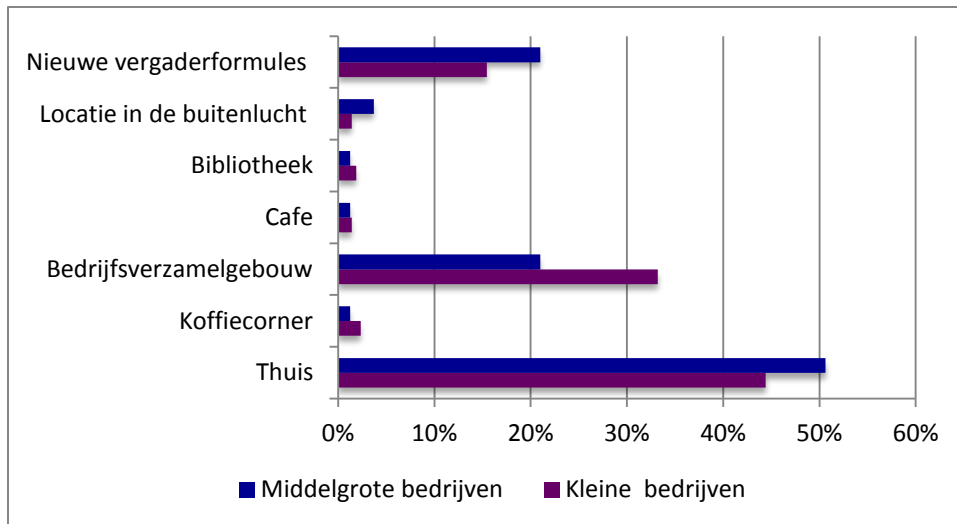


Bron: eigen bewerking

In 57% van de organisaties in de dienstensector werkt meer dan driekwart van de medewerkers wel eens thuis. In het merendeel van de organisaties maakt maximaal een kwart van de medewerkers van de mogelijkheid gebruik

om thuis te werken. Thuiswerken wordt door de helft van de bedrijven in de dienstensector ook als beste alternatief gezien voor de traditionele aanwezigheid op kantoor. Het bedrijfsverzamelgebouw (31%) wordt door de ondervraagde bedrijven uit de dienstensector op de tweede plaats gezet. Voor de middelgrote bedrijven (21%) geldt dat nieuwe vergaderformules, zoals Seats2meet als interessant alternatief concept worden gezien. Belangrijk voor ruim een derde van de ondervraagde bedrijven is daarbij, dat deze alternatieve formules een goede ICT-infrastructuur bieden; voor een kwart van de ondervraagden is de bereikbaarheid met het openbaar vervoer een belangrijk aspect.

Figuur 5 Welke alternatieve typen werklocaties zullen het meest succesvol worden?

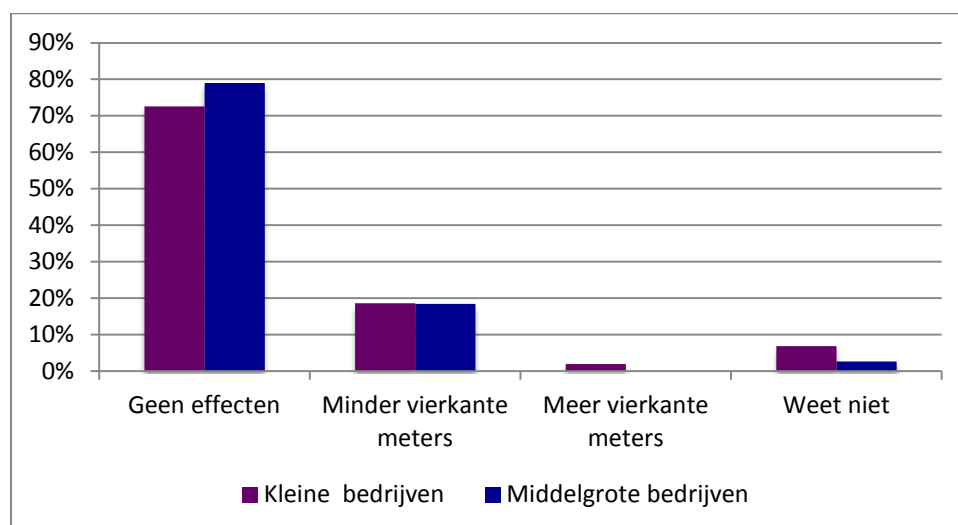


Bron: eigen bewerking

6.1.1 Effecten

De effecten van HNW op de huisvesting zijn tot nu toe beperkt. Ongeveer 18% van de kleine en middelgrote bedrijven geeft aan dat zij door toedoen van HNW minder vierkante meters in gebruik hebben. Het merendeel van de ondervraagden ziet nog geen effecten van HNW op de huisvesting. Een mogelijke verklaring kan zijn dat organisaties gebonden zijn aan (lang)lopende huurcontracten die geen mogelijkheden bieden tot reductie van het gehuurde vloeroppervlak. De verwachting is dat de effecten op grote schaal pas in de komende jaren merkbaar zullen worden, omdat veel HNW-projecten nog maar recentelijk zijn opgestart.

Figuur 6 Wat zijn de effecten van Het Nieuwe Werken op de huisvesting tot nu toe?

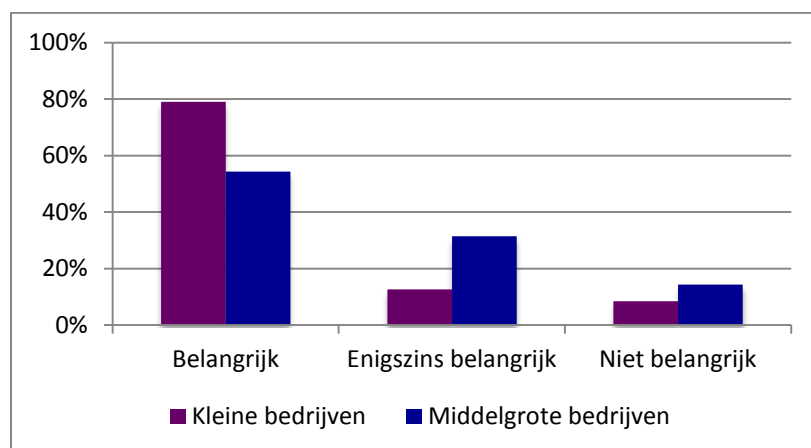


Bron: eigen bewerking

6.1.2 Stimuleren HNW

Er is een aantal belangrijke redenen waarom bedrijven en organisaties HNW stimuleren. Voor bijna 80% van de ondervraagde kleine bedrijven, die al volgens HNW-principes werken, is efficiënter werken een van de belangrijkste drijfveren. Een ruime meerderheid van de middelgrote bedrijven deelt deze mening. Nog eens 31% van de middelgrote bedrijven neemt efficiënter werken mee in het keuzeproces rond HNW.

Figuur 7 Efficiënter werken

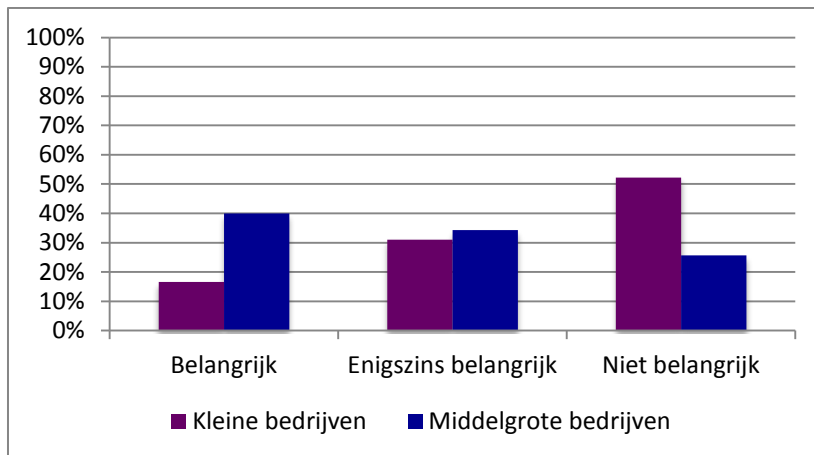


Bron: eigen bewerking

HNW heeft in meerdere opzichten een positieve invloed op het milieu. Denk hierbij aan: lagere CO₂-uitstoot, minder benodigd vloeroppervlak, lagere energiekosten, minder woon-werkverkeer (daling van de autokilometers) et cetera. Voor ruim een derde van de kleine bedrijven is zorg voor het milieu een belangrijke reden voor HNW. Bij de middelgrote bedrijven die al volgens HNW-principes werken, is dat een kwart. Ruim de helft van de ondervraagde middelgrote bedrijven geeft aan milieu enigszins belangrijk te vinden.

Het terugdringen van ziekteverzuim speelt een grotere rol bij middelgrote bedrijven dan bij kleine bedrijven in de keuze voor het stimuleren van HNW. Ongeveer 17% van de kleine bedrijven geeft aan dit belangrijk te vinden. Voor de middelgrote bedrijven geldt dat 40% een lager ziekteverzuim een belangrijke drijfveer vindt voor het stimuleren van HNW.

Figuur 8 Lager ziekteverzuim

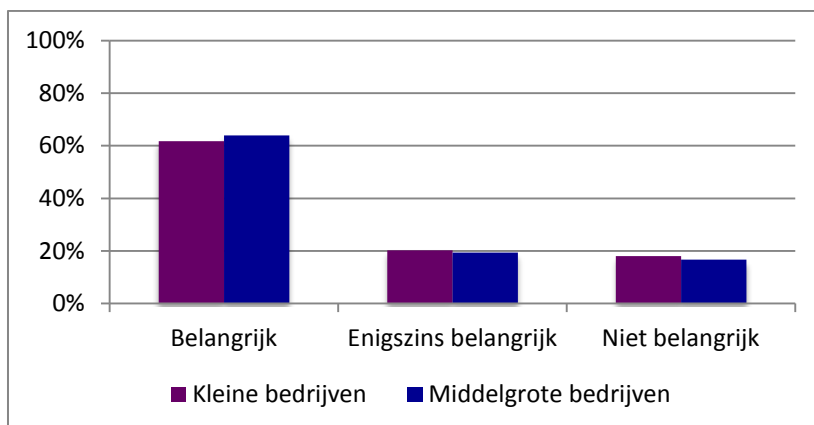


Bron: eigen bewerking

Uit het onderzoek *belemmerd aan het werk* uitgevoerd door het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) blijkt, dat mensen die een hoge mate van zelfstandigheid in hun werk hebben, zich minder vaak ziek melden dan hun collega's. Hoe meer autonomie, hoe lager het ziekteverzuim. Voor bijna 60% van de kleine bedrijven is het behoud van personeel geen reden om HNW te stimuleren. De middelgrote bedrijven daarentegen vinden het behouden van personeel wel degelijk een belangrijke reden om HNW in te voeren. Ruim 55% van de ondervraagde middelgrote bedrijven deelt deze mening.

Kortere reistijden is voor ruim 60% van alle ondervraagden bedrijven eveneens een belangrijke reden om HNW te stimuleren. HNW brengt een vermindering van de reisbewegingen van medewerkers met zich mee. Als er gereisd moet worden, biedt HNW de mogelijkheid files en spijtijden te mijden.

Figuur 9 Kortere reistijden

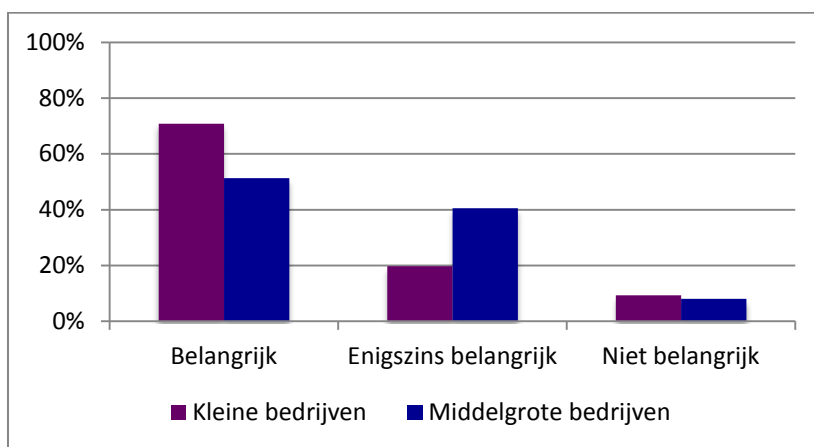


Bron: eigen bewerking

Vermindering van de huisvestingskosten is voor bijna 40% van alle ondervraagde bedrijven en organisaties een belangrijke reden om HNW te stimuleren. Vermindering van de huisvestingskosten wordt vooral verwezenlijkt met nieuwe, efficiënte werkplekconcepten. Ter illustratie: bij KPN moest de invoering van HNW leiden tot een omvangrijke inkrimping van het aantal kantoren en van het gebruik van het aantal vierkante meters per persoon. KPN heeft momenteel een vermindering van de huisvesting gebonden kosten met 30% bereikt. Het gemiddelde ruimtegebruik is teruggebracht tot 6,2 m² nuttige ruimte per persoon (Twynstra Gudde, 2010).

Tot slot wordt een betere balans tussen werk en privé door 71% van de kleine bedrijven als belangrijk ervaren in de keuze om HNW te stimuleren. Dit geldt ook voor ruim 50% van de middelgrote bedrijven. Ongeveer 40% van de middelgrote bedrijven vindt een betere balans tussen werk en privé enigszins belangrijk en neemt dit dan ook mee in de overwegingen.

Figuur 10 Betere balans tussen werk en privé



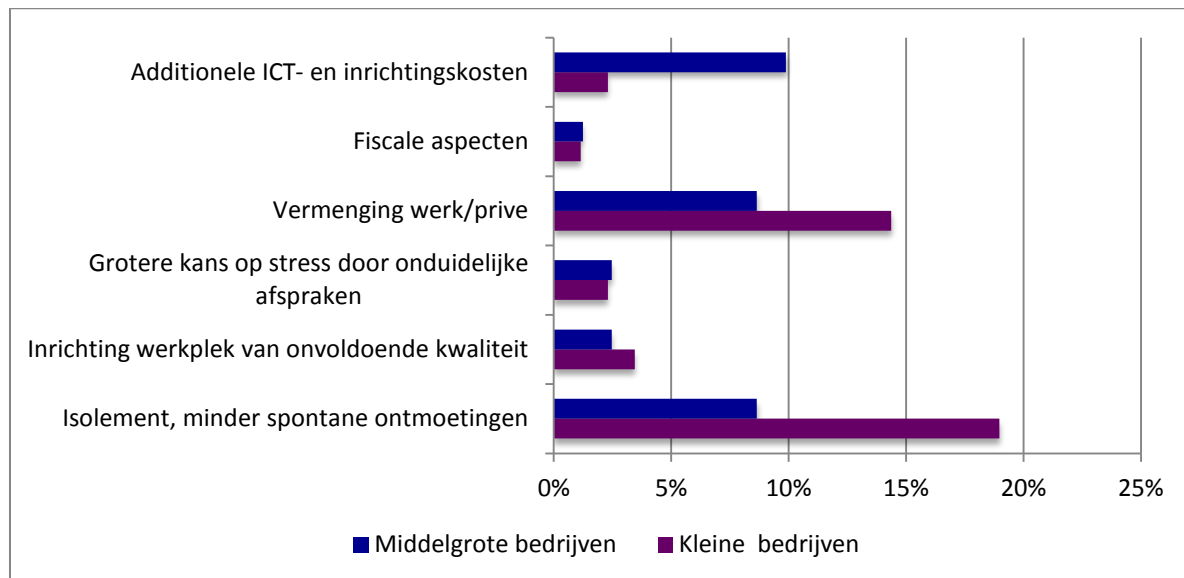
Bron: eigen bewerking

6.1.3 Niet stimuleren HNW

Onderzoek van TNS Nipo (2011) toont aan, dat flexibel kunnen werken voor meer dan de helft van de werkende Nederlanders een belangrijke of doorslaggevende voorwaarde is bij het zoeken naar een nieuwe baan.

Andersom: ook om personeel vast te houden blijkt flexibel werken belangrijk. Als dat niet mogelijk is, ziet een kwart van de mensen dat als reden om misschien op zoek te gaan naar een andere baan. 'De organisatie die geen mogelijkheden biedt voor flexibel werken, krijgt geen nieuw talent', is dan de harde maar logische conclusie.

Figuur 11 Wat zijn de belangrijkste redenen waarom bedrijven niet volgens Het Nieuwe Werken principe werken?



Bron: eigen bewerking

Er zijn overigens altijd organisaties en sectoren waarop de principes van HNW niet van toepassing zijn. Denk bijvoorbeeld aan de hulpdiensten, ziekenhuizen, de bouw, de detailhandel. Sommige bedrijven en organisaties geven aan bezwaar te hebben tegen HNW. Men noemt bijvoorbeeld dat het gezin en de sociale activiteiten er juist meer onder zouden lijden, in plaats van minder. Doordat mensen geïsoleerd werken, vaak ook 's avonds, lopen ze een verhoogd risico op een burn-out, zo stelt dr. Pascal Peters van de Radboud Universiteit te Nijmegen in een van haar onderzoeken.

Werknemers hebben bij het HNW minder formele verplichtingen. Maar de aanwezigheid op kantoor heeft ook veel 'verborgen' voordelen. Een stimulerende omgeving en teamwork dagen werknemers bijvoorbeeld uit om zich te ontwikkelen. Volgens recent promotieonderzoek van arbeids- en organisatiepsychologe Etty Wielenga-Meijer is het gevaar van te veel vrijheid dat de leercurve van de werknemer daalt.

Uit het gebruikersonderzoek blijkt dat er 3 belangrijke redenen voor bedrijven en organisaties zijn om niet volgens HNW principe te werken. Ten eerste is dat de ongeschiktheid ervoor van het type werk. Zowel kleine bedrijven (40%) als middelgrote bedrijven (60%) geven dit aan. De tweede reden om niet te kiezen voor HNW wordt genoemd door kleine bedrijven: er vinden minder spontane ontmoetingen plaats, denken ze, en medewerkers lopen de kans in een isolement te raken.

Uit een ander onderzoek blijkt dat voor 63 procent van de werknemers het missen van de collega's een reden is om niet thuis te werken. Ook het zelf niet 'zichtbaar' zijn voor collega's, wordt door velen als onprettig ervaren.

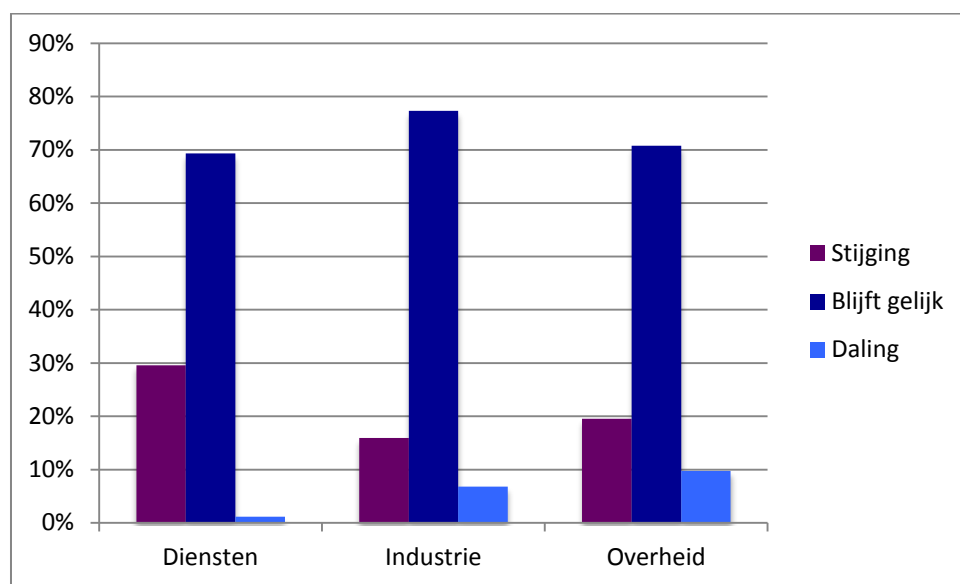
Tot slot geldt voor de kleine bedrijven (14%) en voor de middelgrote bedrijven (9%) de vermenging van werk en privé als een negatief gevolg van HNW. Uit onderzoek van het Platform voor de Informatiesamenleving (ECP-EPN) blijkt dat een groot deel van de werknemers buiten reguliere arbeidstijden bereikbaar is voor collega's via telefoon en e-mail. Dit kan leiden tot vergaande vermenging van werk en privé. Zo vindt 10% dat het privéleven

eronder lijdt en voelt een kwart zich onrustig als hij buiten reguliere werktijd onbereikbaar is. De emotionele betrokkenheid van de medewerkers bij het werk heeft tot gevolg dat het werk continu een rol speelt in hun leven.

6.1.4 Toekomstverwachting

De toekomstverwachting betreffende HNW is voor zowel de kleine als de middelgrote bedrijven positief. Een deel van de ondervraagde bedrijven verwacht een verdere uitbreiding van HNW binnen de organisatie. Voor ruim driekwart van de kleine bedrijven en ruim 60% van de middelgrote bedrijven geldt echter dat zij verwachten dat HNW en de invloed ervan op de organisatie gelijk blijft. De bedrijven in de dienstensector zijn positiever wat betreft de toekomstverwachting omtrent HNW en de invloed ervan op de organisatie. Ongeveer een derde van de bedrijven in dienstensector ziet HNW in de toekomst van meer betekenis worden voor hun organisatie. De industrie (77%) daarentegen verwacht dat de invloed van HNW binnen de organisatie nihil blijft.

Figuur 12 Wat is de toekomstverwachting?



Bron: eigen bewerking

Met betrekking tot de huisvesting voorziet ruim 80% van alle ondervraagden tot circa 10% te kunnen besparen op de huisvesting. Volgens Henk Seij, directeur van kantoorhuisvestingsspecialist Desenco, kunnen bedrijven zelfs tot wel 30% besparen op hun huisvesting. Uit onderzoek van Twynstra Gudde blijkt dat de huisvesting gebonden kosten per persoon met 25-30% per jaar kunnen dalen vanwege de lagere benodigde kantooroppervlakte per persoon in HNW-kantooromgevingen. Kleine bedrijven (41%) verwachten ook dat de indeling van kantoren gaat veranderen, voornamelijk de kantoortuinen zullen volgens hen minder interessant worden. De middelgrote bedrijven (48%) verwachten dat het kamerkantoor (1-3 werkplekken) minder interessant wordt.

6.2 Conclusie

Er zijn een aantal belangrijke zaken die uit de resultaten van de enquête kunnen worden opgemaakt:

Ten eerste: de invloed van HNW binnen de organisatie van bedrijven zal de komende jaren toe gaan nemen. HNW kan bedrijven in de komende jaren een besparing opleveren van circa 10% op de totale huisvestingslasten. Ter illustratie: de gemiddelde gerealiseerde huurprijs voor kantoorruimte in de stadsregio is circa 140 euro per m² per jaar. Voor een gemiddelde kantoorgebruiker met 1.000 m² verhuurbaar vloeroppervlak (v.v.o.) in gebruik, betekent dit een jaarlijkse huursom van €140.000,-. Bij een vraaguitval van 10% wordt de huidige gehuurde oppervlakte teruggebracht tot 900 m². Derhalve levert dit een jaarlijkse besparing op van €14.000,- op van alleen de huurlasten. Naar rato zullen ook de overige huisvestingslasten dalen. Bij gebruikers met omvangrijkere kantoorruimten hebben we het over aanzienlijk grotere besparingen.

Het tweede belangrijk aspect wordt gevormd door de veranderingen in vestigingsplaatseisen van bedrijven. In het kader van dit onderzoek is het juist van belang te weten of Het Nieuwe Werken van invloed is op de ruimtelijke strategiekeuze van bedrijven? We kunnen op basis van het gebruikersonderzoek concluderen dat voor kantoorhoudende bedrijven een aantal argumenten steeds belangrijker wordt bij de keuze van een nieuwe vestiging in de stadsregio. Die argumenten zijn: de bereikbaarheid met het openbaar vervoer, de aansluiting op het hoofdwegennetwerk, het aanbod van kwalitatief hoogwaardige kantoorruimte, de nabijheid van voorzieningen en de aanwezigheid van telecommunicatiemiddelen (bijvoorbeeld glasvezel benodigd voor een goede ICT-infrastructuur). Perifere locaties zullen zich daarom naar alle waarschijnlijkheid op een negatieve manier gaan onderscheiden van de centrale gelegen kantoorlocaties en kantoorlocaties nabij OV knooppunten.

Nieuwe vergaderformules, die in dit onderzoek als een van de beste alternatieven worden beschouwd, zijn veelal gevestigd op de genoemde locaties. De verwachting is dat zij steeds meer van betekenis worden op de kantorenmarkt. Daarnaast is de verwachting dat er meer vraag ontstaat naar nieuwe, kleinschalige plekken waar zzp'ers kunnen werken en waar mensen elkaar zakelijk kunnen ontmoeten. Het traditionele kantoor met een lage bezettingsgraad en een inrichting met kamers aan gangen, met scheidingswanden et cetera zal aan belang inboeten. Wél past hierbij een nuancering: hoewel een verschuiving naar nieuwe kantoorconcepten verwacht wordt, is de vraag daarnaar nog relatief klein. Het onderzoek laat zien dat het merendeel van de kantoorhoudende organisaties tevreden is met hun huidige kantoor en de locatie waar ze gevestigd zijn.

De derde conclusie luidt, dat een groot gedeelte van de bedrijven in de stadsregio al gebruik maakt van flexplekken. Deze bedrijven verwachten ook dat HNW in de toekomst belangrijker wordt voor de organisatie, onder andere om personeel aan te trekken. Kamerkantoren en kantoortuinen worden minder interessant. Tegenwoordig hebben werknemers meerdere taken uit te voeren en werken ze meer samen. Dit vereist een aanpassing van de 'oude' kantoorinrichting met een juiste balans tussen (flex)werkplekken, vergaderruimtes, ontmoetingsplekken en plekken waar projectwerk uitgevoerd kan worden. Kortom: plekken die geschikt zijn voor de vele verschillende activiteiten van werknemers. Verwacht wordt dat veel bedrijven die fysieke aanpassingen op de huidige vestiging kunnen uitvoeren.

Als vierde conclusie noemen we de veranderende vraag naar kantoorruimte die naar verwachting consequenties heeft voor de leegstaande kantoorruimten in de Stadsregio Arnhem Nijmegen. De leegstand bedroeg in 2010 circa 200.000 vierkante meter kantoorruimte. Een deel van de kantoren op monofunctionele kantoorlocaties, die

nu leegstaan of de komende jaren leeg komen te staan, zal niet meer worden opgenomen door de markt. Oorzaak is dat ze niet meer voldoen aan de belangrijkste locationele aspecten, zoals bereikbaarheid met het openbaar vervoer, nabijheid van voorzieningen en gedegen telecommunicatiemiddelen. Ook is de indeling van deze kantoren niet flexibel. Gevreesd moet worden dat voor dit deel van de kantoren transformatie en herstructurering onvermijdelijk is – een ontwikkeling die op de hele Nederlandse kantorenmarkt zichtbaar is. HNW is daar niet de oorzaak van, maar draagt er wel aan bij.

Positief is dat er tegelijkertijd nieuwe kansen voor kantoorontwikkelingen op binnenstedelijke locaties ontstaan. Het gaat dan deels om nieuwe concepten: kleinschalig, flexibiliteit in huurvoorwaarden, gezamenlijke voorzieningen en in een stedelijke omgeving.

Op basis van de enquête kunnen we voorzichtig stellen dat Het Nieuwe Werken op het moment nog geen invloed heeft op de courantheid van de verschillende type kantoorlocaties. Echter zal dit de komende perioden steeds waarschijnlijker zijn. Niet alleen door de veranderende vestigingsplaatseisen en daarmee in verband staande ruimtelijke strategiekeuze, maar ook de nieuwe vergaderformules en het groeiende aantal flex- en thuiswerkers hebben invloed op de courantheid van de kantoorlocaties. Door een dalende opname op de kantorenmarkt en een stijgende leegstand – wat in het volgende hoofdstuk uitgebreid aan bod komt – worden monofunctionele kantoorlocaties minder interessant, waardoor de kantoorlocaties een negatieve uitstraling krijgen. Daarnaast kiezen bedrijven ervoor om de flexfactor te verhogen en thuiswerken te stimuleren, waardoor er minder kantoorruimte nodig is. Grote kantoorpanden die daarnaast nog eens op perifere locaties gelegen zijn in monofunctionele gebieden hebben een kleine kans van overleven volgens de ondernemers.

7 Kantorenmarkt

In hoofdstuk 5 is duidelijk geworden wat de invloed van Het Nieuwe Werken op de locatie, het kantoorvastgoed en de werkplekken is. Vervolgens is de vertaalslag gemaakt naar de empirie door resultaten van de enquête onder de eindgebruiker van kantoorvastgoed te analyseren. De laatste stap is het uiteenzetten van de verschillende aspecten van de regionale kantorenmarkt om vervolgens de verschillende kantoorlocaties in Arnhem en Nijmegen te beoordelen op courantheid aan de hand van de eerder gemaakte selectie locatiefactoren.

Allereerst zullen de trends en ontwikkelingen op de kantorenmarkt in het algemeen beschreven worden, gevolgd door een compacte analyse van de Nederlandse kantorenmarkt. Vervolgens is er in detail ingegaan op de situatie op de kantorenmarkt van de Stadsregio. Het laatste stadium om uiteindelijk tot een oordeel te komen wat de courantheid van de kantoorlocaties in de Stadsregio Arnhem Nijmegen betreft, bestaat uit drie onderdelen.

Allereerst zijn alle kantoorlocaties in de Stadsregio geanalyseerd op aanwezigheid van voorzieningen en bereikbaarheid. Vervolgens zijn de kantoorlocaties die bovengemiddeld scoren geanalyseerd op objectniveau door vastgoedprofessionals van MVGM Bedrijfshuisvesting, MVGM Vastgoedtaxaties, Strijbosch&Thunissen bedrijfsmakelaars te Nijmegen en door Strijbosch&Thunissen bedrijfsmakelaars te Arnhem. Deze beoordeling en de resultaten uit de enquête vormen de basis om uiteindelijk uitspraken te kunnen doen over de courantheid van de verschillende typen kantoorlocaties.

7.1 Trends en ontwikkelingen

De verwachting is dat het aantal kantoorhoudende organisaties de komende drie jaar fors gaat afnemen. Een direct gevolg is natuurlijk dat het aantal benodigde vierkante meters kantoorruimte navenant zal dalen.

Gemiddeld wordt een afname van het benodigde kantooroppervlak van 12% verwacht. Daarvan wordt 7% veroorzaakt door de afname van het aantal medewerkers; de overige 5% wordt veroorzaakt door efficiencyslagen (denk hierbij aan Het Nieuwe Werken). Daarnaast zijn er de demografische ontwikkelingen die indirect een rol (gaan) spelen op de kantorenmarkt. Op lange termijn, tot 2040, zal zowel landelijk als regionaal de groei van de beroepsbevolking afnemen. Door de concentratie van de verstedelijking in het gebied Arnhem-Nijmegen blijft de groei van de beroepsbevolking hier in de komende decennia op een iets hoger peil dan landelijk. Hierdoor steekt de regio wat betreft groeimogelijkheden in de toekomst enigszins gunstig af tegen Nederland als geheel.

Voor de kantorenmarkt op zichzelf zijn de toekomstverwachtingen tweeledig. Het kantooroppervlak zal naar verwachting met 25-30% teruglopen. Daarnaast zal het begrip ‘kantoor’ ook op een andere manier benaderd worden. De trend wordt: kantoorlandschappen met een meer open en flexibel karakter. De inrichting van werkplekken wordt steeds beter afgestemd op de aard van de uit te voeren werkzaamheden. Er zal mogelijk een grotere behoefte aan andere kantoorconcepten ontstaan, waardoor de huidige voorraad verouderd raakt en bij leegstand mogelijk niet meer opnieuw in gebruik zal worden genomen. Hierdoor zal de leegstand op de kantorenmarkt – met name de structurele leegstand – groeien.

Om aan die veranderende vraag van de eindgebruiker te kunnen voldoen en om flexibiliteit in de ruimtebehoefte van organisaties te faciliteren, blijft er op beperkte schaal behoefte aan nieuwbouw bestaan. De bouw van nieuwe kantoren moet wel zeer selectief, gefaseerd en in nauwe afstemming met de vraagdynamiek op de markt gebeuren; anders lopen ontwikkelaars en beleggers het risico leegstand te creëren voor de toekomst. De lokale overheid moet bovendien keuzes maken waar ze nieuwbouw nog toestaat. De centrale regie moet in handen

liggen van de Rijksoverheid, met de provincies in een gebiedsgerichte regisseursrol. Tegelijkertijd zal aan de onderkant een aanzienlijk deel van de voorraad van de markt moeten worden gehaald. Dit kan bijvoorbeeld door sloop, transformatie of herbestemming.

Duurzaamheid is ook een belangrijke ontwikkeling op de kantorenmarkt. Er is namelijk grote behoefte bij eindgebruikers om zich te profileren als bedrijf dat duurzaamheid hoog in het vaandel heeft staan. Daarnaast is een 'groen' kantoorpand voor investeerders ook extra aantrekkelijk, omdat de beleggingswaarde ervan op de langere termijn hoger ligt dan die van een 'klassiek' kantoorpand. Tevens is uit onderzoek gebleken dat er een causaal verband is tussen energiezuinige kantoorpanden en leegstand. Kantoorpanden die namelijk niet voldoen aan de duurzaamheidseisen, zullen naar alle waarschijnlijkheid gaan behoren tot de structurele leegstand van de kantorenmarkt.

7.1.1 Situatie kantorenmarkt Nederland

De Nederlandse kantorenmarkt heeft sinds de val van Lehmann Brothers een forse tik gehad. De tik had een stijging van het aanbodcijfer en een drastische daling van het opnameniveau tot gevolg. De toekomstige vraag naar kantoorruimte vertoont ook een trendbreuk. De groei van dienstverlenende sectoren en de overheid stagneert onder invloed van een op termijn afnemende beroepsbevolking (vergrijzing en ontgroening). Ook risico's worden nauwkeuriger geïdentificeerd en scherper gekwalificeerd en investeringsbeslissingen worden zorgvuldiger genomen.

Het Nieuwe Werken (plaats- en tijdonafhankelijk werken in een cultuur die gebaseerd is op vertrouwen) speelt een belangrijke rol in de trendbreuk. Het Nieuwe Werken, mede mogelijk gemaakt met behulp van internettechnologie, verhoogt de effectiviteit, zo blijkt uit onderzoek. Uit het Nationaal Kantorenmarkt Onderzoek 2010 van Twynstra Gudde blijkt dat de trend er naar verwachting voor zorgt, dat de benodigde kantooroppervlakte met 25-30% afneemt. De grote, massale kantoorgebouwen in kantoorwijken worden minder interessant voor klanten. Zij zijn in toenemende mate geïnteresseerd in de kleinere, flexibele en multifunctionele kantoorruimten nabij voorzieningen en openbaar vervoer.

Wat betreft de opname en het aanbod van kantoorruimte in Nederland laat 2010 eenzelfde beeld zien als 2009. In 2010 is het landelijke opnamecijfer ten opzichte van 2009 met 3,9% gedaald tot 1.015.000 m² tegen 1.055.000 m² in 2009. Daarentegen steeg het aanbodcijfer. In totaal wordt er 1 januari 2011 6.397.000 m² kantoorruimte aangeboden, dit is een stijging van 15,7% ten opzichte van 2009. Het verschil tussen aanbod en opname van kantoorruimte is net als in 2009 groter geworden. Door de stijging van het aanbod en de daling van de opname is de markt voor kantoorruimte als zeer ruim te typeren.

Het groeimodel is ten einde gekomen en heeft plaats gemaakt voor kleinschaligheid, flexibiliteit en duurzaamheid. Op de kantorenmarkt was dit in 2010 zichtbaar aan het relatief hoge aantal verhuisbewegingen met kleine metrages, de flexibilisering van huurcontracten en duurzame nieuwbouw. Bedrijven die toch verhuizen in deze economisch mindere tijden, nemen over het algemeen minder meters op dan dat ze voordien in gebruik hadden. Reorganisaties en kostenbesparingen zijn de belangrijkste redenen voor bedrijven om te verhuizen. Daarnaast laten bedrijven die verhuizen veelal 'oudere' panden achter die moeilijker te verhuren zijn. Dit leidt in eerste instantie tot meer frictieleegstand; op de langere termijn zullen deze panden aan de structurele leegstand worden toegevoegd. Begin 2011 stond er structureel 4 miljoen vierkante meter kantoorruimte in

Nederland leeg. En door de eerder genoemde trendbreuk in de vraag naar kantoren zal deze kantoorruimte mogelijk niet meer worden opgenomen door de markt.

7.1.2 Situatie kantorenmarkt Stadsregio

De focus van dit onderzoek ligt op de stadsregio Arnhem Nijmegen, specifiek de kantorenmarkt. Het is daarom van belang dat de verschillende facetten van de kantorenmarkt helder uiteengezet worden, zodat het voor een ieder duidelijk is wat de situatie is op dit moment en hoe de kantorenmarkt zich ontwikkelt. Aan de hand van de opname, het aanbod, de leegstand, het prijsniveau en het aantal transacties is de situatie van de kantorenmarkt geschetst.

7.1.2.1 Aanbod

Het aanbod kantoorruimte in Arnhem is op 1 januari 2011 ruim 186.000 m². Afgelopen drie jaar laten vrijwel alle deelgebieden in Arnhem een stijging van het aanbod noteren. Afgelopen jaar is het aanbod in Arnhem Oost het hardst gestegen (met 11.600 m²): van 40.800 m² naar 52.400 m² kantoorruimte. Het aanbod op de Arnhemse kantorenmarkt bestaat uit 124 objecten met een metrage van meer dan 250 m². Het centrum van Arnhem kent niet alleen het grootste aanbod wat vierkante meters betreft (55.900 m²) maar ook wat betreft het aantal objecten (25). Het centrum wordt op de voet gevolgd door Arnhem Zuid (16), Arnhem Oost (15) en Arnhem Noord (13). Tot slot worden er 3 objecten aangeboden in Arnhem West. Bij het totale aanbod kantoorruimte in Arnhem (186.305 m²) is de verhouding bestaande bouw/nieuwbouw ten opzichte van 1 januari 2010 vrijwel onveranderd gebleven. Op 1 januari van 2011 is de verhouding 92%-8% (2010: 91%-9%).

Tabel 11 Aanbod kantoorruimte per deelgebied in Arnhem

	1-1-2008	1-1-2009	1-1-2010	1-1-2011	
Arnhem Centrum	37.400	27.500	47.400	55.219	+16,5%
Arnhem Noord	26.300	22.600	26.500	30.471	+15,0%
Arnhem Oost	49.200	32.300	40.700	54.876	+34,8%
Arnhem West	7.100	1.300	400	1.385	+246,3%
Arnhem Zuid	30.500	27.900	39.400	44.354	+12,5%
Totaal	150.500	111.600	154.400	186.305	+20,7%

Bron: eigen bewerking

Het aanbod kantoorruimte in Nijmegen (67.400 m²) is ten opzichte van 2009 met 8,2% gestegen. Nijmegen Brabantse Poort laat met ruim 9.000 m² (-24,7%) de grootste daling van het aanbod zien. Dit valt te verklaren doordat de top-3-transacties van 2010 in dit deelgebied hebben plaatsgevonden. Tevens valt op dat het aanbod in Nijmegen Centrum is toegenomen naar 17.000 m². Het aantal objecten dat in Nijmegen wordt aangeboden is in 2010 afgenomen van 89 naar 80. Hiervan is 25% groter dan 1.000 m². Het grootste object dat aangeboden wordt omvat 8.000 m². Het totale aanbod kantoorruimte in Nijmegen bestaat voor circa 95% uit bestaande bouw en voor circa 5% uit nieuwbouw.

Tabel 12 Aanbod kantoorruimte per deelgebied in Nijmegen

	1-1-2008	1-1-2009	1-1-2010	1-1-2011	
Nijmegen Centrum	15.900	15.200	5.700	17.000	+198,2%
Nijmegen Oost	4.600	5.800	5.100	4.300	-15,7%
Nijmegen West	9.100	12.400	14.200	18.000	+26,8%
Nijmegen Zuid	34.800	25.000	37.300	28.100	-24,7%
Totaal	64.400	58.400	62.300	67.400	+8,2%

Bron: eigen bewerking

7.1.2.2 Opname

De opname van kantoorruimte in Arnhem bevindt zich sinds 2008 - vlak na het uitbreken van de financiële crisis - in een neerwaartse spiraal. In het topjaar 2008 werd er nog 84.500 m² kantoorruimte opgenomen. In 2009 is het opnameniveau al gedaald met 39,2% naar ruim 51.000 m². Voor 2010 geldt dat de opname van kantoorruimte is blijven steken op 22.000 m², dit is een halvering ten opzichte van 2009. Met name de deelgebieden Arnhem Centrum en Arnhem West laten een minder gunstig beeld zien. Hier is respectievelijk circa 1.600 m² en circa 3.000 m² kantoorruimte opgenomen door de markt. In vergelijking met 2009 is dit een daling van bijna 85% in beide deelgebieden. De kanttekening die geplaatst dient te worden bij het opnameniveau van Arnhem West is dat in 2009 Tennet nog 20.000 m² bij heeft gehuurd in dit deelgebied.

Tabel 13 Opname kantoorruimte per deelgebied in Arnhem

	2007	2008	2009	2010	
Arnhem Centrum	15.400	24.800	10.101	55.219	-84,2%
Arnhem Noord	14.600	17.900	4.386	30.471	+25,4%
Arnhem Oost	7.100	29.700	4.311	54.876	+55,4%
Arnhem West	5.600	9.000	21.371	1.385	-86,0%
Arnhem Zuid	3.800	3.100	11.191	44.354	-53,5%
Totaal	46.500	84.500	154.400	186.305	-57,2%

Bron: eigen bewerking

Wat de verdere opname betreft valt Arnhem Centrum op door de beperkte opname in dit deelgebied. Dit is enigszins vreemd te noemen, omdat uit onderzoek blijkt dat juist kantoren op centrumlocaties met optimale,

multimodale bereikbaarheid in een multifunctioneel gebied erg in trek zijn. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat een deel van de beschikbare kantoorruimten niet voldoet aan de kwaliteitseisen van de potentiële kantoorgebruikers, waaronder duurzaamheid en indeelbaarheid van een kantoorpand.

Opmerkelijk is dat in Arnhem het aantal transacties hetzelfde is gebleven als in 2009, hoewel er wel aanzienlijk minder kantoorruimte opgenomen is door de markt; de transactiegrootte is dus kleiner dan voorgaande jaren. Normaliter vinden er in Arnhem één of 2 grote transacties ($> 5.000 \text{ m}^2$) plaats. Een verklaring voor het uitblijven van de grotere transacties zou kunnen zijn dat als gevolg van de economische situatie er in de huidige markt met name een verplaatsingsbehoefte bestaat en geen uitbreidingsbehoefte. Door onder andere reorganisaties is de vervangingsbehoefte wat betreft omvang (m^2) ook beperkter geworden. De opnamedaling wordt mede veroorzaakt door het uitblijven van deze omvangrijke transacties. Voor 2010 betekent dit een transactiegrootte van gemiddeld 760 m^2 ; in 2009 was dit nog circa 1.775 m^2 .

Nijmegen kende een relatief goed jaar wat betreft de opname van kantoorruimte in 2010. Er is 30.500 m^2 kantoorruimte opgenomen, dit is bijna een verdubbeling ten opzichte van 2009 (16.700 m^2). Positieve uitschieters in Nijmegen zijn deelgebieden Nijmegen Brabantse Poort (19.200 m^2) en Nijmegen Centrum (6.100 m^2). Deze deelgebieden nemen tezamen bijna 85% van de totale opname in de regio Nijmegen voor haar rekening.

Tabel 14 Opname kantoorruimte per deelgebied in Nijmegen

	2007	2008	2009	2010	
Nijmegen Centrum	2.800	4.900	2.600	6.100	+134,6%
Nijmegen Oost	2.000	1.500	5.200	2.700	-48,1%
Nijmegen West	3.900	3.900	1.200	2.500	+108,3%
Nijmegen Zuid	11.700	14.000	7.700	19.200	+149,4%
Totaal	25.300	20.400	16.700	30.500	+82,6%

Bron: eigen bewerking

Het aantal transacties is in 2010 ook gestegen. Zijn er in 2009 nog 29 transacties gedaan, in 2010 is dit aantal gestegen naar 39. Opvallend is dat de top-3 van de grootste transacties alle in deelgebied Nijmegen-Zuid plaats hebben gevonden. De grootste transactie, circa 5.000 m^2 kantoorruimte, kwam voor rekening van Alliander. Strukton Rail Regio BV (4.000 m^2) en Scholten Awater (3.000 m^2) completeren de top-3. De gemiddelde transactiegrootte is ten opzichte van 2009 (575 m^2) met 36% toegenomen tot 782 m^2 .

7.1.2.3 Leegstand

Arnhem kende op 1 januari 2011 een leegstand op de kantorenmarkt van 151.227 m^2 . In vergelijking met 2009 (130.900 m^2) is dit een stijging van 15,5%. Deze leegstand is onder te verdelen in frictie- en langdurige leegstand. Frictieleegstand houdt in dat de kantoorruimte minder dan 1 jaar leegstaat. Hieronder vallen

bijvoorbeeld ook de nieuwbouwprojecten die op risico gebouwd zijn en momenteel nog leegstaan. De frictieleegstand op de Arnhemse kantorenmarkt is in vergelijking met 2009 (53.800 m²) met ruim 34% afgenomen naar 35.152 m². De overige leegstand valt in de categorie langdurige leegstand (>1 jaar). In Arnhem behelst dit 116.075 m² kantoorruimte. Dit is een stijging van circa 50% ten opzichte van 2009 (77.100 m²). Van deze langdurige leegstand staat 48.746 m² structureel leeg. Dit betekent dat deze kantoorruimte al langer dan 3 jaar niet meer is opgenomen door de markt. Circa 5% van de totale voorraad kantoorruimte van Arnhem staat dus structureel leeg (2009: 3,6%). De structurele leegstand zal door toedoen van demografische ontwikkelingen (vergrijzing en dalende beroepsbevolking), veranderende werkprocessen (Het Nieuwe Werken) en technologische vernieuwingen (voortschrijdende automatisering) waarschijnlijk verder oplopen. Als er geen actie wordt ondernomen, zullen deze leegstaande vierkante meters ook niet meer opgenomen worden door de markt.

In Nijmegen stond op 1 januari 2011 circa 47.210 m² kantoorruimte leeg. Dit is een stijging van circa 2.110 m² (+4,7%) ten opzichte van 2009, toen er nog circa 45.100 m² kantoorruimte leegstond. Ongeveer 17.426 m² behoort tot de categorie frictieleegstand. Dit is een daling van circa 6.500 m² (-27,4%) in zichtbaar. In 2009 stond er namelijk 9.000 m² kantoorruimte structureel leeg. Dit is een stijging van ongeveer 45% in 1 jaar tijd. De kanttekening die hier geplaatst dient te worden is dat de Nijmeegse kantorenmarkt een ad-hoc markt is. Hiermee wordt bedoeld dat door toedoen van een grote opname of vergroting van het aanbod de cijfers omhoog dan wel omlaag schieten en daarmee een vertekend beeld geven.

7.1.2.4 Prijsniveau

De hoogst gerealiseerde huurprijzen in Arnhem komen voor rekening van het stationsgebied. Daar zijn huurprijzen tot 180 euro per m² per jaar (exclusief btw) niet ongewoon. De mediane huurprijs voor Arnhem is 140 euro per m² per jaar (exclusief btw). Het stationsgebied spant de kroon met 160 euro per m² kantoorruimte. In de overige deelgebieden liggen de huurprijzen ongeveer op een vergelijkbaar niveau (145 tot 150 euro).

Tabel 15 Mediane huurprijzen per deelgebied in Arnhem en Nijmegen

	2009	2010
Nijmegen Centrum	€ 150	€ 150
Nijmegen Oost	€ 120	€ 115
Nijmegen West	€ 120	€ 120
Nijmegen Zuid	€ 92	€ 95
Arnhem Centrum	€ 175	€ 160
Arnhem Noord	€ 150	€ 140
Arnhem Oost	€ 150	€ 150
Arnhem West	€ 165	€ 140
Arnhem Zuid	€ 150	€ 135

Bron: eigen bewerking

De huurprijzen in Nijmegen liggen in vergelijking met Arnhem op een lager niveau. In Nijmegen Centrum worden tophuurprijzen gerealiseerd van 170 euro per m² per jaar (exclusief btw). De huurprijzen in de overige

deelgebieden liggen tussen 95 en 120 euro. De trend op het gebied van huurprijzen zien we ook in 2010 terugkomen. De huurprijzen op zichzelf worden in vergelijking tot de vastgoedmarkt minder transparant. Dit komt onder andere door de incentives die er gegeven worden aan huurders. Incentives zijn maatregelen die een potentiële huurder (of koper) moeten overhalen het object te huren zonder dat er grote concessies moeten worden gedaan aan de huurprijs. Incentives zijn er in verschillende vormen zoals een huurvrije periode, investeringsbijdrage aan het gehuurde of verhuiskostenvergoeding. Door het geven van incentives blijft de huurwaarde van het vastgoedobject gehandhaafd en kunnen verhuurders de potentiële huurder of koper toch een interessant aanbod doen.

7.2 Deelconclusie

De kantorenmarkt staat er slecht voor en de verwachting is dat er de komende jaren nauwelijks verbetering optreedt. Zowel landelijk als in de stadsregio Arnhem Nijmegen is er een steeds groter wordend gat tussen de opname van kantoorruimte en het aanbod. Daarnaast is er een stijgende leegstand en ontstaat er een verschuiving van frictie leegstand naar structurele leegstand van kantoorruimte op locaties aan de periferie van de stad. Tevens spelen duurzaamheidseisen, flexibiliteit, (huur)prijsdruk en demografische ontwikkeling een belangrijke rol in de verschraling van de kantorenmarkt. Dit alles wordt nog eens versterkt door de gevolgen van de financiële crisis zoals bezuinigingen en faillissementen van bedrijven. Daarentegen zijn de ontwikkelingen in Brabantse Poort, Arnhem Centrum en Nijmegen Centrum enigszins positief, omdat hier wordt ingespeeld op de wensen van de kantoorgebruiker. Denk hierbij aan multimodale bereikbaarheid van het gebied, nabijheid van voorzieningen, hoogwaardige kwaliteit van kantoorruimten en flexibiliteit.

7.3 Courantheid

De nieuwe manier van werken heeft naast invloed op de locatie, kantoorvastgoed en werkplekken ook invloed op de locatiefactoren die organisaties meenemen in het locatiekeuze proces. Op basis van het literatuuronderzoek en de resultaten van de enquête is er in hoofdstuk 6 een selectie van locatiefactoren gemaakt. De volgende locatiefactoren behoren tot de finale lijst:

Tabel 16 Definitieve lijst locatiefactoren

Locatiefactor
Nabijheid van kennis gerelateerde instellingen
Aanwezigheid van voldoende gekwalificeerd personeel
Externe onderwijsvoorzieningen
Digitale bereikbaarheid
Bereikbaarheid met het openbaar vervoer
Bereikbaarheid met de auto
Voorzieningenniveau
Aantrekkelijk verblijfsgebied/levendigheid omgeving
Kwaliteit direct omgeving/aantrekkelijke ligging
Interne verkeersstructuur/hoofdindeling gebouwen
Aanpasbaarheid ruimte/flexibel ruimtegebruik
Afwerkingsniveau kantoorruimten
Duurzaamheid

Bron: Eigen bewerking

7.3.1 Algemene beoordeling

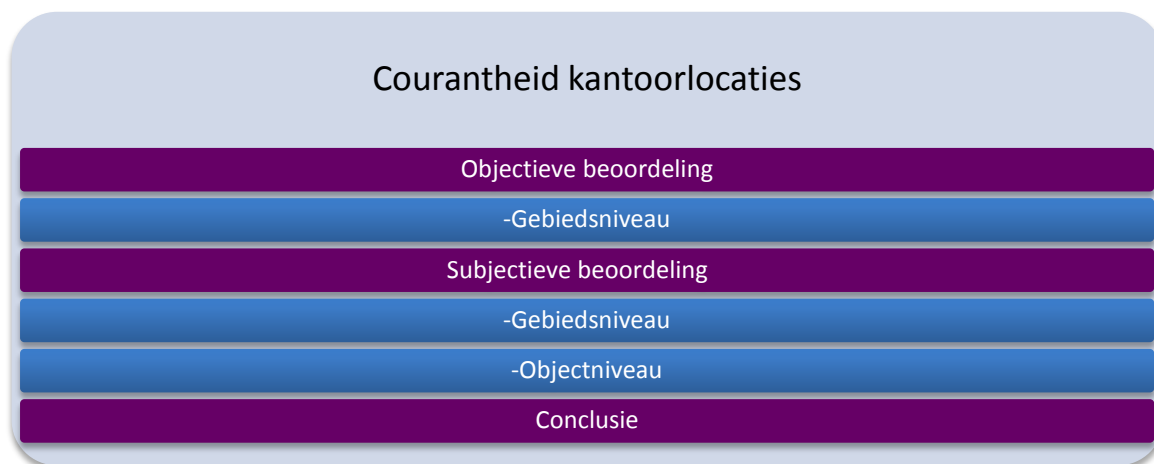
Voor een aantal locatiefactoren is in dit onderzoek aangenomen dat ze wel belangrijk zijn in het locatiekeuzeproces, maar een evenredige invloed hebben in het gehele onderzoeksgebied. Het gaat om de volgende locatiefactoren: nabijheid van kennis gerelateerde instellingen, aanwezigheid van voldoende gekwalificeerd personeel, externe onderwijsvoorzieningen en digitale bereikbaarheid. Door de aanwezigheid van de Radboud Universiteit in Nijmegen, het Universitair Medisch Centrum, de HAN met vestigingen in zowel Arnhem als in Nijmegen en verschillende ROC's in Arnhem en in Nijmegen is tevens aangenomen dat de kennis gerelateerde onderdelen een evenredige invloed hebben op de locatiekeuze van bedrijven in de gehele Stadsregio. Al deze instellingen leveren een belangrijke bijdrage aan de kenniseconomie in de Stadsregio en door de onderlinge samenwerking ontstaan er spin-offs in de verschillende gebieden.

De digitale bereikbaarheid in de Stadsregio is in de stedelijke gebieden op hetzelfde niveau. Een breedbandnetwerk zorgt ervoor dat de regio digitaal uitstekend bereikbaar is. Alleen het gebied tussen Arnhem en Nijmegen dient nog met elkaar verbonden te worden. De Stichting Telematica KAN werkt hier actief aan en de verwachting is dat de uitbreiding in 2020 is voltooid. Dit heeft echter geen consequenties voor de kantoorlocaties want die zijn reeds aangesloten op dit netwerk.

7.3.2 Beoordeling kantoorlocaties

Vervolgens is de voorgaande lijst gebruikt om de verschillende kantoorlocaties in de stadsregio Arnhem Nijmegen te beoordelen op courantheid. De beoordeling van de kantoorlocaties bestaat uit 3 onderdelen:

Tabel 17 Beoordelingsniveaus



Bron: Eigen bewerking

Organisaties bepalen eerst het gebied waar ze zich willen huisvesten alvorens ze over gaan naar de keuze voor het object. Daarom zijn eerst de diverse kantoorlocaties in de Stadsregio Arnhem Nijmegen beoordeeld op basis van bereikbaarheid en het voorzieningenniveau. Het literatuuronderzoek en de resultaten van de enquête tonen namelijk aan dat dit belangrijke aspecten op gebiedsniveau zijn die bedrijven meenemen wanneer zij de locatiekeuze bepalen. Op basis van de eindscore van dit onderdeel zijn een aantal kantoorlocaties niet meer relevant als het gaat om Het Nieuwe Werken en kunnen deze kantoorlocaties als incourant worden bestempeld. Vervolgens hebben zes vastgoedprofessionals uit de Stadsregio Arnhem Nijmegen de verschillende kantoorlocaties beoordeeld op de zachte locatiefactoren, namelijk aantrekkelijk verblijfsgebied/levendigheid omgeving en op kwaliteit directe omgeving/aantrekkelijke ligging. Tevens hebben zij een beoordeling van het totale aanbod kantoorruimten op objectniveau gegeven. De volgende aspecten zijn bij de beoordeling meegenomen: Interne verkeersstructuur, flexibiliteit, afwerkingsniveau en duurzaamheid. Op basis van het literatuuronderzoek, de resultaten uit de enquête en de analyse van de kantoorlocaties zijn de conclusies getrokken.

7.3.3 Gebiedsniveau

Bereikbaarheid is onderverdeeld in bereikbaarheid per bus, te voet en met het eigen vervoer. De afstand van het dichtstbijzijnde treinstation tot het centrale punt van de kantoorlocatie is (in minuten) in een tabel opgenomen, zowel te voet als per bus. Vervolgens is de ontsluiting van het gebied in kaart gebracht door (in minuten) te meten wat de afstand is vanaf het centrale punt van de kantoorlocatie tot de dichtstbijzijnde op- en afrit van de snelweg. Ieder subonderdeel heeft een score toegewezen gekregen (1 'zeer slecht' tot en met 5 'zeer goed') en het gemiddelde van de subonderdelen tezamen geeft de bereikbaarheid van een kantoorlocatie weer.

De **voorzieningen** zijn onderverdeeld in winkelveorzieningen (non-food), cafés en restaurants (food) en sportschool en kinderopvang. Het aantal voorzieningen per gebied heeft een score gekregen van 1 ‘zeer slecht’ tot en met 5 ‘zeer goed’ en is in een tabel weergegeven.

Tabel 18 Waarderingstabel

	Ze er slecht (1)	Slecht (2)	Matig (3)	Goed (4)	Ze er goed (5)
Bereikbaarheid					
Auto --> A-weg	>20 min	15-20 min	10-15 min	5-10 min	<5 min
Bus --> Centraal Station	>20 min	15-20 min	10-15 min	5-10 min	<5 min
Te voet --> Centraal Station	>20 min	15-20 min	10-15 min	5-10 min	<5 min
Bus --> Voorstation	>20 min	15-20 min	10-15 min	5-10 min	<5 min
Te voet --> Voorstation	>20 min	15-20 min	10-15 min	5-10 min	<5 min
Voorzieningen					
Food	0	1-2	3-4	5-6	>6
Sportschool	0	1	2	3	>4
Kinderopvang	0	1	2	3	>4
Non-Food	0	1-5	5-10	10-15	>15

Bron: eigen bewerking

7.3.4 Objectniveau

Om een duidelijk beeld te krijgen van de objecten die worden aangeboden op de geselecteerde kantoorlocaties in de Stadsregio is het totale aanbod per locatie geanalyseerd. Ieder pand is op vier aspecten beoordeeld met een rapportcijfer van 1 ‘zeer slecht’ tot en met 5 ‘zeer goed’. De gemiddelde score van de vastgoedprofessionals op de vier aspecten geeft de courantheid/kwaliteit van het pand weer. Het gemiddelde van alle panden in een bepaalde kantoorlocatie geeft uiteindelijk de beoordeling van die kantoorlocatie weer. De volgende locatiefactoren zijn gericht op objectniveau, met daaronder de punten waar de vastgoedprofessionals het aspect op beoordeeld hebben:

Interne verkeersstructuur/hoofdindeling gebouwen

-het aantal sanitaire voorzieningen/pantry's per verdiepingsvloer en de ligging ervan;

wanneer er 1 sanitaire voorziening en 1 pantry in de kern van de verdiepingsvloer/pand gelegen zijn betekent dit, afhankelijk van de oppervlakte van de verdiepingsvloer dat medewerkers een relatief grote afstand moeten overbruggen. De vastgoedprofessional schat op basis van zijn kennis en ervaring in wat de kantoorgebruiker het ideale aantal en de ideale ligging van sanitaire voorzieningen en pantry's vindt.

-het aantal trappenhuizen/liften en de ligging ervan;

wanneer er 1 trappenhuis en 1 lift in de kern van het pand gelegen zijn betekent dit, afhankelijk van de oppervlakte van de verdiepingsvloer dat medewerkers een relatief grote afstand moeten overbruggen. De vastgoedprofessional schat op basis van zijn kennis en ervaring in wat de kantoorgebruiker het ideale aantal en de ideale ligging van trappenhuizen en liften vindt.

Aanpasbaarheid ruimte/flexibel ruimtegebruik

-open vloeren/kantoortuinen;

-cellenkantoren;

-aanpassing ruimte zonder of met aanpassing van de constructie;

De vastgoedprofessional beoordeelt dit aspect door aan te geven of de verdiepingsvloer makkelijk in te delen is. Met andere woorden, is er een mogelijkheid om grote open kantoortuinen te creëren door de gebruiker zonder de constructie van het pand aan te passen.

Afwerkingsniveau kantoorruimten

-staat van onderhoud interieur/exterieur;

-houten kozijnen/kunststof kozijnen;

-zijn de eventueel aanwezige inbouwpakketten standaard of luxe.

Het afwerkingsniveau van het object is beoordeeld op basis van het onderhoudsniveau van zowel het interieur als de gevel. Met name het onderhoudsniveau van de houten of kunststof kozijnen speelt een rol. Tevens heeft de vastgoedprofessional de eventueel aanwezige inbouwpakketten meegenomen in de beoordeling van het afwerkingsniveau.

Duurzaamheid

- warmte/koude opslag installaties;
- regeling van de airco/topcooling of luchtbehandeling;
- mogelijkheid tot openen van ramen;
- raampartijen.

De vastgoedprofessional heeft beoordeeld of er een warmte/koude opslag aanwezig is. Daarnaast of de installaties (airco, topcooling of luchtbehandeling) aanwezig zijn en of het regelen ervan per pand of per verdiepingsvloer of per ruimte kan. Het materiaalgebruik alsmede de raampartijen spelen een belangrijke rol in het kader van duurzaamheid. Bij de raampartijen is er gekeken of de ramen te openen zijn en of de raampartijen enkel glas zijn, dubbel glas, HR+ etc.

7.3.5 Vastgoedprofessionals

Tot slot zijn er een tweetal zachte locatiefactoren op gebiedsniveau die uit het literatuuronderzoek naar voren zijn gekomen die als belangrijk worden ervaren:

Aantrekkelijk verblijfsgebied/levendigheid omgeving

Kwaliteit direct omgeving/aantrekkelijke ligging

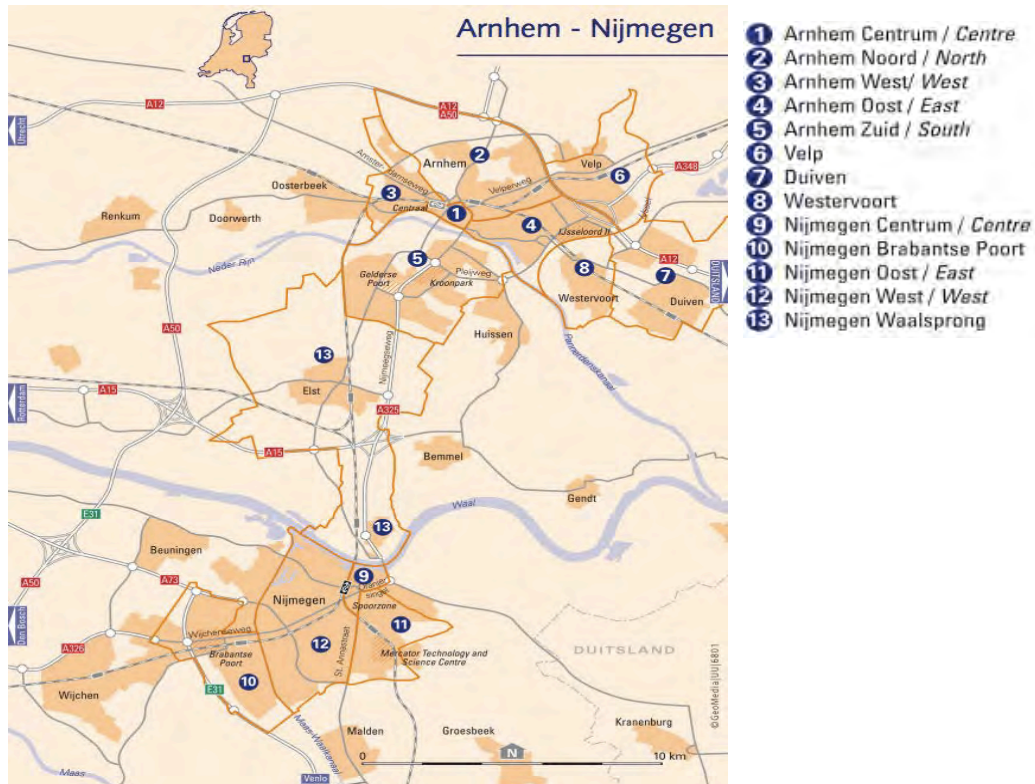
De beoordeling van de zachte locatiefactoren is tot stand gekomen tijdens gesprekken met zes vastgoedprofessionals van MVGM Bedrijfshuisvesting, Stijbosch&Thunissen Bedrijfsmakelaars en Verbeek Bedrijfsmakelaardij. De vastgoedprofessionals hebben op basis van hun kennis en ervaring iedere kantoorlocatie afzonderlijk beoordeeld op de twee bovenstaande aspecten. De kwaliteit en de ligging van de kantoorlocatie zijn bekeken vanuit de marktvraag en de trends en ontwikkelingen die er op dit moment gaande zijn. Hetzelfde geldt voor de aantrekkelijkheid en de levendigheid van de kantoorlocatie.

De uiteindelijke courantheid van de verschillende kantoorlocaties in de stadsregio Arnhem Nijmegen is een beoordeling op basis van de volgende eindcijfers: de bereikbaarheid, het voorzieningenniveau, de vier aspecten op objectniveau en de twee zachte locatiefactoren op gebiedsniveau en de analyse van de onderzoeksresultaten (enquête).

7.4 Kantoorlocaties

De eerste stap in het proces om uiteindelijk tot de beoordeling van de verschillende kantoorlocaties te komen is het afbakenen van de locaties in Arnhem en Nijmegen. Op basis van rapporten van Dynamis en MVGM bedrijfshuisvesting zijn de volgende kantoorlocaties in de Stadsregio als belangrijkste bestempeld: Arnhem Centrum, Arnhem Noord, Arnhem Zuid, Arnhem West, Arnhem Oost, Nijmegen centrum, Brabantse Poort, Nijmegen Oost en Nijmegen West. Op onderstaande kaart is te zien welke locaties dat zijn en waar deze zijn gelegen.

Afbeelding 3 Kantoorlocaties Stadsregio Arnhem Nijmegen



Bron: Dynamis Spreekende Cijfers, 2012

7.4.1 Bereikbaarheid

Bereikbaarheid van de kantoorlocatie is een belangrijk aspect in de locatiekeuze van bedrijven. Een multi modale bereikbaarheid van een gebied trekt onder andere bedrijven aan die volgens de principes van HNW werken. Om een duidelijk beeld te krijgen van de bereikbaarheid van de Stadsregio is allereerst de bereikbaarheid van Nijmegen onderzocht gevolgd door die van Arnhem.

Tabel 19 Score, bereikbaarheid kantoorlocaties, Nijmegen

	A-weg	Voorstation (bus)	Voorstation (te voet)	Centraal Station (bus)	Centraal Station (te voet)
Nijmegen Centrum	5-10 min	10-15 min	>20 min	5-10 min	5-10 min
Nijmegen Oost	15-20 min	5-10 min	10-15 min	15-20 min	15-20 min
Nijmegen West	5-10 min	>20 min	>20 min	15-20 min	15-20 min
Nijmegen Zuid	<5 min	5-10 min	5-10 min	10-15 min	>20 min

Bron: eigen bewerking

Nijmegen

Nijmegen beschikt over een centraal station en over een tweetal voorstations namelijk, Nijmegen Dukenburg en Heyendaal. Vanuit de voorstations vertrekt er twee keer per uur een sprinter naar het centraal station. De reistijd vanaf zowel Heyendaal als Nijmegen Dukenburg is 5 minuten met de trein. De belangrijkste wegen van en naar Nijmegen zijn de A73 richting het zuiden van Nederland en de A50 en A15. De verbinding per weg met Arnhem gaat middels de A325 en de N325 en de reistijd is ongeveer 20 tot 25 minuten onder normale omstandigheden.

Over het algemeen kent Nijmegen een prima bereikbaarheid per auto en met het openbaar vervoer. Echter kan geconcludeerd worden dat een tweetal kantoorlocaties beter bereikbaar zijn. Zowel Nijmegen centrum als Nijmegen Brabantse Poort is nabij een voor- of centraal station gelegen en de dichtstbijzijnde snelwegen (A73, A325 en A15) zijn binnen maximaal 10 minuten te bereiken. Opvallend is dat het centraal station vanuit Nijmegen Brabantse Poort per bus binnen 15 minuten te bereiken is. Gezien de ligging van de kantoorlocatie ten opzichte van het centrum is de te overbruggen afstand aanzienlijk. Door de directe busverbinding middels een (gedeeltelijk) speciaal aangelegde busbaan is de reistijd beperkt tot maximaal 15 minuten. Daarnaast is er ook nog de mogelijkheid om binnen 5 minuten (twee keer per uur) met de sprinter vanaf station Dukenburg naar het centraal station van Nijmegen te reizen.

Voor zowel Nijmegen west als Nijmegen oost geldt dat de bereikbaarheid van het dichtstbijzijnde station matig is. Echter, wanneer er gekozen wordt om vanuit Nijmegen oost met het openbaar vervoer naar het voorstation Heyendaal te reizen is de tijd die daarmee verloren gaat minimaal (5-10 minuten). Dit is dan ook het enige lichtpuntje wat goede bereikbaarheid in deze twee deelgebieden betreft. Nijmegen west scoort op de bereikbaarheid middels de snelweg A73 op vrijwel alle andere punten 'slecht' of 'zeer slecht'.

Arnhem

Arnhem is omringd door verscheidenen A-wegen, waarvan de A12, A50 en de A15 de belangrijkste toe- en afvoerwegen zijn. De Pleijroute (N325) is ook een belangrijke verkeersader in Arnhem en zorgt er met name voor dat de verkeersdruk in het centrum van Arnhem over de twee bestaande Rijnbruggen, de John Frostbrug en de Nelson Mandelabrug, wordt verdeeld. Zoals eerder aangegeven is de Pleijroute onderdeel van de verbinding tussen de grootste steden in de regio, Arnhem en Nijmegen. Arnhem heeft daarnaast vier treinstations: Centraal,

Velperpoort, Presikhaaf en Arnhem-Zuid. Vanuit de regio zijn deze stations per stoptrein te bereiken vanuit Ede-Wageningen, Zutphen, Nijmegen, Tiel en Winterswijk. Per intercity is Arnhem Centraal bereikbaar vanuit Amsterdam, Den Haag, Rotterdam, Utrecht, Ede-Wageningen, 's-Hertogenbosch, Nijmegen, Zwolle en Keulen (HSL). Het Centraal Station van Arnhem bevindt zich op loopafstand van de binnenstad (5 minuten). Hier is tevens het centrale busstation voor stads- en streekbussen. In Arnhem rijdt als enige stad van Nederland de trolleybus, die je onder meer naar de binnenstad brengt. Behalve op het Centraal Station stoppen veel bussen ook bij de Rijnstraat, het Willemsplein en het Velperplein. Deze haltes grenzen alle drie aan de binnenstad van Arnhem.

Uit de analyse kan geconcludeerd worden dat vrijwel iedere kantoorlocatie matig tot zeer goed te bereiken is met de auto. Arnhem zuid en Arnhem oost zijn met de auto in minder dan 5 minuten vanaf de afrit van de dichtstbijzijnde snelweg te bereiken waar een automobilist er 10 tot 15 minuten over zou doen om kantoorlocatie Arnhem west te bereiken. De bereikbaarheid van het dichtstbijzijnde voorstation en het centraal station is alleen in het centrum van Arnhem optimaal. Binnen 5 tot 10 minuten is zowel per bus als te voet Arnhem Velperpoort (voorstation) als Arnhem Centraal te bereiken. Opmerkelijk is dat het voorstation Arnhem Zuid matig te bereiken is vanuit de gelijknamige kantoorlocatie. Een verklaring hiervoor is dat de kantoorlocatie Arnhem zuid waartoe Arnhem Gelderse Poort en Arnhem Kronenburg behoren een uitgestrekt gebied is met een beperkt aantal buslijnen van en naar het voorstation. Tot slot is de bereikbaarheid met zowel het openbaar vervoer als te voet van de kantoorlocaties Arnhem west en Arnhem oost zeer slecht. Zoals uit afbeelding 3 op te maken valt liggen beide kantoorlocaties in de periferie van de stad tevens is er tijdens de aanleg van beide kantoorlocaties ingespeeld op maximale bereikbaarheid met de auto. Met IJsseloord 2 (Arnhem oost) is er voor gekozen om te concentreren op de vraag naar kwalitatief hoogwaardige kantoorpanden met oog voor details. De fraaie architectuur, eenheid en herkenbaarheid van het businesspark, maar ook het benadrukken en uitdragen van het predicaat (sociaal) veilige omgeving en het tegengaan van 'verrommeling' van het landschap zijn de speerpunten van Arnhem oost. Echter blijft de ligging en de bereikbaarheid van de kantoorlocatie voor veel kantoorgebruikers die werken volgens de principes van HNW een struikelblok om zich er te vestigen.

Tabel 20 Score bereikbaarheid kantoorlocaties, Arnhem

	A-weg	Voorstation (bus)	Voorstation (te voet)	Centraal Station (bus)	Centraal Station (te voet)
Arnhem Zuid (Kronenburg)	<5 min	5-10 min	15-20 min	>20 min	>20 min
Arnhem Zuid (Gelderse Poort)	<5 min	10-15 min	>20 min	15-20 min	>20 min
Arnhem West	10-15 min	>20 min	>20 min	5-10 min	>20 min
Arnhem Centrum	5-10 min	5-10 min	5-10 min	5-10 min	5-10 min
Arnhem Noord	5-10 min	<5 min	10-15 min	10-15 min	>20 min
Arnhem Oost	<5 min	10-15 min	>20 min	>20 min	>20 min

Bron: eigen bewerking

7.4.2 Voorzieningenniveau

Het tweede aspect waar de verschillende kantoorlocaties in de Stadsregio op onderzocht zijn is het voorzieningenniveau. Een gevarieerd en ruim aanbod aan voorzieningen aanwezig in een bepaald gebied is voor bedrijven een prikkel wat de locatiekeuze betreft. Met name het personeel van een organisatie hecht een grotere waarde aan het voorzieningenniveau (Aalbers, 2010). De aanwezigheid van voorzieningen en het gevarieerde aanbod spelen vaak geen directe rol op het uiteindelijke bedrijfsresultaat, maar dragen hier op een indirecte manier aan bij door bijvoorbeeld een verhoogde productiviteit van de werknemers. Een gevarieerd en kwalitatief hoogwaardig voorzieningenniveau kan de mate van tevredenheid van het personeel beïnvloeden en heeft daardoor een positief effect op de kwaliteit van het werk dat zij leveren (Bouma, 2006). Dit is tevens een van de raakvlakken met Het Nieuwe Werken.

Nijmegen

Het voorzieningenniveau in het centrum van Nijmegen is optimaal. Een gevarieerd en ruim aanbod (>1.000 winkels) aan non-food en food winkels is aanwezig in het centrum van Nijmegen. Hetzelfde geldt in mindere mate voor Nijmegen Brabantse Poort waar winkelcentrum Dukenburg voor een riant mix aan food en non-food winkelvoorzieningen zorgt. In Nijmegen oost zijn met name aan en rond de Bergendalseweg een groot aantal food gerelateerde voorzieningen gevestigd. Echter is het aanbod non-food winkelvoorzieningen in Nijmegen oost minimaal. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat Nijmegen oost een grote concurrentie kent van Nijmegen centrum. Daarnaast laat het bestemmingsplan het e.e.a. niet toe in Nijmegen oost, waardoor het aandeel non-food voorzieningen in Nijmegen oost minimaal is. Daarentegen kent Nijmegen oost een groot aantal mogelijkheden voor kinderopvang (5 organisaties/vestigingen), na Nijmegen centrum (6 organisaties/vestigingen) is Nijmegen oost het best voorzien. Een mogelijkheid voor de medewerkers van bedrijven in Nijmegen om te sporten is in ieder kantoorgebied aanwezig. De keuze is het grootst in Nijmegen centrum (3) en Nijmegen west (3) maar ook in Nijmegen oost (1) en Nijmegen Brabantse Poort (1) kunnen de medewerkers gebruik maken van sportfaciliteiten.

Tabel 21 Beoordeling gebiedsniveau Nijmegen

	Zuid	Oost	Centrum	West
Bereikbaarheid				
Auto --> A-weg	5	2	4	4
Bus --> Centraal Station	3	2	4	2
Te voet --> Centraal Station	1	2	4	2
Bus --> Voorstation	4	4	3	1
Te voet --> Voorstation	4	3	1	1
Voorzieningen				
Food	5	5	5	2
Sportschool	2	2	4	4
Kinderopvang	3	5	5	3
Non-Food	5	2	5	1
Eindscore gebiedsniveau	3,58	2,93	3,98	2,25

Arnhem

In Arnhem is het voorzieningenniveau in het centrum erg gevarieerd en zijn zowel de food als de non-food voorzieningen in ruime mate aanwezig. Onderdeel van Arnhem zuid (Kronenburg) kent ook een gevarieerd en ruim aanbod door de aanwezigheid van het winkelcentrum Kronenburg. Opvallend is dat het food en non-food voorzieningenniveau in de overige deelgebieden (Arnhem noord, Arnhem oost en Arnhem west) minimaal is. Deze gebieden presteren dan ook ondermaats in vergelijking met de overige kantoorlocaties in de stadsregio Arnhem Nijmegen. Arnhem oost (IJsseloord 2) huisvest geen sportschool, geen kinderopvang en geen food of non-food winkelveorzieningen. Arnhem west presteert een fractie beter, omdat er wel kinderopvang (1) en een sportschool (1) aanwezig zijn in het gebied.

Tabel 22 Beoordeling gebiedsniveau Nijmegen

	Kronen burg	Gelderse Poort	Zuid (totaal)	Centrum	West	Noord	Oost
Bereikbaarheid							
Auto --> A-weg	5	5	5	4	3	3	5
Bus --> Centraal Station	2	1	1,5	4	4	3	1
Te voet --> Centraal Station	1	1	1	4	1	1	1
Bus --> Voorstation	4	3	3,5	4	1	5	3
Te voet --> Voorstation	1	2	1,5	4	1	3	1
Voorzieningen							
Food	4	3	3,5	5	1	3	1
Sportschool	2	3	2,5	4	2	2	1
Kinderopvang	2	3	2,5	4	2	3	1
Non-Food	5	2	3,5	5	2	2	2
Eindscore gebiedsniveau	2,93	2,58	2,75	4,25	1,88	2,75	1,73

Bron: eigen bewerking

7.4.3 Zachte locatiefactoren

Zachte locatiefactoren hebben slechts een indirecte invloed op het bedrijfsresultaat en zijn wat hun invloed betreft moeilijk te kwantificeren. Doordat ze moeilijk te kwantificeren zijn speelt subjectiviteit een grote rol in de beoordeling van de factoren. De aantrekkelijkheid/levendigheid van de kantoorlocatie en kwaliteit direct omgeving/aantrekkelijke ligging zijn daarom aan de vastgoedprofessionals voorgelegd. Onderstaand per kantoorlocatie aangeven wat de vastgoedprofessionals van de gebieden vinden en welke waardering zij geven.

Tabel 23 Waardering zachte locatiefactoren

	Aantrekkelijkheid/levendigheid	Kwaliteit directe omgeving/ aantrekkelijke ligging
Arnhem Zuid (Kronenburg)	3,00	3,00
Arnhem Zuid (Gelderse Prt.)	2,00	3,00
Totaal	2,50	3,00
Arnhem Centrum	4,67	4,67
Arnhem West	3,00	3,00
Arnhem Noord	4,00	4,00
Arnhem Oost	3,33	3,00
Nijmegen Centrum	4,00	4,00
Nijmegen Zuid	4,67	4,67
Nijmegen Oost	3,33	3,33
Nijmegen West	2,67	2,67

Bron: eigen bewerking

Arnhem zuid (Kronenburg en Gelderse Poort)

De kantoorlocatie Kroneburg is beperkt representatief in verband met de aanwezigheid van grootschalige, gedateerde kantoorgebouwen met een beperkte kwalitatieve uitstraling. Daarnaast zijn de relatief lage huurprijzen en het omvangrijke aanbod enigszins positief. Als positief is tevens de aanwezigheid van Winkelcentrum Kronenburg te beoordelen. De uitstraling van geheel Arnhem zuid is gedateerd en rommelig. De ligging van het gebied te midden van een sociale woonkern komt de aantrekkelijkheid van het gebied niet ten goede.

De goede ontsluiting nabij A325 en gelegen tussen Arnhem en Nijmegen is belangrijk voor de bereikbaarheid, maar is niet van invloed op de aantrekkelijke ligging. Het betreft een kantorenpark zonder aanwezigheid van overige functies waardoor een monotoon beeld bestaat wat de aantrekkelijkheid niet ten goede komt. Een ander negatief aspect is de parkeervoorziening, die is namelijk ondermaats waardoor op het straatbeeld veel auto's zijn waar te nemen. De monofunctionele kantoorlocatie zorgt er daarnaast voor dat Arnhem zuid (WC Kronenburg daar gelaten) over het algemeen een minimale levendigheid kent. De aantrekkelijkheid/levendigheid van het gebied wordt als slecht tot matig (2,5 gemiddeld) beoordeeld waar de kwaliteit van de directe omgeving als matig (3,0 gemiddeld) wordt ervaren.

Arnhem Centrum

Uitstekende bereikbaarheid en grote diversiteit aan objecten. Variërend van monumentaal tot nieuwbouw. Zoals iedere binnenstad is ook in Arnhem een ruim en gevarieerd aanbod aan food en non-food winkelveorzieningen aanwezig. Het wordt door medewerkers als prettig ervaren om tijdens pauzes "het centrum" te kunnen bezoeken. De ligging van de kantoorpanden te midden van de winkelveorzieningen zorgt voor een grote levendigheid in het gebied. De kwaliteit van de directe omgeving wordt gewaarborgd door de aanwezigheid van parken, sportcentra, bibliotheken, restaurants etc. Kortom deze kantoorlocatie scoort op beide zachte locatiefactoren goed tot zeer goed (4,67).

Arnhem West

Arnhem west wordt meer gezien als een solitaire kantoorlocatie met specifieke kenmerken, waaronder centraal en toch in het groen. De secundaire (winkels en ontspanning) voorzieningen zijn slechts op beperkte schaal aanwezig. Daarentegen zorgt het gemengd wonen en werken voor enige levendigheid van deze locatie en beïnvloedt in beperkte mate ook de aantrekkelijkheid van het gebied. Echter wordt deze kantoorlocatie door de vastgoedprofessionals niet als optimaal ervaren om het werk en privé te kunnen combineren. De gemiddelde score voor beide aspecten komt uit op een 3,0 (matig).

Arnhem noord

Goed bereikbaar en overwegend onderscheidende uitstraling van de kantoorpanden (monumentaal). De aanwezigheid van statige panden zorgt voor een positieve impuls wat de aantrekkelijkheid van het gebied betreft. De levendigheid van het gebied is goed doordat het gebied in zijn geheel aan of nabij de Velperweg is gelegen. De woonkernen en de aanwezigheid van voldoende voorzieningen zorgen ook voor een hoge mate van kwaliteit van de directe omgeving. Beide zachte locatiefactoren worden met gemiddeld een goed (4,0) beoordeeld. Hiermee voldoet Arnhem noord aan de (zachte) locatievereisten die organisaties (die werken volgens de principes van HNW) stellen.

Arnhem oost

Kent een beperkt, veelal gedateerd kantooraanbod. Hierdoor is de uitstraling van het gebied somber en teleurstellend. De aanwezigheid van enkele grootschalige objecten vergroot dit sombere imago nog eens. Dit komt de aantrekkelijke ligging en eveneens de levendigheid van de kantoorlocatie niet ten goede. Echter kent het gebied een groene omgeving, waardoor de aantrekkelijkheid van het gebied iets hoger dan gemiddeld scoort, namelijk 3,33. De kwaliteit van de directe omgeving wordt niet gewaarborgd doordat er minimale voorzieningen aanwezig zijn in het gebied. Wel is er een winkelcentrum in de nabijheid gelegen wat het aspect aantrekkelijke ligging op een 3,0 uit doet komen.

Nijmegen centrum

De bereikbaarheid met het eigen vervoer is tijdens de spitsuren slecht. Echter is het centrum van Nijmegen met het openbaar vervoer goed te bereiken. De vele parken in en nabij het centrum van Nijmegen zorgen voor een prettige sfeer. De veelal oude gebouwen in het centrum van Nijmegen in combinatie met de uitstekende voorzieningen creëren een ambiance waar de werknemers zich goed bij voelen en dit kan een positief effect hebben op de kwaliteit van het werk. Tevens is het centrum een goede zichtlocatie door het grote aantal passanten in de binnenstad maar ook het gemotoriseerd verkeer dat middels onder andere de Oranjesingel en het Keizer Karel Plein de stad inrijdt dan wel verlaat. Daarentegen zijn de slechte parkeerfaciliteiten een minpunt en hebben een negatieve invloed op de aantrekkelijkheid van het gebied. De Vastgoedprofessionals hebben de kantoorlocatie op twee aspecten moeten beoordelen (aantrekkelijkheid/levendigheid kantoorlocatie en kwaliteit directe omgeving/aantrekkelijke ligging). Het gemiddelde van de score van de drie vastgoedprofessionals was een 4 op beide aspecten.

Nijmegen Brabantse Poort

De goede bereikbaarheid zowel met het openbaar vervoer als met het eigen vervoer beïnvloeden in belangrijke mate de aantrekkelijke ligging van de locatie. De aanwezigheid van station Dukenburg en daarnaast de op- en afrit van de A73 zorgen voor deze positieve impuls. De kantoorlocatie beschikt over veelal goede "nieuwe" gebouwen met voldoende parkeerfaciliteiten. De kwaliteit van de omgeving is gewaarborgd door de aanwezigheid van winkelcentrum Dukenburg met haar grote diversiteit aan food en non-food winkelveorzieningen. De relatief nieuwe omgeving geeft een andere sfeer dan de binnenstad van Nijmegen maar de vastgoedprofessionals beoordelen dit aspect met gemiddeld een 4,7. Eenzelfde beoordeling krijgt het tweede aspect (kwaliteit direct omgeving/aantrekkelijke ligging).

Nijmegen oost

De kantoorlocatie Nijmegen oost kent een matig tot slechte bereikbaarheid volgens de vastgoedprofessionals. Het gebied is met name middels het openbaar vervoer slecht te bereiken en in de spitsuren is de filevorming op de nabijgelegen brug een probleem. De locatie staat bekend als een van de betere wijken van Nijmegen en kent veelal statige panden. Hierdoor wordt de aantrekkelijkheid/levendigheid van de kantoorlocatie door de vastgoedprofessionals als prettig ervaren en beoordeeld met gemiddeld een 3,3. De slechte parkeerfaciliteiten en de in mindere mate aanwezig zijnde winkelveorzieningen hebben een negatieve invloed op de kwaliteit directe omgeving/aantrekkelijke ligging, want dit aspect wordt beoordeeld met een 3,3. Doordat het centrum van Nijmegen op een steenworp afstand is gelegen valt deze beoordeling enigszins mee.

Nijmegen west

Nijmegen west is goed bereikbaar met het eigen vervoer en beschikt over goed parkeerfaciliteiten. Het openbaar vervoer is een negatief punt en zorgt daardoor mede voor de lage waardering van het aspect kwaliteit directe omgeving/aantrekkelijke ligging. De omgeving bestaat uit een mix van oude en nieuwe (kantoor)panden en kent verder weinig groen voorzieningen. Tevens zijn in het gebied veelal bedrijven gevestigd die actief zijn in transportsector en daarnaast een groot aantal bedrijven die productie gerelateerd zijn. Dit heeft invloed op het aandeel groot en zwaar transport dat de kantoorlocatie aandoet, waardoor de aantrekkelijkheid van de kantoorlocatie ook negatief beïnvloed wordt. De vastgoedprofessionals beoordelen het gebied daarom ook als de minste van de vier kantoorlocaties in Nijmegen, beide aspecten scoren gemiddeld een 2,7. Echter, is Nijmegen west wel een kantoorlocatie met mogelijke potentie doordat de nieuwe brug (de Oversteek) niet alleen voor een betere bereikbaarheid van de locatie zorgt, maar ook voor een betere spreiding van het verkeer over de stad. En bereikbaarheid is een van de belangrijke aspecten in de keuze voor Het Nieuwe Werken.

7.4.4 Conclusie

Bereikbaarheid en het voorzieningenniveau zijn factoren die bedrijven belangrijk vinden en in het locatiekeuzeprocés meenemen. Zoals eerder aangegeven kiezen bedrijven eerst een bepaalde locatie alvorens er wordt overgegaan tot de keus voor een bepaald object. Op basis van de analyse kunnen we concluderen dat er zowel in Arnhem als in Nijmegen voorzichtig een tweedeling ontstaat wat de kantoorlocaties betreft. De perifere kantoorlocaties scoren gemiddeld slecht tot matig, daarentegen scoren de centrum locaties goed. Nijmegen Brabantse Poort en Arnhem zuid zijn wat voorzieningenniveau vergelijkbaar met elkaar maar de bereikbaarheid van Nijmegen Brabantse Poort is beter. De ligging van beide kantoorlocaties ten opzichte van het centrum is nagenoeg gelijk maar het openbaar vervoer in Arnhem zuid blijft achter bij dat van Nijmegen Brabantse Poort. In zijn algemeenheid kan geconcludeerd worden dat de bedrijven die werken volgens de principes van HNW beter bediend worden in de centrum locaties en de locaties met een redelijk hoog voorzieningenniveau. De vastgoedprofessionals onderbouwen deze conclusie door de centrumlocaties van beide steden goed tot zeer goed te beoordelen als het gaat om de levendigheid en de aantrekkelijkheid van de kantoorlocaties. Voorzieningen, uitstraling, levendigheid en kwaliteit staan centraal in de motivaties voor de keuzes van de vastgoedprofessionals.

7.5 Beoordeling objectniveau

Er zijn nu een aantal kantoorlocaties in Arnhem en in Nijmegen geselecteerd waar bedrijven de voorkeur aan kunnen geven wanneer zij werken volgens de principes van HNW. Gezien de prima bereikbaarheid en het bovengemiddelde voorzieningenniveau zijn Arnhem centrum, Arnhem zuid, Arnhem noord, Nijmegen centrum en Nijmegen Brabantse Poort geselecteerd en nader onderzocht op objectniveau. Het complete aanbod (>500 m²) kantoorruimte is op vier eerder genoemde aspecten beoordeeld door zes vastgoedprofessionals van drie gerenommeerde vastgoedadviseurs in de Stadsregio (MVGGM Bedrijfshuisvesting, Stijbosch&Thunnissen Bedrijfsmakelaardij en Verbeek Bedrijfsmakelaardij). Allereerst zal de beoordeling van de diverse kantoorlocaties in Arnhem geanalyseerd worden alvorens Nijmegen aan bod komt.

7.5.1 Beoordeling Arnhem

Tabel 24 Beoordeling objectniveau, Arnhem Centrum

Aantal	Adres	Stroet	Vogelaar	Dirksen	1	2	3	4	Gem.
1	Broerenstraat	3,75	2,75	3,75	3,67	4,00	3,33	2,67	3,42
2	Broekstraat	2,00	2,50	2,00	2,33	2,33	2,00	2,00	2,17
3	Eusebiusbuitensingel	3,25	4,25	3,25	3,33	3,67	4,00	3,33	3,58
4	Eusebiusplein	1,75	2,00	1,75	2,00	1,33	2,00	2,00	1,83
5	Gele Rijders Plein	3,75	2,00	3,25	3,00	3,00	3,33	2,67	3,00
6	Gele Rijders Plein	2,25	2,50	2,25	2,00	2,00	3,00	2,33	2,33
7	Jansbuitensingel	2,00	1,75	3,00	2,33	2,67	2,00	2,00	2,25
8	Jansbuitensingel	2,00	2,25	3,50	2,33	3,00	2,67	2,33	2,58
9	Jansbuitensingel	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
10	Jansbuitensingel	2,00	2,75	2,00	2,33	2,33	2,33	2,00	2,25
11	Jansbuitensingel	2,00	2,75	2,75	2,67	2,67	2,67	2,00	2,50
12	Janspoort	2,00	2,00	2,25	2,33	2,00	2,00	2,00	2,08
13	Nieuwe Oeverstraat	3,75	2,00	3,00	3,00	2,67	3,00	3,00	2,92
14	Nieuwe Plein	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
15	Nieuwe Plein	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
16	Nieuwe Plein	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
17	Nieuwe Stationsstraat	5,00	4,25	4,25	4,33	4,67	4,33	4,67	4,50
18	nieuwe stationsstraat	4,25	4,00	3,75	3,67	4,33	3,67	4,33	4,00
19	Oude Oeverstraat	3,00	3,00	3,00	3,67	3,33	3,00	2,00	3,00
20	Utrechtsestraat	3,00	2,50	3,00	2,67	3,00	3,00	2,67	2,83
21	Willemsplein	2,75	3,25	2,50	3,00	3,33	2,33	2,67	2,83
22	Willemsplein	2,75	3,00	2,50	3,33	3,00	2,67	2,00	2,75
23	Willemsplein	2,00	2,25	2,50	2,67	2,67	2,00	1,67	2,25
24	Bergstraat	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

1=Interne verkeersstructuur, 2=flexibiliteit, 3=afwerkingsniveau en 4=duurzaamheid

Bron: eigen bewerking

Bovenstaande tabel toont de beoordelingen van de vastgoedprofessionals met daarnaast het gemiddelde van de scores van de drie vastgoedprofessionals tezamen per aspect. Wat direct opvalt, is dat een groot aantal kantoorpanden in het centrum van Arnhem matig scoren. Alleen de panden aan de Nieuwe Stationsstraat en de Eusebiusbuitensingel scoren goed op de vier aspecten afzonderlijk. Een verklaring voor de goede score van objecten aan de Nieuwe Stationsstraat is dat deze panden pas in 2005 en 2010 gebouwd zijn nabij het onlangs opgeleverde stationsgebied in Arnhem. Hier is al rekening gehouden met en ingespeeld op de (toekomstige) wensen van de kantoorgebruiker. Vijftig procent van de objecten in het centrum van Arnhem scoort slecht tot matig. Een reden hiervoor zou kunnen zijn dat de panden in het centrum van Arnhem op een enkeling na gebouwd zijn in de periode tussen 1955-1995. In deze periode is tijdens de bouw van kantoorpanden veelal gewerkt met beton constructies. In de periode van ongeveer 2000 is er steeds meer gebruik gemaakt van staalconstructies. Voordelen van een staalconstructie ten opzichte van een betonconstructie zijn de flexibeler mogelijkheden wanneer het aankomt op uitbreiding van het kantoorpand. Bij staalskeletbouw werkt men met lijnvormige elementen, daardoor is er in de ontwerpfase meer vrijheid voor de architectuur. In de gebruiksfase is de aanpasbaarheid aan nieuwe omstandigheden veel groter, omdat men niet met stramienmaten en kruisverbanden die niet meer te veranderen zijn, te maken heeft. Tevens zijn de overspanningen die gemaakt kunnen worden velen malen groter dan met betonbouw (Verbouwingen.nu, 2012). De objecten in de periode voor 2000 kennen dus in minder mate flexibiliteit en hebben een minder optimale interne verkeerstructuur. Gemiddeld wordt de kantoorlocatie Arnhem Centrum beoordeeld met 2,59. Duurzaamheid (2,39) kent de laagste beoordeling gevolgd door afwerkingsniveau (2,60), interne verkeersstructuur (2,65) en flexibiliteit (2,71).

Tabel 25 Beoordeling objectniveau, Arnhem Zuid

Aantal	Adres	Stroet	Vogelaar	Dirksen	1	2	3	4	Gem.
1	Burg Matsersingel	3,75	3,25	3,50	3,33	3,67	4,00	3,00	3,50
2	Groningensingel	2,25	2,75	2,00	3,00	3,00	2,00	1,33	2,33
3	Groningensingel	2,00	4,50	3,50	3,33	3,33	3,33	3,33	3,33
4	Kroonpark	4,00	2,50	3,75	3,33	3,33	3,67	3,33	3,42
5	Mr. B.M. Teldersstraat	4,00	2,75	4,00	3,33	3,67	3,67	3,67	3,58
6	Mr. B.M. Teldersstraat	4,00	3,50	4,00	4,00	4,00	3,67	3,67	3,83
7	Mr. B.M. Teldersstraat	4,00	2,75	4,00	3,67	3,67	3,67	3,33	3,58
8	Mr. B.M. Teldersstraat	4,00	4,00	4,00	3,67	4,00	4,33	4,00	4,00
9	Mr. B.M. Teldersstraat	4,00	2,75	4,00	3,33	3,67	3,67	3,67	3,58
10	Mr. E.N. van Kleffensstraat	4,00	3,50	4,00	3,67	4,00	4,00	3,67	3,83
11	Mr. E.N. van Kleffensstraat	4,00	3,25	4,00	3,67	3,67	4,00	3,67	3,75
12	Mr. E.N. van Kleffensstraat	4,00	3,50	4,00	4,00	4,00	3,67	3,67	3,83
13	Mr. E.N. van Kleffensstraat	4,00	3,00	4,00	3,67	3,67	3,67	3,67	3,67
14	Rijksweg-West	2,00	4,00	2,00	2,67	2,67	3,00	2,33	2,67
15	Vlaardingenweg	3,00	1,00	3,00	2,33	2,33	2,33	2,33	2,33
16	Wassenaarweg	2,50	2,00	2,50	2,00	2,67	2,00	2,67	2,33

1=Interne verkeersstructuur, 2=flexibiliteit, 3=afwerkingsniveau en 4=duurzaamheid

Bron: eigen bewerking

Arnhem zuid (bovenstaande tabel) bestaat in principe uit twee gebieden, Arnhem Kronenburg en Arnhem Gelderse Poort. Zoals uit de gebiedsanalyse bleek is het voorzieningenniveau in Arnhem zuid goed, echter is het winkelcentrum – dat het voorzieningenniveau omhoog haalt – gelegen in Arnhem Kronenburg en kent Arnhem Gelderse Poort minimale winkelvoorzieningen (zowel food als non-food). Daarentegen zijn de objecten in Arnhem Gelderse Poort op een enkeling na gebouwd na 2000 en hebben daarom ook een matig tot goede beoordeling gekregen van de vastgoedprofessionals. Vrijwel op ieder aspect worden de objecten met een 3 of hoger beoordeeld. Voor Arnhem Kronenburg geldt dat de objecten opgeleverd zijn tussen 1975 en 1997, deze objecten kennen mede daardoor een mindere mate van flexibiliteit, afwerkingsniveau en de interne verkeersstructuur is niet optimaal. Arnhem zuid kenmerkt zich door de tweedeling wat de courantheid en kwaliteit van objecten betreft en het voorzieningenniveau zoals eerder aangegeven.

Tabel 26 Beoordeling objectniveau, Arnhem Noord

Aantal	Adres	Stroet	Vogelaar	Dirksen	1	2	3	4	Gem.
1	De Wetstraat	2,25	1,50	2,00	1,67	1,67	2,67	1,67	1,92
2	Lovinklaan	3,25	1,25	2,75	2,00	2,33	3,00	2,33	2,42
3	Tivololaan	3,00	3,50	3,00	3,67	3,33	3,00	2,67	3,17
4	Velperweg	1,50	2,00	1,50	2,33	2,33	1,00	1,00	1,67
5	Velperweg	3,00	2,00	3,00	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67
6	Velperweg	3,00	2,00	2,25	2,33	2,33	2,33	2,67	2,42
7	Velperweg	3,00	2,00	2,50	2,67	2,33	2,33	2,67	2,50
8	Velperweg	3,00	2,00	2,50	2,33	2,33	2,67	2,67	2,50
9	Velperweg	3,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
10	Velperweg	3,00	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
11	Velperweg	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
12	Vosdijk	3,00	3,25	3,00	3,33	3,33	3,00	2,67	3,08

1=Interne verkeersstructuur, 2=flexibiliteit, 3=afwerkingsniveau en 4=duurzaamheid

Bron: eigen bewerking

Het laatste gebied in Arnhem, dat beoordeeld is op objectniveau, is Arnhem noord. De kantoorlocatie scoort van de drie overgebleven kantoorlocaties in Arnhem het slechtst (2,44). De interne verkeersstructuur (2,50), flexibiliteit (2,47), afwerkingsniveau (2,47) en duurzaamheid (2,33) scoren in tegenstelling tot de kantoorpanden in Arnhem zuid slecht tot matig.

7.5.2 Deelconclusie

Op objectniveau kunnen we concluderen dat Arnhem zuid beschikt over de kantoorpanden die in de huidige staat aansluiten op de wensen van organisaties die HNW willen implementeren. Het merendeel van de objecten is gebouwd na 2000 en heeft een zekere standaard wat afwerkingsniveau betreft. De interne verkeersstructuur en de flexibiliteit en indeelbaarheid van de objecten in Arnhem zuid is als optimaal te categoriseren. Het aanbod kantoorruimten in het centrum van Arnhem sluit minder goed aan op de wensen van de kantoorgebruiker van de toekomst en wordt door vastgoedprofessionals op ieder aspect slecht tot matig beoordeeld. Dit geldt overigens ook voor de kantoorlocatie Arnhem noord. Een positief en zwaarwegend aspect is dat locatie het belangrijkste is in het locatiekeuzeprocess. De volgende stap in dit proces is namelijk het selecteren van een pand. Wanneer het een en ander niet geheel naar wens is, is er de mogelijkheid om te investeren in kantoorpanden waardoor deze uiteindelijk wel aan de wensen van de huurder kan voldoen. Echter is deze analyse gebaseerd op de kantoorpanden in huidige staat en daarom kan geconcludeerd worden dat de kantoorpanden in Arnhem zuid beter aansluiten op de wensen van de HNW organisaties.

7.5.3 Beoordeling Nijmegen

Tabel 27 Beoordeling objectniveau, Nijmegen Centrum

Aantal	Adres	Haanappel	Roelofs	Coppes	1	2	3	4	Gem.
1	Castellastraat	3,75	3,75	3,50	3,67	3,67	3,33	4,00	3,67
2	Keizer Karelplein	3,25	2,75	3,00	2,67	3,00	3,33	3,00	3,00
3	Marienburg	3,50	3,25	3,25	3,00	3,00	4,00	3,33	3,33
4	Nassausingel	3,50	3,75	3,75	3,00	3,00	4,67	4,00	3,67
5	Nassausingel	3,75	3,00	3,00	3,00	3,33	3,33	3,33	3,25
6	Nieuwe Marktstraat	3,75	3,00	3,00	3,33	3,00	3,33	3,33	3,25
7	Oranjesingel	4,00	3,50	3,50	3,33	3,00	4,33	4,00	3,67
8	Oranjesingel	3,50	3,25	3,25	3,67	3,33	2,33	4,00	3,33
9	Oranjesingel	4,00	4,25	3,75	4,00	3,67	4,67	3,67	4,00
10	St. Jorisstraat	3,50	3,75	2,75	3,00	3,33	3,33	3,67	3,33

1=Interne verkeersstructuur, 2=flexibiliteit, 3=afwerkingsniveau en 4=duurzaamheid

Bron: eigen bewerking

Nijmegen centrum is door de vastgoedprofessionals op vier aspecten beoordeeld. Wat direct opvalt, is dat vrijwel alle kantoorpanden op ieder aspect een 3 (matig) of hoger scoren. Dit is enigszins opvallend te noemen, omdat vrijwel alle panden (op de Castellastraat en Oranjesingel 1 na) gebouwd zijn tussen 1800 en 1984. Er kan dan voorzichtig geconcludeerd worden dat vrijwel alle panden een beton constructie kennen en veelal gemetselde binnenmuren hebben wat de flexibiliteit niet ten goede komt. Daarnaast bestaat het aanbod uit een aantal kantoorvilla's (Oranjesingel en Nassausingel) waar de interne verkeersstructuur niet optimaal is. Denk hierbij aan de vele trappen en kamers die ervoor zorgen dat de afstand die een medewerker aflegt in een kantoorpand vele malen groter is dan wanneer een kantoorpand over grote open vloeren beschikt met de aanwezigheid van de nodige voorzieningen per vloer. Tot slot worden de aspecten duurzaamheid en afwerkingsniveau gemiddeld op respectievelijk 3,63 en 3,67 beoordeeld.

Tabel 28 Beoordeling objectniveau, Nijmegen Zuid

Aantal	Adres	Haanappel	Roelofs	Coppes	1	2	3	4	Gem.
1	Bijsterhuizen	4,00	4,00	3,50	4,00	3,67	3,67	4,00	3,83
2	Hogelandseweg	2,75	2,75	2,75	3,00	2,00	3,00	3,00	2,75
3	Kerkenbos	4,00	3,25	3,75	3,67	4,00	3,33	3,67	3,67
4	Kerkenbos	4,25	4,00	4,00	3,00	3,33	5,00	5,00	4,08
5	Kerkenbos	3,75	2,75	2,75	2,67	3,33	3,00	3,33	3,08
6	Kerkenbos	4,25	4,25	4,25	4,00	4,33	4,00	4,67	4,25
7	Kerkenbos	3,00	2,25	2,25	2,33	2,33	3,00	2,33	2,50
8	Kerkenbos	3,50	3,50	3,50	3,00	3,00	4,00	4,00	3,50
9	Kerkenbos	3,75	2,25	2,00	2,67	3,33	2,33	2,33	2,67
10	Takenhofplein	4,50	4,00	4,00	4,00	4,00	4,33	4,33	4,17
11	Wijchenseweg	4,00	3,50	3,50	3,33	4,00	3,33	4,00	3,67
12	Wijchenseweg	4,00	3,50	3,75	3,67	3,67	3,67	4,00	3,75
13	Wijchenseweg	4,00	4,25	4,00	4,00	4,00	4,33	4,00	4,08
14	Wijchenseweg	3,75	4,00	3,50	3,67	3,67	4,00	3,67	3,75

1=Interne verkeersstructuur, 2=flexibiliteit, 3=afwerkingsniveau en 4=duurzaamheid

Bron: eigen bewerking

De kantoorlocatie Nijmegen Brabantse Poort is een relatief nieuwe kantoorlocatie. De kantoorpanden in Kerkenbos zijn later opgeleverd dan de kantoorpanden aan de Wijchenseweg. Echter worden de kantoorpanden aan de Wijchenseweg op alle fronten beter beoordeeld. De gemiddelde scores in Brabantse Poort zijn: interne verkeersstructuur 3,36; flexibiliteit 3,48; afwerkingsniveau 3,64 en duurzaamheid 3,74. De onderlinge verschillen zijn klein, er zijn slechts twee kantoorpanden die in vergelijking met de overige aangeboden kantoorpanden slecht tot matig scoren. Dit zijn Hogelandseweg en Kerkenbos 1033, respectievelijk 2,75 en 2,67. Echter zijn de meningen over Kerkenbos 1033 verdeeld, omdat dhr. Haanappel het pand beoordeelt met gemiddeld het cijfer 3,75, dhr. Roelofs 2,25 en tot slot dhr. Coppes 2,0. Het verschil wordt veroorzaakt door de aspecten interne verkeersstructuur en duurzaamheid. Dhr. Haanappel beoordeelt deze aspecten beiden met een 4,0 waar de overige 2 vastgoedprofessionals het kantoorpand met een 2,0 beoordelen. Uit de korte toelichting van de vastgoedprofessionals is gebleken dat de beoordeling van dhr. Roelofs en van dhr. Coppes leidend is omdat zij aangeven dat het pand verouderd is, geen representatieve entree (bedrukkend effect) heeft, deels uit enkele beglazing bestaat en een oud topkoelingssysteem heeft. Verdere indeelbaarheid op de vloeren is wel goed alleen een moeilijke kern. Dhr. Haanappel gaf aan dat dit pand reeds gerenoveerd is en hij daarom het pand een hogere waardering heeft gegeven. Geconcludeerd kan worden dat vrijwel alle kantoorpanden in dit gebied voldoen aan de belangrijkste eisen die gesteld worden aan kantoorpanden wanneer organisaties zich hier willen vestigen en willen werken volgens de principes van Het Nieuwe Werken.

7.5.4 Conclusie

Zowel de kantoorpanden in Nijmegen centrum als in Nijmegen Brabantse Poort scoren vrijwel allemaal op ieder aspect afzonderlijk een 3 of hoger. De vereisten flexibiliteit, de interne verkeersstructuur, het afwerkingsniveau en duurzaamheid die bedrijven verwachten wanneer ze Het Nieuwe Werken willen implementeren zijn zowel in het centrum als in Nijmegen zuid aanwezig. Zoals eerder aangegeven is het echter opmerkelijk dat de “oudere” panden in Nijmegen centrum aan de Oranjesingel en Nassausingel ook aan deze criteria voldoen. De veelal statige kantoorvilla's gelegen aan beide singels zijn echter gedeeltelijk verbouwd wat de flexibiliteit en de interne verkeersstructuur ten goede is gekomen. Tot slot, Het Nieuwe Werken floreert beter wanneer er grote

open vloeren (<1.000 m²) beschikbaar zijn, maar ook in de kantoorvilla's is het mogelijk om HNW op een zodanige manier te implementeren dat het vastgoed in dienst staat van de manier van werken.

7.6 Eindresultaat beoordeling kantoorlocaties

Dit hoofdstuk stond in het teken van de beoordeling van de courantheid van de kantoorlocaties. Allereerst de analyse van de huidige kantoorlocaties in de stadsregio Arnhem Nijmegen door de bereikbaarheid en het voorzieningenniveau in kaart te brengen en te beoordelen. Vervolgens zijn de kantoorlocaties door drie vastgoedprofessionals per stad beoordeeld op twee zachte locatiefactoren (zie par 7.4.3). Gevolgd door een beoordeling van de resterende kantoorlocaties op objectniveau. Deze drie beoordelingen tezamen hebben uiteindelijk een score opgeleverd die de courantheid van de kantoorlocaties vertegenwoordigt.

In onderstaande tabel is te zien hoe de bereikbaarheid en het voorzieningenniveau van alle kantoorlocaties in de stadsregio Arnhem Nijmegen zijn beoordeeld. Wat direct opvalt, is dat de perifere kantoorlocaties/kantoorparken in Arnhem en Nijmegen met een laag cijfer zijn beoordeeld. Vooral de bereikbaarheid van deze kantoorlocaties met het openbaar vervoer laat te wensen over alsmede het zeer beperkte aantal voorzieningen. Nijmegen oost is daarentegen een kantoorlocatie die nog redelijk scoort op beide aspecten maar het verschil met de beter scorende kantoorlocaties is aanzienlijk. Tevens is Nijmegen oost een kantoorlocatie die door de vastgoedprofessionals gekenmerkt wordt als een kantoorlocatie met veelal statige kantoorvilla's en slechte parkeerfaciliteiten. Met name de aanwezigheid van een groot aantal kantoorvilla's heeft doen besluiten dat Nijmegen oost geen ideale kantoorlocatie voor Het Nieuwe Werken is. De kantoorvilla's kennen over het algemeen een weinig flexibele indeling, laag duurzaamheidsniveau en een lastige interne verkeersstructuur en hoofdindeling wat de interne communicatie niet ten goede komt. Dit houdt in dat Het Nieuwe Werken een minder grote kans van slagen heeft in deze panden.

Tabel 29 Eindscore Arnhem Nijmegen

	Bereikbaarheid	Voorzieningen	Gemiddeld
Kronenburg	2,60	3,25	2,93
Gelderse Poort	2,40	2,75	2,58
Totaal zuid	2,50	3,00	2,75
Arnhem Centrum	4,00	4,50	4,25
Arnhem West	2,00	1,50	1,75
Arnhem Noord	3,00	2,25	2,63
Arnhem Oost	2,20	1,25	1,73
Nijmegen Centrum	3,20	4,75	3,98
Nijmegen Oost	2,60	3,25	2,93
Nijmegen Zuid	3,40	3,75	3,58
Nijmegen West	2,00	2,50	2,25

Bron: eigen bewerking

De analyse op objectniveau was de volgende stap in het proces. Zowel het aanbod kantoorruimte in Arnhem als in Nijmegen is beoordeeld door ieder drie vastgoedprofessionals die dagelijks actief zijn in het gebied. De kantoorlocaties die als redelijk tot goed zijn beoordeeld op voorzieningenniveau en bereikbaarheid zijn vervolgens beoordeeld op objectniveau.

Het aanbod kantoorruimte in zowel Nijmegen centrum als in Nijmegen zuid scoort op de vier verschillende aspecten gemiddeld matig tot goed. Het gemiddelde van alle aangeboden kantoorpanden in Nijmegen centrum en Nijmegen Brabantse Poort wordt als volgt beoordeeld:

Tabel 30 Gemiddelde score aanbod kantoorruimten, Nijmegen

	Nijmegen Centrum	Nijmegen Zuid
Interne verkeersstructuur/hoofdindeling	3,36	3,27
Kantoorindeling/flexibiliteit	3,48	3,23
Afwerkingsniveau	3,64	3,67
Duurzaamheid	3,74	3,63

Bron: eigen bewerking

De drie resterende kantoorlocaties in Arnhem kennen onderling grotere verschillen. Arnhem centrum en Arnhem noord kennen een lagere beoordeling van de vastgoedprofessionals dan de aangeboden kantoorpanden in Arnhem zuid. Zoals eerder aangegeven zou een reden hiervoor kunnen zijn dat een groot gedeelte van het aanbod in Arnhem zuid (circa 70%) gebouwd is in 1999 of de periode erna. Er is tijdens de bouw van deze objecten duidelijk rekening gehouden met de wensen van de kantoorgebruiker in die tijd en tevens nagedacht over eventuele ontwikkelingen in de (nabije) toekomst.

Tabel 31 Gemiddelde score aanbod kantoorruimten, Arnhem

	Arnhem Centrum	Arnhem Zuid	Arnhem Noord
Interne verkeersstructuur/hoofdindeling	2,65	3,31	2,50
Kantoorindeling/flexibiliteit	2,71	3,46	2,47
Afwerkingsniveau	2,60	3,42	2,47
Duurzaamheid	2,39	3,21	2,33

Bron: eigen bewerking

Op basis van beide analyses is geconcludeerd dat de perifeer gelegen kantoorlocaties niet geschikt zijn voor organisaties die (willen) werken volgens de principes van HNW. Het gaat niet alleen om de ligging van de kantoorlocatie maar tevens om de mono functionaliteit en grauwe uitstraling van de kantoorlocaties. Daarnaast speelt over het algemeen de slechte bereikbaarheid met het openbaar vervoer en het minimale voorzieningenniveau van deze kantoorlocaties een grote rol in de negatieve eindbeoordeling. In tabel 29 is te zien hoe de resterende 5 kantoorlocaties in de stadsregio Arnhem Nijmegen uiteindelijk zijn beoordeeld.

Tabel 32 Eindscore courantheid kantoorlocaties

	Gebiedsniveau	Gebiedsniveau (vastgoedprof.)	Objectniveau	Eindscore
Kronenburg	2,93	3,00	-	-
Gelderse Poort	2,58	2,50	-	-
Totaal	2,75	2,75	3,35	2,95
Arnhem Centrum	4,25	4,67	2,59	3,84
Arnhem Noord	2,63	4,00	2,44	3,02
Nijmegen Centrum	3,98	4,00	3,56	3,85
Nijmegen Zuid	3,58	4,67	3,45	3,90

Bron: eigen bewerking

8. Conclusies en aanbevelingen

In dit hoofdstuk zijn ter afronding van het onderzoek de conclusies geformuleerd. Er is getracht inzicht te verschaffen in de verschillende locatiefactoren die in het locatiekeuzeproces van belang zijn, of de ruimtelijke strategiekeuze is beïnvloed door Het Nieuwe Werken en wat de gevolgen van de nieuwe manier van werken zijn voor de courantheid van de verschillende kantoorlocaties in de stadsregio Arnhem Nijmegen.

8.1 Conclusies

In welke mate is de nieuwe manier van werken van invloed op de ruimtelijke strategiekeuze van bedrijven in de dienstensector op de kantorenmarkt van de Stadsregio?

De nieuwe manier van werken is een containerbegrip en is in principe ontstaan door het aanpassingsvermogen van de mens en de wil om zich te ontwikkelen. De meer traditionele organisatievorm waarin hiërarchie en het centraal stellen van het proces belangrijk zijn, heeft zich ontwikkeld tot een nieuwe manier van werken en dus een nieuwe organisatievorm. Een manier van werken waarbinnen de mens oftewel de medewerker centraal staat. De nieuwe manier van werken is een samenspel tussen de 4 werkprincipes: tijd- en plaats onafhankelijk werken, sturen van medewerkers op resultaat, vrije toegang tot en gebruik van kennis en flexibele arbeidsrelaties. Om dit samenspel optimaal te kunnen faciliteren wordt er op een andere manier gekeken naar het gebruik van vastgoed en de locatie waar organisaties gevestigd zijn. Het kantoor waar organisaties werken wordt een ontmoetingsplaats voor medewerkers. Het moet de medewerkers de mogelijkheid bieden om alle soorten werk optimaal uit te kunnen voeren en het kantoor moet de medewerkers de mogelijkheid bieden en stimuleren om te leren van elkaar. De nieuwe manier van werken vergt dus een ander soort vastgoed dan voorheen. Destijds stond het proces centraal en werd het proces optimaal gefaciliteerd wat resulteerde in kolossale cellenkantoorpanden op monofunctionele kantoorlocaties in de periferie van de stad. Naast het veranderende gebruik van het vastgoed en de nieuwe organisatievorm, beïnvloedt het centraal stellen van de medewerker binnen de organisatie ook de ruimtelijke strategiekeuze van dienstverlenende bedrijven. Het besluitvormingsproces zal weinig tot geen verandering ondergaan maar de volgende stap in het proces naar de keuze voor de meest optimale locatie wel.

Uit het literatuuronderzoek en de enquête is namelijk gebleken dat organisaties een aantal locatiefactoren steeds belangrijker zijn gaan vinden, namelijk: de bereikbaarheid (met het openbaar vervoer), de aansluiting op het hoofdwegennetwerk, het aanbod van kwalitatief hoogwaardige kantoorruimte dat aansluit op de wensen van de organisatie, de nabijheid van voorzieningen en de aanwezigheid van kwalitatief hoogwaardige telecommunicatiemiddelen (bijvoorbeeld glasvezel benodigd voor een goede ICT-infrastructuur). Dit zijn vrijwel allemaal locatiefactoren die ervoor zorgen dat de medewerker zich beter kan ontwikkelen binnen de organisatie en daardoor productiever en ook gelukkiger wordt. De medewerker wilt graag in een prettige omgeving werken, zowel binnen als buiten het kantoor. Binnen de muren van het kantoor wordt dit gefaciliteerd door verschillende werkplekken te creëren waar de verschillende soorten werk optimaal kunnen worden uitgevoerd. Buiten de kantoorwanden spelen factoren als bereikbaarheid, de levendigheid van de omgeving, de ICT mogelijkheden en het voorzieningenniveau een grote rol in het creëren ervan.

Het is dus niet zozeer dat het gehele locatiekeuzeproces wordt beïnvloed, maar wel een gedeelte van dit proces. Met name de locatiefactoren en de eisen die gesteld worden aan het vastgoed zijn veranderd evenals het belang van de niet-economische locatiefactoren ten opzichte van de harde locatiefactoren. De mens oftewel de

medewerker is belangrijker geworden, hierdoor verandert de ruimtelijke strategiekeuze van dienstverlenende organisaties.

In welke mate hebben de gevolgen van de nieuwe manier van werken invloed op de courantheid van de verschillende type kantoorlocaties in de stadsregio Arnhem Nijmegen?

De kantorenmarkt staat er slecht voor en de verwachting is dat er de komende jaren nauwelijks verbetering optreedt. In de stadsregio Arnhem Nijmegen is er een steeds groter wordend gat tussen de opname van kantoorruimte en het aanbod. Daarnaast stijgt de leegstand en ontstaat er een verschuiving van frictie leegstand naar structurele leegstand van kantoorruimten op locaties aan de periferie van de stad. Tevens spelen duurzaamheidseisen, flexibiliteit, (huur)prijstdruk en demografische ontwikkeling een belangrijke rol in de verschraling van de kantorenmarkt. Dit alles wordt nog eens versterkt door de gevolgen van de financiële crisis zoals bezuinigingen en faillissementen van bedrijven.

Naast deze ontwikkelingen, die de kantorenmarkt structureel doen veranderen, stelt Het Nieuwe Werken ook nieuwe eisen aan de locatie. De ligging en de bereikbaarheid van het kantoor en voorzieningen in de directe omgeving van het kantoor hebben een grote aantrekkingskracht op organisaties die (van plan zijn om te gaan) werken volgens de principes van HNW. Een gevarieerd en hoogwaardig voorzieningenniveau en een multi modale bereikbaarheid van een bij voorkeur multi functionele kantoorlocatie zorgen ervoor dat organisaties makkelijker nieuw hoogopgeleid personeel aan kunnen trekken en het huidige personeelsbestand levert betere prestaties.

Op objectniveau zijn er ook ontwikkelingen gaande die de courantheid van kantoren en kantoorlocaties beïnvloeden. De vraag naar open kantoortuinen en vastgoed dat de mogelijkheid biedt om verschillende werkplekken te faciliteren stijgt, de normering van de oppervlakte van werkplekken verandert, organisaties bieden werknemers de mogelijkheid tot thuiswerken etc. Deze ontwikkelingen zorgen ervoor dat naast het optimaliseren van het kantoorpand voor de gebruiker ook de huisvestingskosten gereduceerd kunnen worden. Bedrijven kunnen dus volstaan met een kleiner kantoorpand dan voorheen en dit zal in de toekomst kunnen betekenen dat kolossale kantoorpanden incouranter worden.

Dit onderzoek heeft getracht de kantorenmarkt van de stadsregio Arnhem Nijmegen te beoordelen op courantheid. Dit is gebeurd op zowel gebieds- als op objectniveau. Op gebiedsniveau valt op dat mede door toedoen van Het Nieuwe Werken er zowel in Arnhem als in Nijmegen voorzichtig een tweedeling ontstaat wat kantoorlocaties betreft. De perifere kantoorlocaties scoren gemiddeld slecht tot matig en de centrumlocaties daarentegen scoren goed. Nijmegen Brabantse Poort en Arnhem zuid zijn wat voorzieningenniveau vergelijkbaar met elkaar, maar de bereikbaarheid van Nijmegen Brabantse Poort is beter. De ligging van beide kantoorlocaties ten opzichte van het centrum is nagenoeg gelijk, maar het openbaar vervoer in Arnhem zuid blijft achter bij dat van Nijmegen Brabantse Poort. In zijn algemeenheid kan geconcludeerd worden dat de bedrijven die werken volgens de principes van HNW beter bediend worden in de centrum locaties en in de locaties met een redelijk hoog voorzieningenniveau. De vastgoedprofessionals onderbouwen deze conclusie door de centrumlocaties van beide steden goed tot zeer goed te beoordelen als het gaat om de levendigheid en de aantrekkelijkheid van de kantoorlocaties. Voorzieningen, uitstraling, levendigheid en kwaliteit staan centraal in de motivatie voor de keuzes van de vastgoedprofessionals.

Op objectniveau kunnen we concluderen dat Arnhem zuid, Nijmegen centrum en Nijmegen zuid de meeste potentie hebben. Het aanbod van kantoorruimten is kwalitatief beter en mogelijkheden die de objecten bieden in het kader van Het Nieuwe Werken zijn ruimer. Het merendeel van de objecten is gebouwd na 2000 en heeft een zekere standaard wat afwerkingsniveau betreft. De interne verkeersstructuur en de flexibiliteit en indeelbaarheid van de objecten in is als optimaal te categoriseren.

Echter wordt de courantheid van de kantoorlocaties bepaald op zowel gebieds- als op objectniveau. Op basis van de analyse van alle kantoorlocaties in de Stadsregio Arnhem Nijmegen is de conclusie dat de centrumlocatie in zowel Arnhem als in Nijmegen voldoet aan de eisen van organisaties die (willen) werken volgens de principes van Het Nieuwe Werken. Naast de centrumlocaties biedt Nijmegen zuid ook wat HNW organisaties van een locatie en de objecten verwachten. De ligging van de drie kantoorlocaties en het gevarieerde aanbod van voorzieningen betekenen een voorsprong op de overige kantoorlocaties. Medewerkers vinden het prettig om in de lunchpauze gebruik te kunnen maken van vele voorzieningen, er is een mogelijkheid om met klanten in de nabije omgeving te lunchen, de kinderen kunnen eventueel terecht bij de kinderopvang in het gebied en tevens kan er gebruik worden gemaakt van een of meerde sportscholen. De bereikbaarheid is optimaal, omdat de op- en afritten van de dichtstbijzijnde snelwegen binnen 10 minuten te bereiken zijn en het openbaar vervoer in de gebieden (een station en een transferium) zorgt voor kortere reistijden. Daarnaast voldoet het merendeel van de objecten dat wordt aangeboden in deze gebieden aan de belangrijkste eisen die gesteld worden aan een kantoorpand wanneer HNW een rol speelt binnen de organisatie.

Arnhem zuid en Arnhem noord daarentegen voldoen op verschillende vlakken niet. Arnhem zuid is een uitgestrekte kantoorlocatie met twee gezichten. De objecten in Arnhem Gelderse Poort sluiten goed aan op de eisen die organisaties in deze tijd aan kantoorruimten stellen maar het voorzieningenniveau, de uitstraling en de levendigheid van het gebied is minimaal. Arnhem Kronenburg kent door de aanwezigheid van het winkelcentrum Kronenburg een hoogwaardig voorzieningenniveau, maar door de ligging in een sociale woonkern en de aanwezigheid van gedateerde kantoorpanden die voor het merendeel niet aansluiten op eisen vanuit HNW is de kans erg klein dat het gebied gaat floreren wanneer HNW binnen de organisaties doorzet.

Tabel 33 Kantoorlocaties stadsregio Arnhem Nijmegen - courant

	Gebiedsniveau	Gebiedsniveau (vastgoedprof.)	Objectniveau	Eindscore
Arnhem Centrum	4,25	4,67	2,59	3,84
Nijmegen Centrum	3,98	4,00	3,56	3,85
Nijmegen Zuid	3,58	4,67	3,45	3,90

Bron: Eigen bewerking

8.2 Aanbeveling

De courantheid van verschillende kantoorlocaties in de stadsregio Arnhem Nijmegen laat te wensen over. De verwachting is dat een groot gedeelte van de kantoorruimten niet meer wordt opgenomen door de markt, omdat onder andere het aanbod niet aansluit op de wensen van de gebruiker, het voorzieningenniveau en de bereikbaarheid niet optimaal zijn en de flexibiliteit en uitstraling in en van het pand ver te zoeken zijn. Echter, wanneer er geen actie wordt ondernomen kan dit voor de nabije omgeving en de kantoremarkt *an sich*, nadelige gevolgen hebben. Denk hierbij aan verpaupering, diefstal, vernieling etc. En wanneer er woningen in de omgeving gelegen zijn kan dit zelfs voor een onveilig gevoel bij de inwoners zorgen. Dit onderzoek toont aan wat de eigenschappen van de objecten en de locaties in de stadsregio Arnhem Nijmegen zijn. De resultaten van dit onderzoek kunnen gebruikt worden om oplossingen te vinden voor een ander maatschappelijk probleem namelijk studentenhuisvesting en huisvesting van zorgbehoevenden in de Stadsregio. Het structureel leegstaande aanbod kantoorruimten dat niet meer wordt opgenomen door de markt zal centraal moeten staan in het onderzoek. Verder zal het vervolgonderzoek in het teken moeten staan van transformatie en herbestemming van deze kantoren in de stadsregio Arnhem Nijmegen. Deelnemers aan dit onderzoek zouden de overheid, universiteit, vastgoedadviseurs, beleggers en projectontwikkelaars moeten zijn. Dit zijn de partijen die de kar moeten trekken en ervoor kunnen zorgen dat de kantorenmarkt van stadsregio Arnhem Nijmegen gezonder wordt en andere deelmarkten van de vastgoedmarkt zoals studentenhuisvesting en huisvesting van zorgbehoevenden geoptimaliseerd worden.

8.3 Kritische reflectie

In de inhoudelijke reflectie zal ik terugkijken op het onderzoek en de mogelijkheden en inperkingen hiervan. De persoonlijke reflectie vertelt meer over de aanpak van het onderzoek en de manier waarop hetgeen tot stand is gekomen.

8.3.1 Inhoudelijke en persoonlijke reflectie

Uiteraard hebben zich een aantal moeilijkheden in het onderzoek voorgedaan. De moeilijkheden hebben ook direct invloed gehad op de resultaten. Met name het vinden van relevante theorieën heeft meer tijd gekost dan ik had verwacht. Daar waar ik verwacht had op een eenvoudige manier aan relevante theorieën met betrekking tot de ruimtelijke strategiekeuze van bedrijven te komen, viel dit in de praktijk erg tegen. Daarnaast is er weinig onderzoek gedaan naar de invloed van bepaalde gebeurtenissen of veranderingen op de ruimtelijke strategiekeuze van bedrijven en wordt er minimale aandacht besteed aan met name de weging van locatiefactoren tijdens het locatiekeuzeproces. Er zijn wel algemene studies bekend die locatiefactoren beschrijven maar de weging van locatiefactoren komt maar in een enkele studie naar voren. Dit heeft het proces enigszins vertraagd en ervoor gezorgd dat ik een extra onderdeel aan mijn onderzoek toe heb moeten voegen, namelijk de beoordeling van vastgoedprofessionals. Een tweede punt waar ik achteraf niet tevreden over ben is de opzet en de uitwerking van de enquête die ik heb gebruikt voor dit onderzoek. Hier heb ik te licht over gedacht, waardoor vragen als de penetratie van Het Nieuwe Werken in de Stadsregio onderbelicht zijn gebleven en dit het onderzoek minder body heeft gegeven.

De casestudie is daarentegen, op het gebied van informatievoorzieningen en voortgang erg voorspoedig verlopen. Doordat de casestudie binnen de organisatie plaats heeft gevonden en de betreffende projectgroepsleden veel medewerking verleenden, heeft het praktijkgedeelte van de masterthesis veel diepgang

gekregen. Doordat ik vrij veel binnen de organisatie heb gewerkt en dagelijks mee heb gelopen met een aantal leden van de werkgroep (Stadsregio Arnhem Nijmegen, gemeente Arnhem, gemeente Nijmegen, Strijbosch&Thunnissen en MVGM) heeft mij dit erg veel inzicht verschaft in de vastgoedmarkt van de stadsregio Arnhem Nijmegen. Onderzoek naar de verschillende trends en ontwikkelingen op de deelmarkten en op sociaal-economisch en mobiliteitsvlak hebben mijn onderzoek een bredere empirische basis gegeven dan wanneer ik deze mogelijkheid niet had. Hetzelfde geldt voor het netwerk dat ik in de tussentijd op heb kunnen bouwen, dit is alleen mogelijk wanneer je het onderzoek koppelt aan een stage.

Een ander discussiepunt is de uitvoering van het onderzoek. Tijdens de uitvoering van het onderzoek ben ik namelijk tegen een aantal punten opgelopen die ik vooraf ook niet verwacht had. Het punt dat me de meeste tijd heeft gekost en het meest van belang is, is het operationaliseren van het onderzoek. Dit is een aspect dat ik vooraf onderschat heb en wat er uiteindelijk voor heeft gezorgd dat ik grote gedeelten van het onderzoek herschreven heb. Dit is een aspect dat ik in de toekomst ook anders aan zou pakken door te kiezen voor een aantal extra contactmomenten met mijn thesis begeleider. Dit zorgt er namelijk voor dat tijdens het proces de genomen stappen geëvalueerd worden en fouten tijdig opgespoord en hersteld kunnen worden.

Persoonlijke reflectie

Tijdens het onderzoeksproces voor mijn masterthesis, ben ik veel te weten gekomen over Het Nieuwe Werken en de ruimtelijke strategiekeuzes van bedrijven. Door op deze manier mijn universitaire studiekeerperiode af te ronden, heb ik wetenschappelijke kennis weten te koppelen aan de praktijkaspecten. Dit was voor mij een uitgangspunt bij het begin van de afstudeerperiode zodat de masterthesis zowel wetenschap relevantie bezit, maar zeker ook in de praktijk van toegevoegde waarde is. Om deze reden heb ik er ook voor gekozen mijn afstudeeronderzoek te koppelen aan een opdracht die ik heb uitgevoerd voor de stichting De Vastgoedrapportage. Achteraf zou ik deze keuze niet anders gemaakt hebben en ik ben dan ook van mening dat de ervaringen en kennis uit deze afstudeerperiode ervoor gezorgd hebben, dat de inhoud van deze masterthesis geoptimaliseerd is. Over het algemeen is de voortgang van het onderzoek minder voorspoedig verlopen. De planning, welke van te voren in grote lijnen was uitgezet, is mede door een privé aangelegenheid in de verdrukking gekomen. Dit heeft geresulteerd in een extra studiejaar. Echter heeft deze vertraging mijn leven ook in positieve zin beïnvloed, omdat ik uiteindelijk door MVGM ben benaderd om daar als Research Consultant aan de slag te gaan. Ik ben gesterkt in mijn overtuiging dat het schrijven van een masterthesis in combinatie met een baan zeer goed haalbaar is en zelfs in het voordeel van het onderzoek werkt, daar waar participerende observatie van groot belang is op de betrouwbaarheid en validiteit van een onderzoek. Daarnaast is het leerzaam om, naast een theoretische basis, ook praktijkervaring op te doen.

Bijlagen

Bijlage I Literatuurlijst

- Aalbers (2010) Invloed financiële crisis op locatiekeuze bedrijven stadsregio Arnhem Nijmegen: Weging locatiefactoren veranderd? Nijmegen. Juli 2010
- Aldenhoven, C. et al (2008) De impact van generatie Y op IT. www.compact.nl
- American Economic Review, March, pp 1-33. American Economic Review, March, pp 1-33.
- Baarne, R., Houtkamp, P., Knotter, M. (2010) Het Nieuwe Werken ontrafeld: Over Bricks, Bytes & Behaviour. Assen. Van Gorcum. 2010
- Baarne, R., Houtkamp, P., Knotter, M. (2010) Het Nieuwe Werken ontrafeld: Over Bricks, Bytes & Behaviour. Assen. Van Gorcum. 2010
- Besier (2011). De invloed van Het Nieuwe Werken op gemeentelijk vastgoed. Masterscriptie Vastgoedkunde. Rijkuniversiteit Groningen, Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen.
- Bongenaar, A., Oude Ophuis, G.A., Reijs, Th.A.M. (1995). Vestigingsplaatsfactoren en ruimtelijke structuur. Delft: TNO.
- Bontekoning (2007)
- Brouwer A. E., I. Mariotti & J. N. van Ommeren (2004), The firm relocation decision: An empirical investigation. The Annals of Regional Science 38, pp. 335-347.
- Buijssen 2010
- CBS (2011a) Persbericht: Minder bedrijven en personen failliet in 2010. 8 februari 2011.
- Child, J. & McGrath, R.G. (2001) Organizations Unfettered: Organizational Form in an Information-intensive Economy. In: Academy of Management Journal. Vel 44, nr. 6.
- Christaller, W., (1933). Die Zentralen Orte in SÜddeutschland. Fischer. Vertaald door Baskin, C.W., (1966). Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Cohen & Cyert (1969) The Journal of Business, Vol. 46, No. 3.
- Cushman&Wakefield (2011) European Cities monitor 2011. Londen : C&W
- De Smidt, 1975
- DeWulf, G., De Jonge, H. (1994). Toekomst van de kantorenmarkt 1994-2015. Delft: TU Delft.
- Dijk, M van (2009) Locatietheorie'n. Een historisch overzicht. Voorjaar 2009.

Dinteren, J.H.J., Reitsma, R.F. (1986). Kantoorondernemers en vestigingsplaatskeuze: een onderzoek met behulp van enkele compositionele en decompositionele modellen naar het vestigingsplaatskeuzegedrag van kantoorondernemers in Breda en Tilburg. Nijmegen: Faculteit der Beleidswetenschappen Katholieke Universiteit Nijmegen.

Drs, G.W.A. Maas & Drs. J.W. Pleunis (2006). Facility Management. Kluwer, Alphen aan den Rijn.

DTZ Zadelhoff (2010) Het aanbod veroudert; de Nederlandse markt voor kantoorruimte | maart 2010

Dynamis (2008) Bereikbaarheid belangrijk bij locatiekeuze kantoren. www.facility-info.com April 2008.

Ebels, H., 1997, Oudere stadsdelen en de ruimtelijke effecten van bedrijfsverplaatsingen, Amsterdam (FRW/UVA).

EC (2007) Fin-Focus. DG Interne markt & diensten. Europese Commissie. Nr 3. Mei 2007.

Erken, H., M. Kleijn en F. Lantzendörffer (2004), Buitenlandse directe investeringen in Research & Development: Een onderzoek naar de beweging van buitenlandse R&D investeringen en de achter- liggende lokatiefactoren', Ministerie van Economische Zaken/Senter Novem, Den Haag.

Feldman, M.P. & D.B. Audretsch (1999), 'Innovation in cities: sciencebased diversity, specialization and localized competition', *European Economic Review* 43: 409-429.

Grit, S. (1970). Vestigingsplaatsveranderingen in de kantoorhoudende tertiaire sector. Amsterdam: Afdeling Economische Geografie van het Geografisch Instituut aan de Vrije Universiteit.

Groeneveld, M. (2008) Generaties en generatieleren in organisaties. Hiteq Centrum van innovatie. Juni 2008.

H. Verbruggen-Letty, M. Thunnissen (2010) Het Nieuwe Werken. Van dromen naar doen.

Hal, W. van, Smidt, M. (1979). Ruimtelijk gedrag van de kantorensector. Utrecht: Utrechtse Geografische Studies.

Haterd, B. (2010) Werken nieuwe stijl , A.W. Bruna Uitgevers B.V.

Healey & Baker (1996). European real estate monitor. London, Healey & Baker.

Hessels, M. (1992). Locational dynamics of business services: an intrametropolitan study on the Randstad Holland. Utrecht: Nederlandse Geografische studies.

Het aanbod veroudert; de Nederlandse markt voor kantoorruimte | maart 2010 , afdeling Research, Amsterdam

Bouma, H (2006) "Tevreden werknemers werken lekker thuis". In: Het Financiële Dagblad. 19 januari 2006.

Hoek, E van der (2007) De rol van zachte locatiefactoren voor buitenlandse bedrijven in Noord Brabant. Het besluitvormingsproces, de locatiefactoren, het oordeel van buitenlandse bedrijven over de locatiefactoren in Noord Brabant. September 2007.

- Hooiveld, A (2009) Het Nieuwe Werken: over Werknemer 2.0, geraadpleegd op 25 januari 2011.
- Hoover, E.M., (1937). Location Theory and the Shoe and Leather Industries. Harvard University Press, Cambridge, Mass.
- Hurst, M.E.E., (1972). A geography of economic behavior. Duxbury Press, 387-393.
- Jacobs, J. (1969), The Economy of Cities, New York: Vintage.
- Jansen, A. and D. Hanemaayer (1991). Eisen aan de bedrijfsomgeving in de Randstad. Den Haag, Ministerie van Economische Zaken.
- Kalse, E. (2008) www.NRC.nl Kredietcrisis in vijf stappen 17 september 2008
- Koenen, B. Vieira, V. Verhue, D. (2010) Nederland klaar voor Het Nieuwe Werken; onderzoek in het kader van de Ôweek van Het Nieuwe WerkenÕ, oktober 2010
- Kok, J. & Treffers, M. (2010) Het Nieuwe Werken eist nieuwe leiders: Seeing things differently. Atos Consulting. Mei 2010.
- Krugman, P., (1991a). Geography and Trade, MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- Lambooy, J.G. (1988) Development trajectories of regions. In: Z. Chojnicki (ed.), Concepts and methods in geography, pp. 131-147. Poznan: Adam Mickiewicz University.
- Lefebvre, W., (2003). New Economic Geography versus de geografisch gedifferentieerde, economische ontwikkeling van Vlaams-Brabant, ca. 1850-2000. Center for Economic Studies, Katholieke Universiteit Leuven.
- Louw, E. (1996) Kantoorgebouw en vestigingsplaats. Stedelijke en regionale verkenningen 12, Delftse Universitaire Pers.
- Lukkes, P. (1988). De beste plek. Groningen: Sociaal Geografische reeks, Rijksuniversiteit Groningen.
- Luttik, J. e.a. (2009) Landschap als blinde vlek : een verkenning naar de relatie tussen ruimtelijke factoren en het vestigingsgedrag van buitenlandse bedrijven.
- Machlup, F. (1967) ÔTheories of the Firm: Marginalist, Behavioral and ManagerialÕ.
- Marshall, A. (1890), Principles of Economics, New York: Prometheus Books.
- Marshall, A., (1920). Principles of Economics, Macmillan, London.
- Martin, P., & Rogers, C.A., (1995). Industrial location and public infrastructure. Journal of International Economics, 39 (3/4), 335-351.
- Martin, R., (1999). The new Ôgeographical turnÕ in economics: some critical reflections. Cambridge Journal of Economics, 23 (1), 65-91.

- McCann, P., (2001). *Urban and Regionaleconomics*. Oxford University Press, New York, Ch. 1-4.
- Meer, J. van der en Feijt, M. (2011) Oppervlakte kantoorwerkplek neemt toe bij Het NieuweWerken, Gepubliceerd op www.fmm.nl
- Meester, W.J. (1986). *Subjectieve waardering van bedrijfsvestigingsmilieus in Nederland*. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen Geografisch Instituut.
- Miles, M.E., Berens, G., Weiss, M.A. (2000). *Real Estate Development: principles and process*. Washington D.C.: Urban Land Institute.
- Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelatief (2011) *Het Nieuwe Werken bij het rijk: Van het oude werken De Dingen Die voorbijgaan*. Den Haag: Rijksoverheid. Mei 2011.
- Ministerie van Financien (2009) *Voorjaarsnota 2009*. Den Haag: Rijksoverheid
- Ministerie van Financien (2011) *Miljoenennota 2011*. Den Haag. Rijksoverheid.
- MKB Nederland (2009) *Economische crisis*. Praktijkinfo. 26 maart 2009.
- Mooij, M. (2009) *Ruimte voor Het Nieuwe Werken; Efficiënt, effectief, flexibel en creatief werken in een duurzame omgeving*. Kluwer, 1e druk, 92 pagina's.
- Moses, L.N., (1958). *Location and the Theory of Production*. *Quarterly Journal of Economics*, 72 (2), 259-272.
- Neary, P.J., (2001). *Of Hype and Hyperbolas: Introducing the New Economic Geography*. *Journal of Economic Literature*, 39 (2), 536-561.
- NOS (2009) www.nos.nl Een jaar na de val van Lehman Brothers 12 september 2009
- O'Mara, M.A. (1999). *Strategic Drivers of Location Decisions for Information-Age Companies*, *Journal of Real Estate Research*, 17, (13), 365-386
- Olden, H., (2010) *Uit voorraad leverbaar De overgewaardeerde rol van bouwrijpe grond als vestigingsfactor bij de planning van bedrijventerreinen*, Proefschrift Universiteit Utrecht.
- Oort, F.G. van, R. Ponds, J. van Vliet e.a. (2007), *Verhuizingen van bedrijven en groei van werkgelegenheid*. Den Haag: Planbureau voor de Leefomgeving & Nai-Uitgevers
- Oosterhaven, J. (2010) *Concentratie versus Spreiding. Over oude concepten, nieuwe theorie en krimp*. Rijksuniversiteit Groningen. Juni 2010.
- Pellenbarg, P.H. (1985) *Bedrijfsrelokatie en ruimtelijke cognitie; onderzoeken naar bedrijfsverplaatsingsprocessen en de subjectieve waardering van vestigingsplaatsen door ondernemers in Nederland*. Dissertatie R.U. Groningen, Sociaal-Geografische Reeks no. 33, Groningen: Geografisch Instituut Rijksuniversiteit Groningen.

- Pellenbarg, P.H. (2005), Bedrijfsverplaatsingen. In: Pellenbarg, P.H., P.J.M. van Steen & L. van Wissen (eds.) (2005), Ruimtelijke aspecten van de bedrijvendynamiek in Nederland. Assen: Van Gorcum, pp. 101-121.
- Pen, C.J. (2002) Wat beweegt bedrijven: besluitvormingsprocessen bij verplaatste bedrijven. Utrecht: Koninklijk Nederlands Aardrijkskundig Genootschap
- PWC (2011) Een verkenning van macro economische effecten van Het Nieuwe Werken. 4 november 2011.
- R. Hayter (1997) The Dynamics of Industrial Location: The Factory, The Firm and The Production System Chichester: John Wiley
- Reijs, T. et al. (2001). Core Centra en vestigingsplaatskeuze. Hoe kunnen bedrijventerreinen op duurzame wijze ontwikkelingen in logistieke dienstverlening, ketenvorming en ICT faciliteren? Een State of the art betreffende vestigingsplaatskeuze theorieën, TNO Inro Afdeling R.O., Delft.
- Remøy, H.T. (2010) Out of Office - A study on the cause of office vacancy and transformation as a means to cope and prevent. Dissertatie. Publikatiebureau TU Delft.
- Rijksoverheid (2012) Kamerbrief over het bedrijvenbeleid in uitvoering. Ministerie van Economische zaken, Landbouw en innovatie. Den Haag. 2012.
- Sijas, P. et al (2008) Werknemer 2.0 Is uw organisatie klaar voor de nieuwe generatie werknemers? NCSI. Rotterdam. 2008
- Simon, H. (1966a). Scientific discovery and the psychology of problem solving. In G. C. Robert (Ed.), Mind and cosmos essays in contemporary science and philosophy (pp. 22-40). Latham, MD: Center for the Philosophy of Science.
- Sloterdijk, M.S. and P.J.M. van Steen (1994). Ruimtegebruik en ruimtelijk gedrag van ondernemingen: economisch-demografische bouwstenen. Groningen, Rijksuniversiteit Groningen, Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen.
- Stec (2001). Top 50 locatiebeslissingen Nederland 2000. Nijmegen: Stec Groep B.V.
- Steen, P.J.M. van e.a. (2005), Ruimtelijke aspecten van de bedrijven-dynamiek in Nederland. Van Gorcum, Assen
- Stegeman, H. (2009b) Kennis en economisch onderzoek. Themabericht 2009/05: Lessen uit het verleden: Huidige crisis geen herhaling jaren dertig. Rabobank. Maart 2009
- Stegeman, H. (2009a) Kennis en economisch onderzoek. Themabericht 2009/06: Recessie begin jaren tachtig: Weinig overeenkomsten met nu. Rabobank. Maart 2009
- Telussa, J. et al (2006) Midden in het land. Regionale verdeling van innovatieve bedrijven in het MKB.
- Thrall, G.I. (2002). Business geography and new real estate market analysis. Oxford: University Press.

- ThŸnen, von J.H. (1826), *Der Isolierte Staat in Beziehung auf Landschaft und NationalŸkonomie*. Trans. By C.M. Wartenberg (1966) *Von ThŸnenŸs Isolated State*. Oxford: Pergamon Press.
- Til, R. van (2006). Best bereikbare locatie niet altijd beste locatie. *PropertyNL Magazine*, (6), 36-39.
- TNS NIPO (2011) *Onderzoek in het kader van de week van Het Nieuwe Werken*.
- Troostwijk (2009) *Marktrapportage kantorenmarkt*, uitgave van Troostwijk taxaties research, Amsterdam.
- Twynstra & Gudde (2010) *Nationaal kantorenmarkt onderzoek 2010*. De economische crisis voorbij?
- V&VN (2011) *Strategisch beleidsplan V&VN-SPV 2011-2014: Toekomstbestendige SPV*. Mei 2011.
- Van der Hoek, E. (2007) *De rol van zachte locatiefactoren voor buitenlandse bedrijven in Noord Brabant*. Het besluitvormingsproces, de locatiefactoren, het oordeel van buitenlandse bedrijven over de locatiefactoren in Noord Brabant. September 2007.
- Van Dijk, M. (2009) *Locatietheorieën. Een historisch overzicht*. Voorjaar 2009.
- Van Oort, F. et al (2008) *Agenda voor de woningmarkt*. Koninklijke Vereniging voor de Staathuishoudkunde. Preadviezen 2008. Economische dynamiek in de Randstad. Bedrijven clusteren in kennisintensieve agglomeraties.
- Verbeek-Angelen, F. van (2010) *Het Nieuwe Werken; niet alleen wat, maar ook hoe*, FMI, volume 11, 2010
- Verbruggen-Letty, H. en Thunnissen, M. (2010) *Het Nieuwe Werken; van dromen... naar doen!* Gepubliceerd op www.cwrites.nl
- Visser, N & Legierse, T (2009) *Kennis en economisch onderzoek*. Economie in vrije val. Rabobank. Maart 2009
- VPRO tegenlicht (2009) www.tegenlicht.vpro.nl Tijdslijn Lehman Brothers faillissement 12 oktober 2009
- W.J. Reddin (2011) *Effectief MBO*, Alphen aan de Rijn, Samsom, 1977, pagina 8
- Weber, A., (1909). *Urber don Standort der Industrien* Vertaald door Friedrich, C.J., (1929). University of Chicago Press.
- Witlox, F. (2000), *EDCs in Flanders: more than love at first site*, *Special Lloyd Ÿ Distribution Ÿ* 2000, pp. 9-14.
- www.EuropaNu.nl (2011) *Eurocrisis door begrotingstekort en staatsschuld eurolanden*

Bijlage II Beoordeling Nijmegen

Aantal	Adres	Huisnummer	Postcode	Kantoorlocatie	Bouwjaar	Aanbod	Per	Huurprijs	Jaarhuur	Aanbieder1
1	Bijsterhuizen	1120	6546AS	Brabantse Poort	2006	545	01-12-10	€ 100,00	€ 54.500,00	Stribosch Thunnissen
2	Hogelandseweg	1	6545 AC	Brabantse Poort	1975	517	op aanvraag	€ -	-	Verbeek Groep
3	Kerkenbos	1059	6546BB	Brabantse Poort	2000	630	01-02-11	€ 125,00	€ 78.750,00	Stribosch Thunnissen
4	Kerkenbos	1019	6546BB	Brabantse Poort	1991	692	14-06-07	€ 125,00	€ 86.500,00	Verbeek Groep
5	Kerkenbos	1238	6546BE	Brabantse Poort	2001	750	11-03-08	€ 120,00	€ 90.000,00	Verbeek Groep
6	Kerkenbos	1103e	6546BC	Brabantse Poort	1999	774	01-09-10	€ 120,00	€ 92.880,00	Stribosch Thunnissen
7	Kerkenbos	1008	6546BA	Brabantse Poort	1982	872	19-05-10	€ 120,00	€ 104.640,00	Verbeek Groep
8	Kerkenbos	1063	6546 BB	Brabantse Poort	2009	460	op aanvraag	€ -	-	Beaufort Makelaars
9	Kerkenbos	1033	6546BB	Brabantse Poort	1992	4.100	01-11-05	€ 115,00	€ 471.500,00	Verbeek Groep
10	Takenhofplein	4	6538SZ	Brabantse Poort	1999	1.278	01-01-11	€ 130,00	€ 166.140,00	Verbeek Groep
11	Wijchenseweg	112	6538 SX	Brabantse Poort	1993	523	op aanvraag	€ -	-	Claase Makelaars
12	Wijchenseweg	102	6538SX	Brabantse Poort	1992	595	01-04-10	€ 120,00	€ 71.400,00	Stribosch Thunnissen
13	Wijchenseweg	101	6538SW	Brabantse Poort	1999	850	25-02-09	€ 140,00	€ 119.000,00	Stribosch Thunnissen
14	Wijchenseweg	20	6537TL	Brabantse Poort	1995	2.421	18-03-09	€ 145,00	€ 351.045,00	Stribosch Thunnissen
								€ -	-	
								€ -	-	
								€ -	-	
								€ -	-	
1	Castellastraat	26	6512EX	Centrum	2008	510	30-01-08	€ -	-	Stribosch Thunnissen
2	Keizer Karelplein	32	6511NH	Centrum	1984	3.218	01-12-09	€ 130,00	€ 418.340,00	Stribosch Thunnissen
3	Marenburg	67	6511PS	Centrum	1900	1.140	21-06-11	op aanvraag	€ -	Klaassen Makelaars
4	Nassausingel	2	6511 EV	Centrum	1881	1.007		€ 129,00	€ -	Coreol
5	Nassausingel	3	6511EV	Centrum	1980	1.914	01-03-10	€ 130,00	€ 248.820,00	Stribosch Thunnissen
6	Nieuwe Marktstraat	56	6511 AA	Centrum	1884	2.637		€ 75,00	€ 197.775,00	Claase Makelaars
7	Oranjesingel	72	6511 NZ	Centrum	1904	844		€ -	-	Hans Janssen Makelaars
8	Oranjesingel	64	6511 NZ	Centrum	1905	950	01-02-11	op aanvraag	€ -	Rebrn bedrijfsmakelaars
9	Oranjesingel	1	6511NJ	Centrum	1998	2.533	01-04-11	op aanvraag	€ -	Stribosch Thunnissen
10	St. Jorisstraat	72	6511td	Centrum	1944	1.058	01-09-11	€ 125,00	€ 132.250,00	Stribosch Thunnissen

Bauke Coppes (Stribosch Thunnissen Bedrijfsmakelaars)

Aantal	Interne verkeersstructuur/ hoofddeling	Kantoorindeling/ flexibel ruimtegebruik	Afwerkingsniveau	Duurzaamheid	Totaal score
1	4,00	3,00	3,00	4,00	3,50
2	3,00	2,00	3,00	3,00	2,75
3	4,00	4,00	3,00	4,00	3,75
4	3,00	3,00	5,00	5,00	4,00
5	2,00	3,00	3,00	3,00	2,75
6	4,00	5,00	4,00	4,00	4,25
7	2,00	2,00	3,00	2,00	2,25
8	3,00	3,00	4,00	4,00	3,50
9	2,00	3,00	2,00	1,00	2,00
10	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
11	3,00	4,00	3,00	4,00	3,50
12	4,00	3,00	4,00	4,00	3,75
13	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
14	4,00	3,00	4,00	3,00	3,50
1	3,00	3,00	4,00	4,00	3,50
2	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
3	3,00	3,00	4,00	3,00	3,25
4	3,00	3,00	5,00	4,00	3,75
5	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
6	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
7	3,00	3,00	4,00	4,00	3,50
8	4,00	3,00	2,00	4,00	3,25
9	4,00	4,00	4,00	3,00	3,75
10	2,00	2,00	4,00	3,00	2,75

Zachte locatiefactoren

Nijmegen	Aantrekkelijkheid/levendigheid/ kantoorlocatie	Kwaliteit/ directe omgeving/ aantrekkelijkheid/ ligging	
Nijmegen Brabantse Poort	4	4	Prima kantoorlocatie met een uitstekende bereikbaarheid zowel per auto als ov. Doordat winkel centrum Dukenburg nabij is gelegen beschikt het over ruime voormeningen. Een leuke mix met ook enkele grote kantoorgebruikers.
Nijmegen Oost	5	5	Zeer aantrekkelijke locatie door veelvoudigheid aan stange panden. Een van de betere wijken in Nijmegen.
Nijmegen Centrum	4	4	Ruime aanwezigheid van voorzieningen. Door het vele verkeer een goede zichtlocatie.
Nijmegen West	2	2	Meer productie gebonden locatie met groot verkeer. Niet de nr. 1 kantoorlocatie van Nijmegen mede door de aanwezigheid van een relatief groot aantal aan gedateerde panden. Wellicht in de toekomst een belangrijkere locatie voor kantoorgebruikers ivm nieuwe brug.

Pieter Haanappel (Verbeek Bedrijfsmakelaardij)

Aantal	Interne Verkeersstructuur/hoofdindeling	Kantoorindeling/flexibele ruimtegebruik	Afwerkingsniveau	Duurzaamheid	Totaalscore
1	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
2	3,00	2,00	3,00	3,00	2,75
3	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
4	3,00	4,00	5,00	5,00	4,25
5	4,00	4,00	3,00	4,00	3,75
6	4,00	4,00	4,00	5,00	4,25
7	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
8	3,00	3,00	4,00	4,00	3,50
9	4,00	4,00	3,00	4,00	3,75
10	4,00	4,00	5,00	5,00	4,50
11	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
12	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
13	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
14	3,00	4,00	4,00	4,00	3,75
1	4,00	4,00	3,00	4,00	3,75
2	3,00	3,00	4,00	3,00	3,25
3	3,00	3,00	4,00	4,00	3,50
4	3,00	3,00	4,00	4,00	3,50
5	4,00	3,00	4,00	4,00	3,75
6	4,00	3,00	4,00	4,00	3,75
7	4,00	3,00	5,00	4,00	4,00
8	3,00	4,00	3,00	4,00	3,50
9	4,00	3,00	5,00	4,00	4,00
10	3,00	4,00	3,00	4,00	3,50

Zachte locatiefactoren

Nijmegen		Aantrekkelijkheid/levendigheid kantoorlocatie		Kwaliteit directe omgeving/aantrekkelijke ligging
				Goede bereikbaarheid, veelal goede "nieuwe" gebouwen, goede parkeernorm, zeer goede voorzieningen (bus, trein, winkels).
Nijmegen Brabantse Poort		5	5	
				Slechte bereikbaarheid, veelal oude gebouwen, slechte parkeerfaciliteiten, redelijke voorzieningen (bus/winkels).
Nijmegen Oost		3	3	
				Slechte bereikbaarheid, veelal oude gebouwen, slechte parkeerfaciliteiten, goede voorzieningen (bus/trein/winkels).
Nijmegen Centrum		4	4	
				Goede bereikbaarheid, combi oude/nieuwe gebouwen, goede parkeerfaciliteiten, matige/redelijke voorzieningen (bus)
Nijmegen West		3	3	

Sjoerd Roelofs (Strijbosch&Thunnissen Bedrijfsmakelaardij)

Aantal	Interne verkeersstructuur/ hoofdindeling	Kantoorindeling flexibel ruimtegebruik	Afwerkingsniveau	Duurzaamheid	Totaal score
1	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
2	3,00	2,00	3,00	3,00	2,75
3	3,00	4,00	3,00	3,00	3,25
4	3,00	3,50	5,00	5,00	4,13
5	2,00	3,00	3,00	3,00	2,75
6	4,00	4,00	4,00	5,00	4,25
7	2,00	2,00	3,00	2,00	2,25
8	3,00	3,00	4,00	4,00	3,50
9	2,00	3,00	2,00	2,00	2,25
10	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
11	3,00	4,00	3,00	4,00	3,50
12	3,00	4,00	3,00	4,00	3,50
13	4,00	4,00	5,00	4,00	4,25
14	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
1	4,00	4,00	3,00	4,00	3,75
2	2,00	3,00	3,00	3,00	2,75
3	3,00	3,00	4,00	3,00	3,25
4	3,00	3,00	5,00	4,00	3,75
5	2,00	4,00	3,00	3,00	3,00
6	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
7	3,00	3,00	4,00	4,00	3,50
8	4,00	3,00	2,00	4,00	3,25
9	4,00	4,00	5,00	4,00	4,25
10	4,00	4,00	3,00	4,00	3,75

Zachte locatiefactoren

Nijmegen		Aantrekkelijkheid/levendigheid kantoorlocatie		Kwaliteit directe omgeving/aantrekkelijke ligging	
					Kerkenbos is een goed onderhouden terrein met veel groen, direct aangesloten aan de woonomgeving. Nabij bus en NS station Dukenburg en winkelcentrum dukenburg en het congressentrum Trivium. Pijnsttechnisch interessant en goede bereikbaarheid.
Nijmegen Brabantse Poort		4	4		
					Zeer gewilde locatie, nabij centrum met al haar voorzieningen. redelijke bereikbaarheid.
Nijmegen Oost		5	5		
					Gewilde locatie, nabij centrum met al haar voorzieningen
Nijmegen Centrum		5	4		
					veel industrie en "oudere" panden momenteel, in de nabije toekomst met de komst van de nieuwe stadsbrug en de provinciale (energieweg) een aantrekkelijkere locatie.
Nijmegen West		3	2		

Bijlage III Beoordeling Arnhem

Aantal	Adres	Numme	postcode	Kantoorlocatie	bouwjaar	Metrage	aanbod	huurprijs per m²	partij 1	partij 2	partij 3
1	Broerenstraat	39	6811EB	Centrum	1985	3.171	3.171	€	135,00	ST	MVGM
2	Broekstraat	32	6828PZ	Centrum	1960	1.000		€	80,00	Rosendaal Makelaars	
3	Eusebiusbuitensingel	61	6828HZ	Centrum	1992	28.000	1.100	€	159,00	Free fight	
4	Eusebiusplein	1	6811HE	Centrum	1995	4.250	4.250	€	159,00	Free fight	
5	Gele Rijders Plein	15	6811AN	Centrum	1991	3.236	3.236			JLL	
6	Gele Rijders Plein	11	6811AN	Centrum	1960	2.708	904	€	130,00	DTZ	MVGM
7	Jansbuitensingel	24	6811AD	Centrum	1976	4.536	4.536			DTZ	
8	Jansbuitensingel	23	6811AD	Centrum	1976	2.508	2.508			ST	DTZ
9	Jansbuitensingel	20	6811AD	Centrum	1970	1.455	1.455	€	135,00	MVGM	
10	Jansbuitensingel	29	6811AD	Centrum	1955	1.500	510	€	127,50	ABC	
11	Jansbuitensingel	30	6811AE	Centrum	1989	3.229	1.290			DTZ	ST
12	Janspoort	2	6811GE	Centrum	1952	2.356	2.356	€	105,00	ST	DK
13	Nieuwe Oeverstraat	50	6811JB	Centrum	1993	9.155	4.683			MVGM	DTZ
14	Nieuwe Plein	1	6811KN	Centrum	1965	3.300	2.154			ST	
15	Nieuwe Plein	3	6811KN	Centrum	1965	778	778	€	85,00	ST	
16	Nieuwe Plein	7	6811KN	Centrum	1965	670	670			ST	
17	Nieuwe Stationsstraat	20	6811 KS	Centrum	2010	7.808	3.905			DTZ	
18	nieuwe stationsstraat	10	6811KS	Centrum	2005	12.033	1.587			Free fight	
19	Oude Oeverstraat	120	6811JZ	Centrum	1980	5.532	1.578	€	159,00	Free fight	
20	Utrechtsestraat	38	6811LZ	Centrum	1998	4.132	2.645	€	150,00	ST	DTZ
21	Utrechtsestraat	41	6811LT	Centrum	1900	562	562			ST	
22	Willemssplein	46	6811KD	Centrum	1951	3.647	2.577			DTZ	
23	Willemssplein	20	6811KB	Centrum	1880	2.400	1.106	€	90,00	DTZ	
24	Willemssplein	22	6811KB	Centrum	1840	2.587	2.587			MVGM	
25	Bergstraat	280	6811LH	Centrum	1955	3.900	3.900			Free fight	
								57.656			
1	Burg Matersingel	200	6843NZ	Zuid	1986	4.665	1.242	€	120,00	ST	DTZ
2	Groningensingel	51	6835EB	Zuid	1978	12.048	12.048	€	125,00	ST	DTZ
3	Groningensingel	1	6835EA	Zuid	1975	25.000	2.400			ST	DTZ
4	Kroonpark	2	6831GV	Zuid	2000	2.615	860	€	135,00	ST	DTZ
5	Mr. B.M. Teldersstraat	3	6842CT	Zuid	2004	3.496	3.496	€	150,00	MVGM	DTZ
6	Mr. B.M. Teldersstraat	4	6842CT	Zuid	2002	2.084	2.084	€	135,00	ST	DTZ
7	Mr. B.M. Teldersstraat	9	6842CT	Zuid	2005	3.525	1.624	€	140,00	MVGM	
8	Mr. B.M. Teldersstraat	5	6842CT	Zuid	2007	3.400	643	€	159,00	Free fight	
9	Mr. B.M. Teldersstraat	13	6842CT	Zuid	2002	2.020	502	€	140,00	DTZ	ST
10	Mr. E.N. van Kleffensstraat	4	6842CV	Zuid	1999		1.043			MVGM	
11	Mr. E.N. van Kleffensstraat	16	6842CV	Zuid	2000	1.643	1.643	€	150,00	ST	DTZ
12	Mr. E.N. van Kleffensstraat	14	6842CV	Zuid	2001	3.178	1.037			dtz	mvgm
13	Mr. E.N. van Kleffensstraat	12	6842CV	Zuid	2000	3.110	1.528	€	135,00	MVGM	DTZ
14	Rijksweg-West	2	6842BD	Zuid	1997	36.219	4.000			DTZ	
15	Vlaardingenweg	7	6843GN	Zuid	1993	1.047	1.047	€	110,00	ST	mvgm
16	Wassenaarweg	40	6843NW	Zuid	1980	3.100	3.100			ST	
								39.484			
1	De Wetstraat	1		Noord	502	502		€	110,00	ST	
2	Koningsweg	8	6816TB	Noord	830	830				ST	
3	Lovinklaan	1	6821HX	Noord	2556	1.625	450			ST	MVGM
4	Tivololaan	205	6824EV	Noord	15152	7.000	7000	€	125,00	ST	DTZ
5	Velperweg	18-20		Noord	3165	3.165				DTZ	
6	Velperweg	35		Noord	5375	2.973		€	130,00	ST	DTZ
7	Velperweg	22-24		Noord	5233	1.565		€	125,00	ST	DTZ
8	Velperweg	76		Noord	1445	1.445	1445	€	135,00	DK	ABC
9	Velperweg	76		Noord	30000	3.000		€	135,00	DTZ	
10	Velperweg	8		Noord	1302	1.302		€	125,00	ST	DTZ
11	Velperweg	67		Noord	951	951				free fight	
12	Velperweg	10		Noord	4968	631		€	135,00	ST	DTZ
13	Vosdijk	ong	6824BB	Noord	725	725		€	115,00	DTZ	

Hans Stroet (MVGM Vastgoedtaxaties)

Aantal	Adres	Int. verkeersstructuur hoofdingeling	Kantoorindeling flexibiliteit	Afwerkingsniveau	Duurzaamheid	Totaal score
1	Broerenstraat	4,00	4,00	4,00	3,00	3,75
2	Broekstraat	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
3	Eusebiusbuitensingel	3,00	3,00	4,00	3,00	3,25
4	Eusebiusplein	2,00	1,00	2,00	2,00	1,75
5	Gele Rijders Plein	4,00	4,00	4,00	3,00	3,75
6	Gele Rijders Plein	2,00	2,00	3,00	2,00	2,25
7	Jansbuitensingel	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
8	Jansbuitensingel	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
9	Jansbuitensingel	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
10	Jansbuitensingel	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
11	Jansbuitensingel	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
12	Janspoort	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
13	Nieuwe Oeverstraat	4,00	3,00	4,00	4,00	3,75
14	Nieuwe Plein	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
15	Nieuwe Plein	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
16	Nieuwe Plein	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
17	Nieuwe Stationsstraat	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
18	nieuwe stationsstraat	4,00	4,00	4,00	5,00	4,25
19	Oude Oeverstraat	4,00	3,00	3,00	2,00	3,00
20	Utrechtsestraat	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
21	Willemsplein	3,00	3,00	2,00	3,00	2,75
22	Willemsplein	3,00	3,00	3,00	2,00	2,75
23	Willemsplein	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
24	Bergstraat	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

Aantal	Adres	Int. verkeersstructuur hoofdingeling	Kantoorindeling flexibiliteit	Afwerkingsniveau	Duurzaamheid	Totaal score
1	Burg Matsersingel	4,00	4,00	4,00	3,00	3,75
2	Groningensingel	3,00	3,00	2,00	1,00	2,25
3	Groningensingel	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
4	Kroonpark	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
5	Mr. B.M. Teldersstraat	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
6	Mr. B.M. Teldersstraat	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
7	Mr. B.M. Teldersstraat	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
8	Mr. B.M. Teldersstraat	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
9	Mr. B.M. Teldersstraat	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
10	Mr. E.N. van Kleffensstraat	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
11	Mr. E.N. van Kleffensstraat	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
12	Mr. E.N. van Kleffensstraat	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
13	Mr. E.N. van Kleffensstraat	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
14	Rijksweg-West	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
15	Vlaardingenweg	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
16	Wassenaarweg	2,00	3,00	2,00	3,00	2,50

Aantal	Adres	Int. verkeersstructuur hoofdingeling	Kantoorindeling flexibiliteit	Afwerkingsniveau	Duurzaamheid	Totaal score
1	De Wetstraat	2,00	2,00	3,00	2,00	2,25
2	Lovinklaan	3,00	3,00	4,00	3,00	3,25
3	Tivololaan	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
4	Velperweg	2,00	2,00	1,00	1,00	1,50
5	Velperweg	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
6	Velperweg	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
7	Velperweg	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
8	Velperweg	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
9	Velperweg	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
10	Velperweg	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
11	Velperweg	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
12	Vosdijk	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00

Zachte locatiefactoren

Locatie	Aantrekkelijkheid/levendigheid	Kantoorlocatie	Kwaliteit	Directe omgeving/aantrekkelijke ligging	Opmerkingen
Amsterdam Zuid - Kronenburg	3		3		De kantoorlocatie op zichzelf is beperkt representatief in verband met de aanwezigheid van grootschalige, gedateerde kantoorgebouwen met een beperkte kwalitatieve uitstraling. Lage huurprijzen en omvangrijk aanbod. Als positief is de aanwezigheid van Winkelo centrum Kronenburg te beoordelen.
Amsterdam Zuid - Gelderse Poort	4		3		Goede ontsluiting nabij a325 en gelegen tussen Amstam en Nijmegen. Het betreft een kantorenpark zonder aanwezigheid van overige functies waardoor er een monotoon beeld bestaat. De parkeervoorziening zijn ondermaats. Waardoor op het straatbeeld veel auto's zijn waar te nemen.
Amsterdam Zuid - Totaal	3,50		3,00		Uitstekende bereikbaarheid en grote diversiteit aan objecten. Varierend van monumentaal tot nieuwbouw. Voor medewerkers wordt als prettig ervaren om tijdens pauzes "het centrum" te kunnen bezoeken.
Amsterdam Centrum	4		4		Bijv. Amstams Buiten. Wordt meer gezien als een solitaire kantoorlocatie met specifieke kenmerken, waaronder centraal en toch in het groen. De bereikbaarheid wordt door de grote kantoorgebruikers ter plaatse als beperkend beoordeeld. Ook de secundaire voorzieningen zijn slechts op beperkte schaal aanwezig.
	5		5		
Amsterdam Vest	3		3		Goed bereikbaar en overwegend onderscheidende uitstraling van de kantoorpanden (monumentaal). Veelal beperkte indelingsmogelijkheden en beperkte parkeermogelijkheden. Afhankelijk van exacte ligging van het betreffende object welke goede centrum (wijkcentrum) voorzieningen.
Amsterdam Noord	4		4		Kent een beperkte, veelal gedateerde, kantooraanbod. Enkele grootschalige objecten. Beperkte vraag vanuit de markt bij een toenemend aanbod. De komst van station Schuifgraaf kan als positief worden beoordeeld. Overwegend beperkte representativiteit van panden. De voorzieningen (winkelcentra) zijn in de nabijheid aanwezig.
Amsterdam Oost	3		3		

Jacco Vogelaar (Strijbosch&Thunnissen Bedrijfsmakelaardij)

Aantal	Adres	Int. verkeersstructuur hoofdingeling	Kantoorindelingflexibiliteit	Afwerkingsniveau	Duurzaamheid	Totaal score
1	Broerenstraat	3,00	4,00	2,00	2,00	2,75
2	Broekstraat	3,00	3,00	2,00	2,00	2,50
3	Eusebiusbuitensingel	4,00	5,00	4,00	4,00	4,25
4	Eusebiusplein	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
5	Gele Rijders Plein	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
6	Gele Rijders Plein	2,00	2,00	3,00	3,00	2,50
7	Jansbuitensingel	2,00	2,00	1,00	2,00	1,75
8	Jansbuitensingel	2,00	3,00	2,00	2,00	2,25
9	Jansbuitensingel	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
10	Jansbuitensingel	3,00	3,00	3,00	2,00	2,75
11	Jansbuitensingel	3,00	3,00	3,00	2,00	2,75
12	Janspoort	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
13	Nieuwe Oeverstraat	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
14	Nieuwe Plein	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
15	Nieuwe Plein	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
16	Nieuwe Plein	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
17	Nieuwe Stationsstraat	4,00	5,00	4,00	4,00	4,25
18	nieuwe stationsstraat	3,00	5,00	4,00	4,00	4,00
19	Oude Oeverstraat	3,00	4,00	3,00	2,00	3,00
20	Utrechtsestraat	2,00	3,00	3,00	2,00	2,50
21	Willemsplein	4,00	4,00	3,00	2,00	3,25
22	Willemsplein	4,00	4,00	2,00	2,00	3,00
23	Willemsplein	3,00	3,00	2,00	1,00	2,25
24	Bergstraat	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

Aantal	Adres	Int. verkeersstructuur hoofdingeling	Kantoorindelingflexibiliteit	Afwerkingsniveau	Duurzaamheid	Totaal score
1	Burg Matersingel	3,00	3,00	4,00	3,00	3,25
2	Groningensingel	4,00	4,00	2,00	1,00	2,75
3	Groningensingel	5,00	5,00	4,00	4,00	4,50
4	Kroonpark	2,00	2,00	3,00	3,00	2,50
5	Mr B.M. Teldersstraat	2,00	3,00	3,00	3,00	2,75
6	Mr B.M. Teldersstraat	4,00	4,00	3,00	3,00	3,50
7	Mr B.M. Teldersstraat	3,00	3,00	3,00	2,00	2,75
8	Mr B.M. Teldersstraat	3,00	4,00	5,00	4,00	4,00
9	Mr B.M. Teldersstraat	2,00	3,00	3,00	3,00	2,75
10	Mr E.N. van Kleffensstraat	3,00	4,00	4,00	3,00	3,50
11	Mr E.N. van Kleffensstraat	3,00	3,00	4,00	3,00	3,25
12	Mr E.N. van Kleffensstraat	4,00	4,00	3,00	3,00	3,50
13	Mr E.N. van Kleffensstraat	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
14	Rijksweg-West	4,00	4,00	5,00	3,00	4,00
15	Vlaardingenweg	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
16	Wassenaarweg	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00

Aantal	Adres	Int. verkeersstructuur hoofdingeling	Kantoorindelingflexibiliteit	Afwerkingsniveau	Duurzaamheid	Totaal score
1	De Wetstraat	1,00	1,00	3,00	1,00	1,50
2	Lovinklaan	1,00	1,00	2,00	1,00	1,25
3	Tivololaan	5,00	4,00	3,00	2,00	3,50
4	Velperweg	3,00	3,00	1,00	1,00	2,00
5	Velperweg	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
6	Velperweg	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
7	Velperweg	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
8	Velperweg	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
9	Velperweg	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
10	Velperweg	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
11	Velperweg	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
12	Voedijk	4,00	4,00	3,00	2,00	3,25

Zachte locatiefactoren

Locatie	Aantrekkelijkheid/levendigheid kantoorlocatie	Kwaliteit directe omgeving/aantrekkelijke ligging
Arnhem Zuid - Kronenburg	2	3
Arnhem Zuid - Gelderse Poort	1	3
Arnhem Zuid - totaal	1,50	3,00
Arnhem Centrum	5	5
Arnhem West	3	3
Arnhem Noord	4	4
Arnhem Oost	3	3

Uitstraling 0, sociale woonkern, rommelig, gedateerd, Partje Winkelcentrum.

Hoogwaardige kantoren, monofunctionele kantoorlocatie daardoor niet aantrekkelijk

Voorzieningen vertier en vermaak in omgeving

Gemengd wonen werken, bereikbaarheid beperkt. Groene omgeving. Beperkte voorzieningen

Voorzieningen en bereikbaarheid prima. Kleinschaligheid en kantoorvillas. Aanbod sluit niet aan op HNW

Autobereikbaarheid goed, kantoorpand grote vloeren, monofunctioneel. weinig voorzieningen. Drama bereikbaarheid ov.

Marc Dirksen (MVG Bedrijfshuisvesting)

Aantal	Adres	Int. verkeersstructuur hoofddeling	Kantoorindeling/flexibiliteit	Afwerkingsniveau	Duurzaamheid	Totaal score
1	Broerenstraat	4,00	4,00	4,00	3,00	3,75
2	Broekstraat	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
3	Eusebiusbuitensingel	3,00	3,00	4,00	3,00	3,25
4	Eusebiusplein	2,00	1,00	2,00	2,00	1,75
5	Gele Rijders Plein	3,00	3,00	4,00	3,00	3,25
6	Gele Rijders Plein	2,00	2,00	3,00	2,00	2,25
7	Jansbuitensingel	3,00	4,00	3,00	2,00	3,00
8	Jansbuitensingel	3,00	4,00	4,00	3,00	3,50
9	Jansbuitensingel	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
10	Jansbuitensingel	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
11	Jansbuitensingel	3,00	3,00	3,00	2,00	2,75
12	Janspoort	3,00	2,00	2,00	2,00	2,25
13	Nieuwe Oeverstraat	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
14	Nieuwe Plein	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
15	Nieuwe Plein	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
16	Nieuwe Plein	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
17	Nieuwe Stationsstraat	4,00	4,00	4,00	5,00	4,25
18	nieuwe stationsstraat	4,00	4,00	3,00	4,00	3,75
19	Oude Oeverstraat	4,00	3,00	3,00	2,00	3,00
20	Utrechtsestraat	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
21	Willemsplein	2,00	3,00	2,00	3,00	2,50
22	Willemsplein	3,00	2,00	3,00	2,00	2,50
23	Willemsplein	3,00	3,00	2,00	2,00	2,50
24	Bergstraat	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

Aantal	Adres	Int. verkeersstructuur hoofddeling	Kantoorindeling/flexibiliteit	Afwerkingsniveau	Duurzaamheid	Totaal score
1	Burg Matersingel	3,00	4,00	4,00	3,00	3,50
2	Groningensingel	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
3	Groningensingel	3,00	3,00	4,00	4,00	3,50
4	Kroonpark	4,00	4,00	4,00	3,00	3,75
5	Mr. B.M. Teldersstraat	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
6	Mr. B.M. Teldersstraat	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
7	Mr. B.M. Teldersstraat	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
8	Mr. B.M. Teldersstraat	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
9	Mr. B.M. Teldersstraat	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
10	Mr. E.N. van Kleffensstraat	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
11	Mr. E.N. van Kleffensstraat	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
12	Mr. E.N. van Kleffensstraat	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
13	Mr. E.N. van Kleffensstraat	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
14	Rijksweg-West	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
15	Vlaardingenweg	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
16	Wassenaarweg	2,00	3,00	2,00	3,00	2,50

Aantal	Adres	Int. verkeersstructuur hoofddeling	Kantoorindeling/flexibiliteit	Afwerkingsniveau	Duurzaamheid	Totaal score
1	De Wetstraat	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
2	Lovinklaan	2,00	3,00	3,00	3,00	2,75
3	Tivololaan	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
4	Velperweg	2,00	2,00	1,00	1,00	1,50
5	Velperweg	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
6	Velperweg	2,00	2,00	2,00	3,00	2,25
7	Velperweg	3,00	2,00	2,00	3,00	2,50
8	Velperweg	2,00	2,00	3,00	3,00	2,50
9	Velperweg	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
10	Velperweg	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
11	Velperweg	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
12	Vosdijk	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00

Zachte locatiefactoren

Locatie	Aantrekkelijkheid/levendigheid kantoorlocatie	Kwaliteit directe omgeving/aantrekkelijke ligging	
Arnhem Zuid - Kronenburg	4	3	De kantoorlocatie op zichzelf is beperkt representatief in verband met de aanwezigheid van grootschalige, gedateerde kantoorgebouwen met een beperkte kwalitatieve uitstraling. Lage huurprijzen en omvangrijk aanbod. Als positief is de aanwezigheid van Winkelcentrum Kronenburg te beoordelen met daarbij de goede bereikbaarheid per bus (9x in het uur bij WC Kronenburg).
Arnhem Zuid - Gelderse Poort	3	3	Goede ontsluiting nabij a325 en gelegen tussen Arnhem en Nijmegen. Het betreft een kantorenpark zonder aanwezigheid van overige functies waardoor er een monotoon beeld bestaat. De parkeervoorziening zijn ondermaats. Waardoor op het straatbeeld veel auto's zijn waar te nemen.
Arnhem Zuid - totaal	3,50	3,00	
Arnhem Centrum	4	4	Uitstekende bereikbaarheid en grote diversiteit aan objecten. Variërend van monumentaal tot nieuwbouw. Voor medewerkers wordt als prettig ervaren om tijdens pauzes "het centrum" te kunnen bezoeken.
	5	5	
Arnhem West	3	3	Bijv. Amhems Buiten. Wordt meer gezien als een solitaire kantoorlocatie met specifieke kenmerken, waaronder centraal en toch in het groen. De bereikbaarheid wordt door de grote kantoorgebruikers ter plaatse als beperkend beoordeeld. Ook de secundaire voorzieningen zijn slechts op beperkte schaal aanwezig.
Arnhem Noord	4	4	Goed bereikbaar en overwegend onderscheidende uitstraling van de kantoorpanden (monumentaal). Veelal beperkte indelmogelijkheden en beperkte parkeermogelijkheden. Afhankelijk van exacte ligging van het betreffende object welke goede centrum (wijkcentrum) voorzieningen.
Arnhem Oost	4	3	Kent een beperkte, veelal gedateerde, kantooraanbod. Enkele grootschalige objecten. Beperkte vraag vanuit de markt bij een toenemend aanbod. De komst van station Schuytgraaf kan als positief worden beoordeeld. Kantoren IJsseloord 2 een score van 3 en 3. Overwegend beperkte representativiteit van panden. De voorzieningen (winkelcentra) zijn in de nabijheid aanwezig.

Bijlage IV Enquête

1.1	Wat is de grootte van uw bedrijf (in werknemers)?							
	1	2-4	5-9	10-19	20-49	50-99	100-499	>500
1.2	In wat voor ruimte is uw bedrijf (hoofdzakelijk) gevestigd?							
	Kantoorruimte → 1.3a		Bedrijfsruimte met kantoor → 1.3c		Bedrijfsruimte zonder kantoor → 1.3c		Winkelruimte → 1.3b	
	Bedrijf aan huis → alle 3 de opties 1.3a/b/c		Onderwijsruimte → 1.3a		(medische) Praktijkruimte → 1.3a		Horeca → 1.3a	
	Anders, namelijk:							
1.3a	In welke branche is uw bedrijf actief?							
Kant.	Overheid		Zakelijke dienstverlening		Financiële dienstverlening		Commerciële dienstverlening	
	Informatie en		Cultuur-, Sport &		Onderwijs		Gezondheidszorg	

	Communicatie	Recreatie						
	Anders, namelijk:							
1.7b	In welke branche is uw bedrijf actief?							
Win.	Supermarkt/ Warenhuizen	Gespecialiseerde winkels	Voeding- en Genotwinkels	Winkel in Consumtenelectr.				
	Overige huishoudelijke artikelen	Lectuur-, sport-, kampeer en recreatieartikelen	Winkels in overige artikelen	Detailhandel niet via winkelmarkt (bijv. internetwinkel)				
	Anders, namelijk:							
1.7c	In welke branche is uw bedrijf actief?							
Bedr.	Zakelijke dienstverlening	Andere dienstverlening	Logistiek	Industrie				
	Handel en reparatie	Bouw	Innovatie/ R&D	Anders, namelijk:				
	Een dropbox bij iedere branche met daarin de branche verder gespecificeerd.							
1.4	Wat is het totaal aantal vierkante meters oppervlakte bedrijfs- / kantoorruimte van uw bedrijf (b.v.o.)?							
	0-50, nl. ... m2 bvo	50-250, nl. ... m2 bvo	250-500, nl. ... m2 bvo	500-1000, nl. ... m2 bvo	1000-2000, nl. ... m2 bvo	2000-3000, nl. ... m2 bvo	3000-4000, nl. ... m2 bvo	>4000, nl. ... m2 bvo
1.5	Wat is het percentage kantoorruimte ten opzichte van het totaal aan ruimte?							
	0-10		10-25		25-50		50-75	
	75-100							
1.6	Heeft uw bedrijf het huidige pand in (hoofdvestiging):							
	Eigendom →1.7b		Huur →1.7c		Anders		Weet niet	
1.7b	Kunt u aangeven waarom u het gebouw in eigendom heeft (hoofdvestiging)?							

	Financieel aantrekkelijk	Beperkt aanbod huurmarkt	Geen behoefte aan flexibiliteit	Anders, namelijk:
1.7c	Kunt u aangeven waarom u het gebouw huurt (hoofdvestiging)?			
	Financieel aantrekkelijk	Beperkt aanbod koopmarkt	Behoeftte aan flexibiliteit	Anders, namelijk:
1.8	Is de ruimtebehoefte de voorbije drie jaar (hoofd- en eventuele nevenvestigingen):			
	Gedaald →1.8b	Gelijk gebleven →1.9	Gestegen →1.8b	
1.8b	Wat is de belangrijkste reden voor de verandering in behoefte (hoofd- en eventuele nevenvestigingen)?			
	Bedrijfseconomisch/ conjunctuur	Fusie	Toekomst/ Strategie	Veroudering van het pand
	Gebruiksmogelijkheden			
2. Huidige huisvesting				
2.1	In welke gemeente is uw bedrijf gevestigd (hoofdvestiging)?			
	Arnhem	Beuningen	Doesburg	Duiven
	Groesbeek	Heumen	Lingewaard	Millingen a/d Rijn
	Montferland	Mook en Middelaar	Nijmegen	Overbetuwe
	Renkum	Rheden	Rozendaal	Rijnwaarden
	Ubbergen	Westervoort	Wijchen	Zevenaar
2.2	Wat is de postcode van uw bedrijf (hoofdvestiging)?			

2.3	Kunt u aangeven waarom uw bedrijf in de Stadsregio Anrhem-Nijmegen is gevestigd?			
	Ondernemer woonachtig in de regio	Afzetmarkt	Regiovestiging/ Kantoor	Vestigingsklimaat
	Arbeidspotentieel (kwantitatief)	Prijs/Kwaliteit van de bedrijfshuisvesting	Kwaliteit van arbeidsaanbod (opleidingsniveau)	

2.4	Kunt u aangeven wanneer uw bedrijf voor het laatst is verhuisd (hoofdvestiging)?			
	<1970	1970-1980	1980-1990	1990-2000
	>2000	Eerste vestigingsplaats		
2.5	Waar was uw bedrijf voorheen gevestigd?			
	Zeer nabij huidige locatie	Een andere locatie binnen de huidige plaats, namelijk	Een andere gemeente in de regio, namelijk	Een andere gemeente buiten de regio, namelijk
	Een dropdown met daarin de opties.			
2.6	Kunt u aangeven hoe vaak uw bedrijf vanaf de oprichting is verhuisd (hoofdvestiging)?			
	0	1	2	3
	4	>4	Weet niet	
2.7	Op wat voor soort locatie bevindt uw pand zich (hoofdvestiging)?			
Kant.	Zichtlocatie	Centrumlocatie	Stationslocatie	Nabij uitvalswegen
	Kantorenpark	Woonkern/ Woonwijk		
2.7b	Op wat voor soort locatie bevindt uw pand zich (hoofdvestiging)?			
Wink.	Centraal	Ondersteunend	Overig	
	Centraal dropdown:	Binnenstad	Hoofdwinkelgebied groot	Hoofdwinkelgebied klein
		Kernverzorgend centrum groot	Kernverzorgend centrum middel	Kernverzorgend centrum klein
		Kernverzorgend supermarktcentrum		

	Ondersteunend dropbox:	Binnenstedelijke winkelstraat	Stadsdeelcentrum	Wijkcentrum groot
		Wijkcentrum klein	Buurtcentrum	Supermarktcentrum
	Overige dropbox:	Grootschalige winkelconcentratie	Speciaal winkelgebied	Gespreide bewinkeling
2.7c	Op wat voor soort locatie bevindt uw pand zich (hoofdvestiging)?			
Bedr.	Bedrijventerrein in De stad	Bedrijventerrein aan de rand van de stad	Bedrijventerrein buiten de stad	
2.8	Welke rol speelden de volgende zaken in de keuze om het bedrijf op de huidige locatie te vestigen (hoofdvestiging)?			
		Zeer belangrijk	Enigszins belangrijk	Niet belangrijk
	Prijs/kwaliteit verhouding			
	Representativiteit panden in de bedrijfsomgeving			
	Representativiteit openbare ruimte			
	Beheer en onderhoud bestrating			
	Beheer en onderhoud groenvoorziening			
	Regelgeving (lokale) overheid			
	Samenwerking bedrijven/instellingen			
2.9	Wat is het belang van de volgende aspecten wat de huisvesting van uw bedrijf op de huidige locatie betreft			

	(hoofdvestiging)?			
		Zeer belangrijk	Enigszins belangrijk	Niet belangrijk
	Huisvestingskosten			
	Uitbreidingsmogelijkheden op de huidige locatie			
	Parkeren medewerkers			
	Parkeren bezoekers/klanten			
	Representativiteit en kwaliteit pand			
	Vindbaarheid (o.a. zichtbaarheid en bewegwijzering)			
	Telecommunicatiemiddelen			
	Regelgeving (lokale overheid)			
	Nabijheid van voorzieningen			
	Bereikbaarheid met het OV			
	Bereikbaarheid met eigen vervoer			
	Beschikbaarheid gekwalificeerd personeel			
2.10	Wat is het bouwjaar van het pand waarin uw organisatie gevestigd is (hoofdvestiging)?			
	<1960	1960-1970	1970-1980	1980-1990

	1990-2000	>2000									
2.11	Kunt u met een rapportcijfer aangeven hoe u uw huidige gebouw waardeert (hoofdvestiging):? 1 voor “zeer slecht” tot 10 voor “zeer goed”.										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
2.12	Kunt u met een rapportcijfer aangeven hoe u de directe bedrijfsomgeving van uw pand in haar algemeenheid waardeert (hoofdvestiging):? 1 voor “zeer slecht” tot 10 voor “zeer goed”.										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
2.13	Is uw directe omgeving ten overstaan van de afgelopen drie jaar verbeterd, ongewijzigd gebleven of verslechterd (hoofdvestiging):?										
	Verbeterd			Ongewijzigd gebleven			Verslechterd				
2.14	Denkt u dat er in uw huidige pand mogelijkheden zijn voor krimp en/of uitbreiding (hoofd- en eventuele nevenvestigingen)?										
				Ja			Nee				
	Krimp										
	Uitbreiding										
2.15	Welke effecten heeft de economische crisis (gehad) op uw behoefte aan bedrijfshuisvesting (hoofd- en eventuele nevenvestigingen)?										
	Groei			Krimp			Geen invloed				
	Verwacht u dat de economische crisis de komende jaren nog effect gaat hebben op uw bedrijfshuisvesting (hoofd- en eventuele nevenvestigingen)?										
	Groei,m2 bvo			Krimp,m2 bvo							
3. Toekomstige huisvesting											
3.1	Verwacht u de komende drie jaar veranderingen in de huisvestingssituatie van uw bedrijf? (bijvoorbeeld verhuizing)										
	Nee, niet echt waarschijnlijk			Ja, mogelijk wel			Ja, waarschijnlijk wel			Weet niet	

3.2	Verwacht u op de langere termijn (>3 jaar) een verandering in de huisvestingssituatie van uw bedrijf?			
	Nee, niet echt waarschijnlijk	Ja, mogelijk wel	Ja, waarschijnlijk wel	Weet niet
3.3	Bent u bereid een bepaald percentage meer huur te betalen voor een kortlopend contract (<5 jaar)?			
	Ja	Nee	Weet niet	
3.4	Wat is de oppervlakte waar u naar op zoek bent (b.v.o.)? → wanneer ja op vraag 3.2 en/of 3.3 dan ook deze vraag.			
	0-50	50-250	250-500	500-1000
	1000-2000	2000-3000	3000-4000	>4000
3.5	Wilt u de toekomstige huisvesting van uw bedrijf in:			
	Eigendom	Huur		
3.6	Wat is de courantwaarde van het bedrijfspand dat u achterlaat?			
	Goed	Redelijk	Matig	Slecht
3.7	In welk prijssegment valt uw toekomstige huisvesting? → wanneer ja op vraag 3.2 en/of 3.3 dan ook deze vraag.			
	Top	Midden	Laag	Weet niet
3.8	Stel uw bedrijf zou verhuizen, hoe waardeert u de volgende locatiefactoren wat uw nieuwe bedrijfshuisvesting betreft?			
		Zeer belangrijk	Enigszins belangrijk	Niet belangrijk
	Huisvestingskosten			
	Uitbreidingsmogelijkheden op huidige locatie			
	Parkeren medewerkers			
	Parkeren bezoekers/klanten			
	Representativiteit en kwaliteit gebouw			

	Vindbaarheid (o.a. zichtbaarheid en bewegwijzering)			
	Telecommunicatiemiddelen			
	Regelgeving (lokale overheid)			
	Nabijheid van voorzieningen			
	Bereikbaarheid met het OV			
	Bereikbaarheid met het eigen vervoer			
	Beschikbaarheid gekwalificeerd personeel			
3.9	Welke locatie heeft de eerste voorkeur bij een eventuele verhuizing?			
	Zeer nabij de huidige locatie	Een andere locatie binnen de huidige plaats, namelijk:	Een andere gemeente in de regio, namelijk:	Een andere gemeente buiten de regio, namelijk:
	Een dropbox met daarin de opties. Behalve de 1 ^e en de 4 ^e mogelijkheid. Bij de 4 ^e mogelijkheid dient diegene dat in te vullen.			
3.10	Stel uw bedrijf zou verhuizen, hoe aantrekkelijk zijn de volgende kantorenlocaties in Nijmegen?			
		Aantrekkelijk	Neutraal	Niet aantrekkelijk
	Nijmegen Noord			
	Nijmegen Oost			
	Nijmegen Zuid			
	Nijmegen West			

	Centrumlocatie			
	Overige, namelijk:			
	Kaartje erbij om de locaties op aan te geven.			
3.11	Stel uw bedrijf zou verhuizen, hoe aantrekkelijk zijn de volgende kantorenlocaties in Arnhem?			
		Aantrekkelijk	Neutraal	Niet aantrekkelijk
	Arnhem West			
	-Arnhem buiten			
	Arnhem Zuid			
	-Gelderse poort			
	-Kronenburg			
	-Kroonpark			
	Arnhem Oost			
	-IJsseloord II			
	Centrumlocatie			
	-Stationsgebied			
	Overige, namelijk:			
	Kaartje erbij om de locaties op aan te geven.			
4. Het Nieuwe Werken				
4.1	Onder Het Nieuwe Werken wordt verstaan de toename van thuiswerken, het creëren van flexplekken en de opkomst van nieuwe kantoorconcepten. Denkt u dat Het Nieuwe Werken de komende jaren veel invloed zal hebben op uw bedrijfsvoering?			

	Ja	Enigszins	Nee	Weet niet
4.2	Maakt uw organisatie gebruik van thuiswerken? → Nee, dan door naar vraag 4.7			
	Ja	Nee		
4.3	Wat zijn de effecten van Het Nieuwe Werken op de huisvesting tot nu toe?			
	Minder vierkante meters	Gelijk aantal vierkante meters	Meer vierkante meters	Weet niet
4.4	Wat is de belangrijkste reden dat uw organisatie thuiswerken stimuleert?			
	Efficiënter werken	Beter voor het milieu	Lager ziekteverzuim	Behoud personeel
	Reistijden	Huisvestingskosten	Betere balans privé/werk	Anders, namelijk:
4.5	Hoeveel procent van uw werknemers maakt gebruik de mogelijkheid om thuis te werken?			
	<25	25-50	50-75	>75
4.6	Hoeveel procent van de werkzaamheden wordt thuis verricht?			
	<10	20-25	25-50	>50
4.7	Welk type werklocatie zou in uw geval een alternatief kunnen zijn voor het traditionele kantoor?			
	Thuis	Koffiecorner	Bedrijfsverzamelgebouw	Café
	Bibliotheek	Buitenlocatie	Nieuwe vergaderformules als Seats2meet	Anders, namelijk:
4.8	Maakt uw bedrijf gebruik van flexplekken? → Nee, dan door naar vraag 4.11			
	Ja	Nee		
4.9	Hoeveel procent van uw werknemers maakt gebruik van deze flexplekken?			
	<10	10-25	25-50	>50
4.10	Hoeveel procent van de werkzaamheden worden verricht op deze flexplekken?			
	<10	10-25	25-50	>50
4.11	Wat is de toekomstverwachting omtrent Het Nieuwe Werken binnen uw organisatie?			
	Stijging	Blijft gelijk	Daling	

4.12	Welke effecten heeft Het Nieuwe Werken in de komende vijf jaar naar verwachting op uw behoefte aan huisvesting? (Hoofd- en eventuele nevenvestigingen)(indicatie)			
	Groei, nlm2	Krimp, nlm2	Weet niet	
4.13	Welke alternatieven typen werklocaties (maximaal twee) zullen volgens u het meest succesvol worden?			
	Thuis	Koffiecorner	Bedrijfsverzamelgebouw	Café
	Bibliotheek	Buitenlocatie	Nieuwe vergaderformules als Seats2meet	Anders, namelijk:
4.14	Welke locationele aspecten (maximaal twee) zijn volgens u het meest belangrijk voor het succes van kantoorconcepten die zich richten op Het Nieuwe Werken?			
	Nabijheid van voorzieningen	Bereikbaarheid met het OV	Nabijheid van het stedelijk centrum	Congestievrije aansluiting op de hoofdtransport assen
	Aanwezigheid telecommunicatiemiddelen (bijv. WiFi)	Anders, namelijk:		
4.15	Denkt u dat de opkomst van Het Nieuwe Werken kan leiden tot een verschuiving van geografische spreiding van bedrijfspanden in Nederland? Met andere woorden, denkt u dat de Stadsregio Arnhem-Nijmegen interessanter of juist minder interessant wordt en waarom?			
	(meningvraag)			
4.15b	Denkt u dat bepaalde plaatsen binnen de Stadsregio Arnhem-Nijmegen juist interessanter of minder interessant worden, welke en waarom?			
	(meningvraag)			
4.16	Wat voor een typen kantoorplekken worden minder interessant door Het Nieuwe Werken?			
	Kamerkantoor (1-3 werkplekken)	Groepskantoor (4-12 werkplekken)	Kantoortuin (een omsloten ruimte met >13 werkplekken)	Combikantoor (zowel individueel als groepswerkplekken)

Bijlage V Locatiefactoren

Locatiefactoren
1 – Gebouw
Maatvoering Bruto/netto vloeroppervlak
Uitbreidingsmogelijkheden
Buitenkant Bouwvorm
Prestige/status/representativiteit/uitstraling/architectuur/herkenbaarheid gebouw
Kwaliteit pand
Zichtbaarheid
Single-use / Multi-use
Binnenkant Interne verkeerstructuur/hoofdindeling gebouw
Kantoorindelingconcept/lay-out
Aanpasbaarheid ruimte /flexibel ruimtegebruik
Afwerkingsniveau kantoorruimte
Toegankelijkheid Parkeergelegenheid
Toegankelijkheid (micro-niveau)
Eigendom Eigendomspositie
Faciliteiten Faciliteiten voor automatisering
Klimaatbeheersing
Beveiliging
Verlichting
Geluidwering
2 – Directe omgeving
Aantrekkelijkheid Aantrekkelijk verblijfsgebied/levendigheid omgeving
Kwaliteit directe omgeving/aantrekkelijke ligging
Veiligheid Veiligheid
Criminaliteit
Vandalisme
Beperkingen Beperkingen voor kantoor zelf en van anderen (denk aan: geluid, brand, veiligheid, stank, ...)
3 – Ligging – nabijheid (agglomeratie-effecten)
Bedrijfsvoering Nabijheid klanten
Nabijheid toeleveranciers
Nabij andere bedrijfsonderdelen
Nabijheid kernfunctie (denk aan: kantoor van containeroverslag, hoogovens, ...)
Ligging ten opzichte van hoofdkantoor
Concurrentievervalsing (ver weg of juist ernaast)
Agglomeratie Nabijheid gelijksoortige ondernemingen
Nabijheid zakelijke en ondersteunende dienstverlenende bedrijven (banken, adviesbureaus, reparatie, ...)
Nabijheid instellingen/bronnen van info/ideeën (TH, universiteit, ...)
Voorzieningen Nabij winkelmogelijkheden
Nabij cafés en restaurants (t.b.v. eigen personeel en ontvangen relaties)
Nabij sportactiviteiten
Nabij culturele activiteiten
Nabij recreatieve faciliteiten
Nabij binnenstedelijke voorzieningen
4 – Ligging - bereikbaarheid
Bereikbaarheid 2) Bereikbaarheid auto
Bereikbaarheid OV
Bereikbaarheid trein (nabijheid station, lijnnet en frequentie)
Bereikbaarheid regionaal/lokaal OV (nabijheid station, lijnnet en frequentie)

Locatiefactoren
5 – Sociaaleconomische omgeving
Omvang en dynamiek Omvang regio
Economische ontwikkeling/regionaal BNP/vitaliteit regio
Werkloosheid
Productiestructuur
Kennisstructuur
Aanwezigheid voldoende gekwalificeerd personeel
Oriëntatie en reputatie Mentaliteit bevolking (incl. arbeidsmentaliteit)
Internationale oriëntatie gebied
Reputatie regio
6 – Woon- en leefomgeving
Wonen en leven Aanbod van woningen (diverse kwaliteits- en prijsniveaus)
Kosten levensonderhoud
Veiligheid
Voorzieningen Onderwijsvoorzieningen (familie)
Onderwijsvoorzieningen (training werknemers)
Winkelvoorzieningen
Sport/recreatie/ontspanning
Culturele voorzieningen
Religieuze voorzieningen
Medische voorzieningen
Overige openbare voorzieningen
Groenvoorzieningen
Aantrekkelijkheid Landschappelijke schoonheid
Algemene visuele attractiviteit/interessante architectuur omgeving
7 - Financieel
Gebouwkosten Huur-/kooprijzen
Aanpassingsmogelijkheden huurprijs (indexering)
Variabele kosten (service, energie, onderhoud)
Grondkosten / grondprijs
Bouwkosten
Beperkingen Looptijd huurcontract
Beperkingen/voorwaarden t.a.v. huurcontract
Loonkosten Loonkosten (denk aan de call centers in NO-NL)
Investeringsbereidheid Aanwezigheid investeerder 4)
Heffingen en premies Heffingen op bereikbaarheid (tollentunnel; parkeren; congestietaks, ...)
Belastingen
Premies en subsidies (investeringspremie, grondkostenkorting, ...)
Tarifiering (water, gas, elektra, riolering, ...)
8 – Overheid
Medewerking Mogelijkheid direct overheidsingrijpen (saneringsprojecten, deconcentratiepolitiek)
Toegankelijkheid, daadkracht en betrouwbaarheid
Kwaliteit informatie
Bouwvoorschriften, vergunningen (bv lozen afval...)
9 - Subjectief
Gebondenheid Binding met de eigen regio (vanuit historie, lokale gebondenheid of inertie personeel)
Persoonlijk Persoonlijke motieven (restcategorie)
10 - Aanbodzijde
Aanbod Aanbod dat aansluit op de wensen en eisen van de toekomstige gebruiker

Bron: Jansen (2009)

Bijlage VI Klassieke locatietheorieën

Klassieke locatietheorie

De klassieke locatietheorieën worden gekenmerkt door het feit dat zij nieuw zijn bedacht en uiteengezet. Dit in tegenstelling tot de neo klassieke locatietheorieën. Die theorieën borduren namelijk voort op de al bestaande klassieke theorieën. Daarom zullen we in de komende paragraaf allereerst aandacht besteden aan de klassieke locatietheorie. In de klassieke locatietheorie zijn er drie verschillende concepten te onderscheiden (Hurst, 1972): Land Use Theory, Industrial Location Theory en de Central Place Theory (zie bijlage 1). Deze concepten onderscheiden zich van elkaar omdat ze een ieder het begrip locatie van een andere kant bekijken. Beeldbepalend voor deze klassieke varianten is volgens Pen (2002) het deductief micro-economisch redeneren (klassiek-liberaal economisch denken). Een individueel bedrijf wordt letterlijk en figuurlijk gezien als een soort rekenmachine (“optimizer, economic man, homo economicus”), die perfect is geïnformeerd en autonoom en rationeel handelt. Dit resulteert in statistische, normatieve evenwichtsmodellen die een beperkt aantal economische variabelen zoals grondstoffen en energieprijzen transportafstanden, beschikbaarheid van de productiefactoren, ligging ten opzichte van afzetmarkt en agglomeratievoordelen maximaliseren tot een optimale locatie en uitgaan van een homogene ruimte in een volledig vrije markt.

Kritieken

De kritiek die het meest geuit wordt op Von Thünen is dat zijn theorie geen locatietheorie is. Volgens Atzema (2002) beredeneert Von Thünen niet waarom landbouwbedrijven op een bepaalde locatie zijn gevestigd, maar wat volgens hem de optimale locatie is om gewassen te verbouwen. Daarnaast zijn de aannames zoals isotrope ruimte, geen klimaatverschillen, lineaire toename van transportkosten etc. onrealistische aannames die niet passen in de huidige economie. Tevens is een bedrijf tegenwoordig niet altijd actief in maar één sector maar is hier ook enige overlap in te herkennen.

Het model slaagt erin een duidelijk verklaring te geven waarom een industrieel bedrijf op een bepaalde locatie moet vestigen. Maar de vele aannames maken het moeilijk om de theorie te toetsen en toe te passen in de praktijk, zeker hedendaags. Daarnaast richt het model zich hoofdzakelijk op de transportkosten wat ertoe leidt dat dit slechts een marginaal onderdeel is van de totale kosten van een bedrijf. Tot slot is het niet altijd mogelijk om een bedrijf op basis van geminimaliseerde transportkosten te vestigen op de meest ideale locatie omdat deze locatie wel eens op een plek in een stad kan zijn waar gezien de regelgeving geen industrieel bedrijf zich mag vestigen.

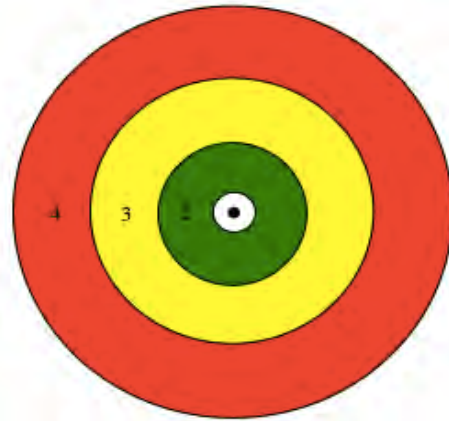
De belangrijkste kritiek op de Central Place Theory is de vergaande reductie van de omstandigheden in de werkelijkheid tot enkele variabelen. Daarnaast houdt de theorie van Christaller geen rekening met de stedelijke multifunctionaliteit en de daarbij behorende (schaal)voordelen. Parr (2002), concludeert dat het belangrijkste van Lösch's theorie is, dat het aantoont dat clustering van industriële activiteiten kan ontstaan door het gegeven model.

Land Use Theory

De theorie van Von Thünen werd in 1826 in Duitsland gepubliceerd, op dat moment was de industriële revolutie nog maar nauwelijks begonnen. De theorie gaat over de relatie tussen de afstand van een landbouwbedrijf tot de afzetmarkt en het grondgebruik. Er zijn een aantal zaken die voorondersteld zijn, namelijk:

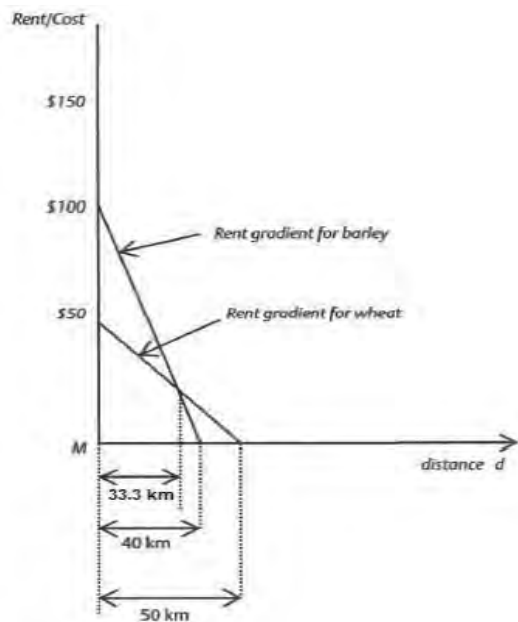
Figuur 13 Land use model

1. Het behelst een vlak gebied zonder enige barrières, de grond is overal even vruchtbaar en de klimatologische omstandigheden zijn overal gelijk.
2. Er is slechts één afzetmarkt en dat is de nabijgelegen stad.
3. Het vervoeren van de producten kost vanuit ieder punt evenveel moeite.
4. De mogelijkheid bestaat om verschillende gewassen in een gebied te verbouwen.
5. Verschillende productsoorten kennen verschillende niveaus in transportkosten.
6. De transportkosten nemen lineair toe met toegenomen afstand tot de stad.
7. Elke hectare grond in het gebied heeft eenzelfde opbrengst.



Onderstaande afbeeldingen laat in één oogopslag zien wat waar wordt verbouwd volgens Von Thünen (1826) en waarom. Wanneer het bedrijf verder van de markt af ligt verandert het grondgebruik. Dit komt met name door de hogere transportkosten. Daarbij komt ook dat de prijs van de grond afhangt van het product wat erop wordt verbouwd. Dichter bij de markt op de dure grond verbouwt men bijvoorbeeld bloemen en groenten, verder weg op goedkopere grond verbouwt men tarwe of houdt men slachtvee. Uitgaande van deze veronderstellingen kan er een vergelijking worden opgesteld waarmee de maximale winst (W) kan worden berekend aan de hand van een gegeven marktprijs (VM) en de som van de productiekosten (P) en transportkosten (T). De gegeven marktprijs komt tot stand door de veronderstelling van een markt van volledig vrije mededinging. $W = VM - (P + T)$. Uit de vergelijking valt op te maken dat de totale kosten de som is van de productie- en de transportkosten. Dit houdt in dat wanneer het bedrijf gevestigd is nabij of in de stadskern ($d=0$) de totale kosten het laagst zijn. Dit resulteert in de hogere winst dan wanneer het product geproduceerd zou zijn in gebied 4 omdat de transportkosten daar hoger liggen. De stadskern zal zich ook ontwikkelen tot economisch centrum door de aanwezigheid van afnemers en de concentratie van economische activiteiten. Von Thünen houdt in zijn locatietheorie ook rekening met pacht en de mate waarin een boer bereidt is een bepaalde pacht te betalen. De pacht bepaalt namelijk waar welke activiteit plaats zal vinden of waar welk product verbouwd zal gaan worden. In zijn theorie noemt Von Thünen dit 'landrents'. De stadskern heeft het grootste marktpotentieel en hierdoor ook de hoogste pacht. Aan de hand van een voorbeeld zullen we de theorie verder uitleggen. De markt (M) bevindt zich in de oorsprong van het figuur en is de plaats waar de goederen worden verhandeld. Een aantal aannames vooraf: de boer kan per hectare land één ton tarwe produceren daarnaast gaan we ervanuit dat per ton tarwe de boer \$50 aan kapitaal en arbeid nodig heeft. Op deze manier is het makkelijker te bepalen hoeveel pacht de boer overheeft voor een bepaald stuk grond en een bepaalde locatie. In figuur .. staat d voor de afstand naar de markt. Een volgende aanname is dat de transportkosten \$1 per eenheid d is en dat een boer per ton tarwe \$100 op de markt kan ontvangen. Wanneer de boer dus in punt M gevestigd is houdt dit in dat hij \$50 per hectare aan pacht wilt betalen. Dit betekent voor de boer dat hij nog winst nog verlies maakt wanneer hij gevestigd is in M en dat hij bereid is \$0 pacht te betalen wanneer hij op 50 kilometer van M zijn producten verbouwd. Op deze manier is er een concentrische cirkel om M gevormd. We breiden het model uit met een competitie-element door

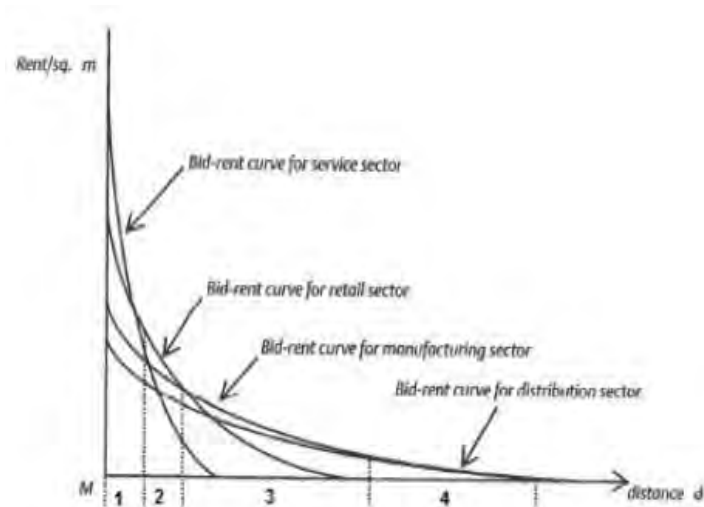
Figuur 14 Land rent model



een land-rent gradiënt voor gerst toe te voegen. Ook voor één ton gerst is één hectare land nodig en voor gerst ontvangt een boer \$150 dollar per ton. Daarentegen zijn de transportkosten voor gerst \$2,50 per eenheid d en is de pacht voor een stuk land \$0. Het omslagpunt voor boeren om te kiezen voor het verbouwen van gerst of voor tarwe ligt op 33,33 kilometer omdat beide boeren daar hetzelfde willen betalen: een boer die gerst produceert \$16,67 ($\$150 - \$50 - (\$2,5 \cdot 33,33)$) en een boer die tarwe produceert \$16,67 ($\$100 - \$50 - (1 \cdot 33,33)$). Vanaf dat punt zal tarwe meer opleveren dan gerst en dit zal eindigen op de grens van 50 kilometer omdat vanaf daar beide gewassen verlies opleveren. Deze theorie toont aan dat door verschillende prijzen op de markt en verschillende prijzen voor transport er een verschil ontstaat

in ideale locaties voor bepaalde gewassen. Het model dat Von Thünen heeft ontwikkeld beperkte zich enkel en alleen tot landbouw. Diegene die hier verandering in heeft gebracht is William

Figuur 15 Bid rent model



Alonso (1960). Hij heeft namelijk het model van Von Thünen verder ontwikkeld waardoor het model op meerdere sectoren toepasbaar zou zijn. Alonso (1960) liet namelijk Von Thünen's aanname los dat de kosten een vast bedrag per hectare waren en de pacht en andere inputs met elkaar in verhouding stonden. Alonso (1960) bracht substituties aan in het model waardoor land-inputs werden vervangen door andere inputs. De 'bid-rent' curve wordt geïntroduceerd en geeft aan hoeveel dollar een bedrijf bereid is te betalen voor

een vierkante meter op een bepaalde locatie. Een locatie dichtbij M wordt als ideaal gezien vandaar dat de curve erg steil is bij M . De 'bid rent' komt aardig overeen met de 'land-rent' curve van Von Thünen omdat beide aangeven wat een ieder maximaal bereid is te betalen voor een stuk grond op een bepaalde locatie. Met de 'bid-rent' curve kunnen we nu dus aangeven wat verschillende sectoren bereid zijn te betalen voor een stuk grond op een bepaalde locatie. In figuur 4 hiernaast is dit voor verschillende sectoren gedaan en net als in het model van Von Thünen geldt ook hier dat de hoogste curve op die plek de meeste winst kan behalen. Deze uitbreiding maakt het model van Alonso (1960) een stuk bruikbaar om bijvoorbeeld bepaalde clustering van bedrijven en haar activiteiten te verklaren.

Industrial Location Theory

De Industrial Location Theory heeft zoals het woord al zegt betrekking op de meest ideale locatie voor een industriële organisatie. Alfred Weber was de grondlegger van deze theorie. Weber's studie "Ueber den Standort der Industrie" uit 1909 is één van de eerste studies die spreekt over vestigingsplaatsfactoren. Volgens Pen (2002) is Launhardt (1882) diegene die in principe als eerste een industriële locatietheorie ontwikkeld maar deze theorie en denkbeelden zijn pas na de publicaties van Weber bekend geworden. Leon Moses (1958) heeft de theorie doorontwikkeld net als Alonso (1960) bij Von Thünen's theorie heeft gedaan.

In de theorie van Weber (1909) bepalen niet alleen de transportkosten de vestigingsplaats van een bedrijf maar gebied-specifieke factoren spelen ook een belangrijke rol. Tot op het moment dat Weber (1909) zijn boek publiceerde werd er in de economische literatuur nauwelijks aandacht besteed aan het effect van een locatie op de totale kosten van een bedrijf of het totale marktaandeel. Weber's theorie bracht hier verandering in en dit werd ook wel de zogenaamde kostenminimalisatie-stroming genoemd (Pen, 2002).

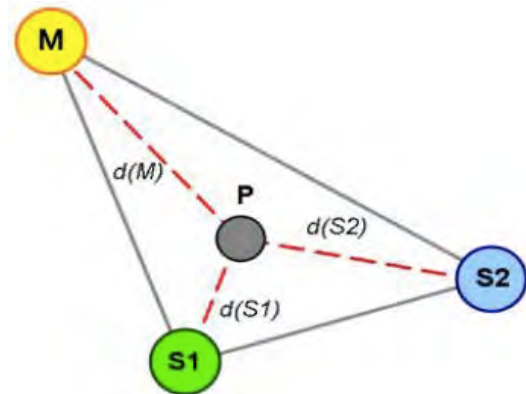
Weber formuleert een theorie van de vestigingsplaats van bedrijven aan de hand van: transportkosten, arbeidskosten en agglomeratiekrachten. Weber verdisconteert de grondstofkosten in de transportkosten dat leidt tot locatiekeuzegedrag dat afhankelijk is van de eigenschappen van grondstoffen. Weber onderscheidt 3 grondstoffen, *ubiquiteiten*, pure grondstoffen en niet-pure grondstoffen. De eerste is overal verkrijgbaar en is *de facto* geen locatiefactor. Pure grondstoffen ondergaan geen gewichtsverandering tijdens het productieproces. Bij een monopolistische markt waarbij slechts één pure grondstof wordt gebruikt, verkrijgbaar op één locatie dan is de ondernemer indifferent ten aanzien van de locatiekeuze van het bedrijf. Deze theorie, net zoals alle andere klassieke theorieën over locatie, tenderen naar een bepaalde evenwichtssituatie. In het geval van industriële ondernemingen zullen deze, indien het gewicht verliezende grondstoffen betreft, zich vestigen op de vindplaats van deze grondstof. De agglomeratievoordelen die Weber bespreekt hebben betrekking op de uitbesteding van transportkosten om daarmee de productiekosten te verlagen, omdat men in elkaars nabijheid is gevestigd. Er wordt gedoeld op de verhoogde werking van door de nabijheidseffecten van veelsoortige activiteiten in stedelijke gebieden. Een voorbeeld is dat de eerste echte concentraties van (zware) industriële bedrijven zich bevonden in de nabijheid van de vindplaatsen van ijzererts en steenkool.

De meest optimale locatie is als het ware de plek waar de kosten geminimaliseerd worden en dat kan aan de hand van het volgende model worden uitgelegd. Allereerst een aantal aannames voordat we het model uit kunnen leggen (McCann, 2001).

1. Het bedrijf bevindt zich op een vast punt in de ruimte.
2. De doelstelling van het bedrijf is maximaliseren van de winst.
3. Kosten herloceren zijn laag.
4. Het eindproduct wordt vervaardigd met een vaste verhouding grondstoffen.
5. Actoren hebben volledige informatie.
6. De kostenfuncties voor transport zijn lineair.
7. De transportkosten bij herloceren veranderen, de overige omstandigheden gelijkblijvend.

Figuur 16 Industrial location model

Het bedrijf zal zich-wanneer we de aannames in ogenschouw nemen-op de locatie vestigen die de meeste winst genereert. In het figuur hiernaast is P dus de locatie waar het bedrijf is gevestigd. Dit is namelijk de meest optimale locatie tussen M, S1 en S2. S1 en S2 zijn bedrijven die grondstoffen leveren aan P en M is de markt waar P de eindproducten verkoopt. De rode lijnen staan voor de afstand tussen de verschillende punten. De kosten die het transport met zich meenemen worden direct weergegeven als $d(M)$, $d(S1)$ en $d(S2)$. De volgende aanname die we moeten doen is dat het bedrijf een locatie kiest waardoor de transportkosten zijn geminimaliseerd.



In het figuur is duidelijk te zien dat P dichterbij S1 is gelokaliseerd dan bij S2. Dit kan betekenen dat de transportkosten per eenheid grondstof dat S1 produceert hoger ligt dan bij S2. De conclusie is dus ook dat P het punt is waar de totale kosten D worden geminimaliseerd, waarbij $D = d(S1) + d(S2) + d(M)$.

Central Place Theory

De Central Place Theory is één van de belangrijkste theorieën in de economische geografie. Walter Christaller (1933) is de grondlegger van deze theorie en deze Duitse econoom schreef een theorie over de spreiding van marktgebieden. De Central Place Theory geeft een goede verklaring voor de ruimtelijke distributie van retaillocaties. Christaller richt zich met zijn theorie niet op de landbouw of industrie maar op de dienstensector (Atzema et al, 2002, p.63). De belangrijkste rol in zijn theorie is weggelegd voor de afstand tot de klant en niet de transportkosten.

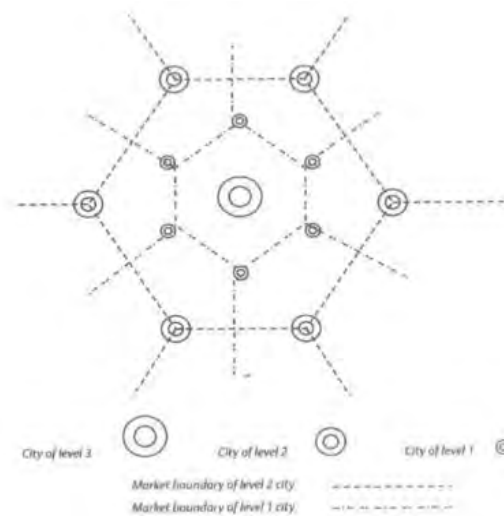
Christaller wilde met zijn studie een verklaring vinden voor de regelmatigheid die er was ontstaan in de ruimtelijke spreiding van nederzettingen met een overheersend stedelijk karakter in het zuiden van Duitsland in de dertiger jaren. Vooropgesteld moet worden dat Christaller niet poogde de werkelijkheid in al zijn facetten weer te geven. Hij geeft zelf duidelijk aan dat hij maar naar één kenmerk van de stad kijkt – haar centraliteit - en andere zaken buiten beschouwing laat (Christaller, 1933).

Christaller had een aantal aannames geformuleerd:

1. Er is sprake van een isotrope vlakte, waarbinnen de bevolking gelijkmatig verspreid woont.
2. De agrarische bevolking in het gebied woont in boerderijen die op gelijke onderlinge afstand gelegen zijn. De verzorgende functies liggen in de centraal gelegen dorpen of steden.
3. In het gebied heerst volledige mededinging. Kwaliteit en service spelen geen rol in de keuze voor een product. Er is sprake van een homogeen product dat wordt aangeboden door een groot aantal aanbieders en er zijn een groot aantal vragers aanwezig. Uitsluitend de prijs is bepalend en de prijs verschilt per consument omdat de reiskosten in ogenschouw moeten worden genomen.
4. Producenten zijn volledig geïnformeerd en handelen volkomen rationeel.
5. Om een maximale omzet te waarborgen is het aantal verkooppunten minimaal.

6. Consumenten willen de transportkosten minimaliseren en kiezen daarom voor het dichtstbijzijnde verkooppunt van een goed.

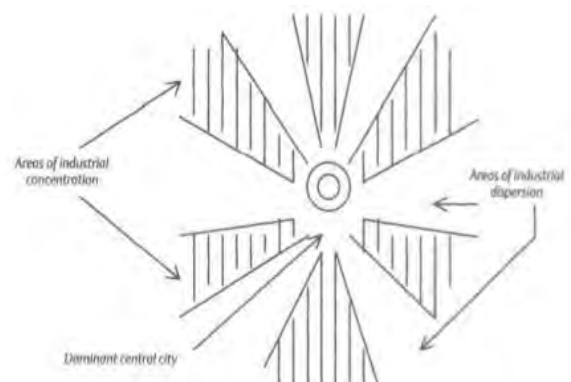
Figuur 17 Central place model



Wederom lijken deze aannames kortzichtig en ondoordacht. Zaken als mobiliteit, toerisme en industrie passen niet in het plaatje. Maar men moet niet vergeten dat ten tijden van de publicatie en het ontwikkelen van deze theorie (1933) de mobiliteit niet erg hoog was. Huishoudens hadden niet de beschikking over een auto en daardoor was het realiteit dat men naar het dichtstbijzijnde verkooppunt van een goed reisde. Heden ten dage is dat wel zo en maken huishoudens andere keuzes dan destijds.

August Lösch publiceerde een theorie die te vergelijken is met de theorie van Christaller. Christaller begon zijn Central Place Theory met het lokaliseren van de hoogste orde-centra

en werkte naar de laagste orde-centra toe. Lösch deed dit andersom en werkte als het ware van buiten naar binnen. Het doel van Lösch was een ideaal economisch landschap te creëren. Met ideaal bedoelt Lösch dat elk bedrijf zich op de meest efficiënte locatie bevindt. Een aanname die hij deed was dat bedrijven zich door toedoen van concurrentie op de meest efficiënte locatie bevinden. Dit zou er volgens Lösch uitzien zoals in de figuur hiernaast. Lösch verfijnde de theorie van Christaller en breidde de theorie verder uit. Hij deed onder andere een poging om de theorie in de landbouw- en industriële locatie theorieën te integreren. Zowel



Figuur 18 Verfijning model Christaller door Lösch

Christaller als Lösch vonden dat de centrale plaatsentheorie nog voor verbetering vatbaar was. Ze erkenden beiden, dat de waarde van de theorie meer lag in het verbeteren van het begrip van de werkelijkheid, dan het vinden van een perfect zeshoekig handelsmodel. Volgens Pen (2002) zijn de Central Place Theory van Christaller (1933) en daarnaast de denkbeelden van Hotelling (1929) van belang bij de vorming van de klassieke stroming. Christaller richt zich namelijk op de diensten- en consumentensector en introduceert het begrip interne schaalvoordelen. Hotelling heeft door de introductie van de elasticiteit van de vraag naar een product gewezen op het belang van opbrengstmaximalisatie. Door deze nadruk op de afzetmarkt zet Hotelling de toon voor de neo-klassieke markt georiënteerde en 'locationinterdependence' theorieën die in het volgende hoofdstuk aan de orde komen.

New Economic Geography

Tot slot wordt in het kort de New Economic Geography uiteengezet. Een belangrijk vraagstuk onder economen is altijd geweest waarom er spreiding plaatsvindt onder economische activiteiten. Gebied A herbergt vrijwel geen tot zeer weinig economische activiteiten terwijl in gebied B het tegenovergestelde wordt gerealiseerd. David

Ricardo heeft de theorie van de comparatieve voordelen ontwikkeld en daarin stelde hij deze zaken aan de orde. Het model van Ricardo geeft aan dat landen/gebieden zich specialiseren in een productie van een bepaald goed, omdat zij daar beter in zijn dan het concurrerende land/gebied. Er van uitgaande dat dit het juiste model is, en we hanteren dit model, dan zou dit betekenen dat twee gebieden met dezelfde economische activiteiten precies dezelfde ontwikkeling door zouden maken. De praktijk wijst echter uit dat dit niet het geval is. De achterliggende gedachte waarom dit niet het geval zou zijn is het gedachtegoed van Lefebvre (2003). Er wordt namelijk voorbij gegaan aan drie belangrijke factoren in het geheel, namelijk: er wordt geen rekening gehouden met transportkosten, waar deze in werkelijkheid natuurlijk wel aanwezig zijn. Daarnaast gaat deze theorie er van uit dat er een markt is waarin van perfecte concurrentie sprake is. Tot slot, zijn de schaalopbrengsten constant. Paul Krugman is diegene die deze tekortkomingen aan de kaak stelde in zijn theorie en dit wordt ook wel de New Economic Geography genoemd. De basis van Paul Krugman's werk staat eigenlijk haaks op de principes van de theorie van Ricardo. Want Krugman (1991a) stelt namelijk dat de aanwezigheid van transportkosten en de 'increasing returns to scale' juist wel kunnen verklaren waarom er in een bepaald gebied (veel) economische activiteiten plaatsvinden. Hoge transportkosten zorgen voor een kleinere concentratie van bedrijven, dit in tegenstelling tot lage transportkosten. Bedrijven kiezen – in het geval van hoge transportkosten – voor continuïteit van de bedrijfsvoering op de huidige locatie en wanneer de transportkosten laag zijn zullen zij eerder geneigd zijn om te verhuizen naar gebieden waar clustering en veel economische activiteit plaatsvindt. Gebieden met een grote afzetmarkt zijn veelal dit soort gebieden. Een verdere daling van transportkosten zorgt ervoor dat andere factoren een grotere rol gaan spelen in de locatiekeuze van bedrijven. Vastgoed en de grondprijs zijn dit soort factoren. Clustering, lage transportkosten, schaalvoordelen, hoge mate van economische activiteit zorgen voor een stijgende vastgoed- en grondprijs. Als bedrijven dit tegen elkaar afzetten is het mogelijk dat bedrijven weer eerder geneigd zijn te vertrekken uit bepaalde gebieden. Deze factoren tezamen zijn niet voldoende om een clustering van bedrijven te bepalen, daar is ook een externe kracht voor nodig volgens Lefebvre (2003). Voorbeelden van een externe kracht – ook wel trigger genoemd – zijn arbeidsmigratie en consumentenvraag. Dit betekent dat we inmiddels tot een van kern concepten van de New Economic Geography zijn gekomen. Als er twee gebieden hetzelfde zijn wat economische activiteiten betreft maar een miniem verschil wat bevolkingsaantallen betreft betekent dit dat een bedrijf kiest voor het gebied met het hogere bevolkingsaantal en zich daar uiteindelijk gaan vestigen. Dit houdt vervolgens in dat dit gebied kan uitgroeien tot een (groot) cluster doordat er een soort van kettingreactie ontstaat, dit in tegenstelling tot het gebied met een lager bevolkingsaantal.

Bijlage VII Locatietheorieën gekoppeld aan locatiefactoren

In deze paragraaf worden de eerder uiteengezette locatietheorieën gekoppeld aan de locatiefactoren. Op deze manier wordt duidelijk welke locatiefactoren relevant zijn en mogelijk meegenomen kunnen worden in het locatiekeuzeproces. Het Nieuwe Werken staat centraal in dit onderzoek, daarom is de alomvattende lijst van locatiefactoren hierop toegespitst. De uiteindelijke toetsing van de courantheid van de verschillende type kantoorlocaties is onder andere op deze locatiefactoren gebaseerd.

(neo)-klassieke locatietheorieën

De agrarische en de industriële bedrijvigheid staan centraal in de (neo)-klassieke locatietheorie daarnaast wordt er ook aandacht besteed aan detailhandel. De kantoorbedrijvigheid wordt niet meegenomen in deze

locatietheorieën en daarom sluit een deel van de locatiefactoren die onderscheiden wordt niet aan op de kantorenmarkt. Dat neemt niet weg dat de volgende locatiefactoren ook betrekking hebben op kantoorhoudende organisaties: transportkosten aanvoer goederen, transportkosten afvoer goederen, agglomeratievoordelen, ligging ten opzichten van de afzetmarkt en productiekosten (Hessels, 1992; Pen, 2002; Atzema, 2002 en Bongenaar, Oude Ophuis en Reijs, 1995).

De agglomeratievoordelen die onder andere bij Hoover (1937) en Marshall (1980) veelvuldig aanbod zijn gekomen, staan centraal in de agglomeratietheorieën. Jansen (2009) heeft in zijn onderzoek de belangrijkste locatiefactoren opgesomd, gebaseerd op eerdere onderzoeken van Pellenbarg (2006), Bongenaar, Oude Ophuis en Reijs (1995) en Atzema (2002) die raakvlakken hebben met de (neo)-klassieke locatietheorie.

- Afzetmarkt (omvang);
- Werkgelegenheid (omvang);
- Opleidingsniveau;
- Aantal inwoners (nabije omgeving);
- Aanwezigheid commerciële en collectieve voorzieningen;
- Kapitaal (t.b.v. investeringen in bedrijvigheid);
- Welvaart gemeenschap;
- Infrastructuur;
- Innovatief klimaat;
- Aanwezigheid groeipool (bijv. Universiteit).

Dit zijn locatiefactoren die getypeerd kunnen worden als “algemene” locatiefactoren. Het is goed mogelijk dat vrijwel iedere organisatie die de beslissing heeft genomen om te verhuizen de bovenstaande locatiefactoren in het locatiekeuzeproses heeft gewogen.

Bijlage VIII Behaviourale locatietheorie, Geography of Enterprises en de moderne locatietheorie

Zoals eerder beschreven draait de behaviourale locatietheorie om het feit dat het onmogelijk is om bij de keuze voor een locatie te beschikken over de juiste informatie ten aanzien van alle belangrijke marktomstandigheden en (productie)factoren in alle gebieden en deze ook nog rationeel toe te passen. Diegene die de beslissingen nemen gaan altijd uit van een selectie aan locaties en bij de beoordeling ervan spelen andere niet of minder rationele aspecten ook een rol (Atzema, 2002; Pen, 2002). Daarmee handelt de behaviourale locatietheorie meer over het totale besluitvormingsproces en veel beperkter over de daarbij behorende locatiefactoren.

Wanneer bedrijven er eenmaal voor gekozen hebben om te verhuizen spelen push- en pullfactoren een belangrijke rol. Het (besluitvormings)proces dat een bedrijf vervolgens doorloopt bestaat uit drie onderdelen (Pen, 2002): de oriëntatiefase, de selectiefase en de onderhandelingsfase. Volgens Louw (1996) is het belang van locatiefactoren in iedere fase verschillend. Daarnaast wordt er ook onderscheid gemaakt tussen harde en zachte locatiefactoren waarbij de laatste een grotere rol kan spelen in de behaviourale locatietheorie.

De behaviourale theorie en de geografie van de onderneming hebben veel met elkaar gemeen. De besluitvormingsprocessen en de (soms tegenstrijdige) belangen van actoren spelen een duidelijke rol in deze

theorieën. Maar volgens Atzema (2002) ligt de focus daarbij uitsluitend op de multinationals en de groot bedrijven. Bijkomend voordeel in dezen is dat multinationals met (veel) dochterondernemingen vaker locatiebeslissingen nemen. Hierdoor is er in grote mate kennis en ervaring op dit gebied aanwezig binnen een bedrijf. Het onderzoeken van deze kennis en het in de praktijk brengen ervan zal bij de multinationals een schat aan bruikbare informatie opleveren en kan dus meer inzicht geven op dit gebied, dit in tegenstelling tot de midden- en kleinbedrijven die dit proces incidenteel doorlopen.

Omdat de kern van deze benadering vooral ligt op het keuzeproces zijn er tevens vanuit deze theorie geen toevoegingen aan de locatiefactoren.

Institutionele theorie

De institutionele theorie kan hiermee gezien worden binnen een bepaalde structuur, waarbij een krachtenveld vanuit verschillende hoeken invloed heeft op het besluitvormingsproces. De bedrijfscultuur, bedrijfsactiviteiten en externe effecten vormen het kader van de besluitvorming en hierbij bewegen verschillende actoren zich in het vestigingsplaatsvraagstuk. Deze dienen met elkaar te onderhandelen om de belangentegenstellingen uit de weg te gaan (Aalbers, 2010; Pen, 2002).

Deze ontwikkelingen hebben ervoor gezorgd dat er nieuwe institutionele locatietheorieën zijn ontstaan. Deze benaderingen hebben een modernere insteek in tegenstelling tot de eerdere institutionele benadering, hebben een radicaler karakter en zijn gebaseerd op het systeemdenken van Schumpeter (1939) en Galbraith (1967) met verschillende managementstructuren (Pen, 2002; Aalbers, 2010). Tevens wordt het (locatiekeuze) gedrag van multinationals op een monopolistische markt word beïnvloedt door de toegenomen globalisering en mogelijkheden op het gebied van de ICT. Daarnaast dragen de innovatieve aspecten ook bij aan het concurrentievoordeel van een regio in deze globaliserende economische orde. In het verklaren van de locatiedynamiek van bedrijven staan de volgende zaken centraal:

- Nationaal beleid;
- Arbeidsmarkten (Nationaal en regionaal);
- Bedrijfsstrategieën.

Het verklaren van de ontwikkeling en de groei van bedrijven in een regio staat hiermee centraal in de (moderne) institutionele theorie. De zaken die hier een belangrijke rol in spelen volgens Pen (2002) zijn:

- Innovatieve karakter van een bedrijf;
- Sociale relaties en instituties in lokale, regionale en nationale netwerken tussen bedrijven en organisaties;
- Regionale samenwerking.

Bijlage IX Kritieken

Zoals bij ieder andere theorie is er ook kritiek op de New Economic Geography. De belangrijkste kritieken komen van gerespecteerde economen en geografen. Neary (2001) stelt dat het model te simpel is voor sommige elementen van de werkelijkheid. Neary (2001) doelt hiermee op het gebruik van ‘maar’ twee geografische gebieden met twee economische activiteiten wat niet strookt met de werkelijkheid. Een tweede punt van kritiek

op Krugman's theorie is dat deze theorie zich teveel richt op economische factoren, de niet-economische factoren blijven onopgemerkt. De rol van de staat blijft onderbelicht terwijl zij een belangrijke onderdeel is van de planning van (economische) activiteiten. Tevens is de staat en de mate van technologie een onderdeel dat niet aan bod komt in Krugman's theorie. Martin (1999) zijn kritiek is dat op deze manier het toetsen van de theorie in de praktijk onmogelijk is.

Duidelijk is geworden – dat net als de eerder behandelde theorieën in dit hoofdstuk – ook de New Economic Geography niet de ultieme theorie is. Het proces om de ultieme locatietheorie te creëren en het ontstaan en bestaan van clustering te verklaren is een proces dat vooralsnog geen einde kent.

Kritieken behaviourale locatietheorie

De kritieken op de behaviourale benadering komen vooral voort uit het feit dat deze theorie met name de tekortkomingen van de traditionele locatietheorie opsomt en vooral de nadruk legt op het onderuithalen ervan. Pellenbarg (1985) en Pen (2002) vinden ook dat deze manier van aanpak botst met de uitgangspunten van de behaviourale theorie zelf. Zij vinden ook dat er juist op het besluitvormingsproces gefocust moet worden en niet op het tackelen van de klassieke theorie. De behaviourale benadering wordt daardoor zelfs steeds meer als een aanvulling op de klassieke theorie gezien.

Kritieken institutionele locatietheorie

De institutionele theorie besteedt volgens criticasters onvoldoende aandacht aan maatschappelijke processen. Hierdoor heeft de institutionele theorie – volgens hen – niet tot een algemene theorie geleid. Daarnaast is het toepassen van deze theorie in de praktijk onmogelijk, omdat bepaalde aspecten zoals de invloed van investeringsstrategieën op multinationals niet verder gedefinieerd worden. Deze theorie focust zich alleen op multinationals en niet op het segment midden- en kleinbedrijf, wat ook een tekortkoming van deze theorie is. Pen (2002) deelt deze mening ook en benadrukt dat een klein deel van de bedrijven in verschillende landen opereert en er meerdere vestigingen op na houdt dit in tegenstelling tot het midden- en kleinbedrijf, waardoor de theorie maar op een beperkt aantal van de bedrijven toepasbaar is.

Bijlage X Generaties

Protestgeneratie

Willen zich graag positioneren met hun 'staat van dienst', met wat ze allemaal hebben gedaan; verkopen, etaleren zich. Nemen daar veel tijd voor. Zijn vooral voorzichtig en afwachtend en blijven over het algemeen serieus en beleefd naar elkaar, tenminste als ze elkaar nog niet goed kennen.

Komen langzaam tot rust wanneer de sfeer/veiligheid goed is en worden vervolgens vriendelijker en persoonlijker. Individualisme klinkt deze generatie als muziek in de oren en willen graag hun eigen denkbeelden uiteenzetten en zoeken daarvoor naar 'zendtijd' bij een ieder. De denkbeelden zijn vaak abstract. Willen elkaar overtuigen, vaak via discussies. Zijn energiek en gedreven als ze voluit in discussie kunnen gaan over eigen idee. Soms zijn discussies erg lang. Ze worden vrolijk als er overeenstemming lijkt te zijn. Of een idee tot actie leidt, lijkt minder relevant. Relatief veel blijft in het vage hangen en onuitgesproken.

Generatie X

Mensen uit generatie X leren veel van elkaar. Verder zijn het 'jobhoppers'. Oorzaak is dat de arbeidsmarkt overbevolkt was toen zij begonnen met werken. Daardoor hebben ze vaak banen geaccepteerd die niet helemaal

pasten, bijvoorbeeld een baan onder hun niveau. Via 'jobhoppen' hebben ze de passende banen wel gevonden. Tegelijkertijd hebben ze als het ware geleerd 'job te hoppen'. Mensen uit de X-generatie zoeken veiligheid bij zichzelf. Ze zijn cynisch, wachten af; kijken eerst of iets wel of niet werkt voor ze zich eraan overgeven. Ze zijn nuchter. Als ze iets aangereikt krijgen wat ze direct kunnen gebruiken, zullen ze het vastpakken (Groeneveld, M., 2008).

Pragmatische generatie

De pragmatische generatie stelt alles in het werk om zich zoveel mogelijk te ontwikkelen op alles wat werk gerelateerd is. Kenmerkend voor de pragmatische generatie is dat mensen uit deze generatie hun zaken zelf willen regelen. Daarbij krijgen zij wel graag morele en fysieke steun. De protestgeneratie heeft meer met de pragmatische generatie dan met generatie X. Aan de pragmatische generatie kunnen mensen uit de protestgeneratie gemakkelijker hun kennis overdragen (Groeneveld, M., 2008)

Screenager generatie

Screenagers, ook wel de internet- of de netwerkgeneratie genoemd, is de generaties die is geboren na jaar 1985. De screenagers zijn te herkennen aan een aantal opvallende kenmerken. Deze generatie is opgegroeid met de moderne media zoals de pc, het internet en de mobiele telefoon. Deze jongeren beschikken veelal over de competentie multi-tasking. De tieners en twintigers van nu hebben geen behoefte meer aan overzicht en structuren, maar werken/leven graag buiten de gebaande paden. Op werkgebied willen verantwoordelijkheid, werken in teamverband, ze verzetten zich tegen sturing, willen zich ontplooien en zijn jobhoppers.