

Stay or move, een belan

Toen bedrijven of andere organisaties vroeger besloten om te verhuizen, hadden ze daarvoor meestal een zeer gegronde reden, bijvoorbeeld omdat het bestaande gebouw te oud of te klein geworden was. Tegenwoordig zit er meer achter dergelijke beslissing en gaat het niet alleen om kosten.



Volgens Vincent Gérin, CEO van Anixton, zijn de drie belangrijkste criteria wanneer de vraag 'verhuizen of blijven' voor het eerst gesteld wordt, de kosten en de locatie, terwijl de milieufactor nu duidelijk de derde plaats opeist.



Isabelle Vandeur, partner en hoofd van Global Corporate Services bij CBRE, benadrukt dat bij grote ondernemingen de samenvoeging van meerdere kantoorlocaties naar één enkele momenteel een populaire methode is.

Om te weten te komen hoe dit nieuwe concept in de praktijk precies werkt, hadden we een gesprek met Vincent Gérin, CEO van de Brusselse vastgoedconsulent Anixton, die gespecialiseerd is in 'Stay or Move'. Eerst legde hij ons uit in welke omstandigheden een bedrijf zich kan afvragen of het beter in het huidige pand blijft dan wel verhuist. Vincent Gérin vertelde ons dat de vraag meestal aan bod komt in geval van tussentijdse opzegging of beëindiging van de huurovereenkomst, wanneer de eigenaar de huurprijs mogelijk zal verhogen. In deze context vormen de kosten in eerste instantie de voorwaarden om te blijven, te verhuizen of opnieuw te onderhandelen over de huurovereenkomst. Daarnaast kunnen ook andere factoren aan de basis liggen van deze vraag. Zo is het mogelijk dat het gebouw niet langer beantwoordt aan de hedendaagse vereisten op het gebied van gebruikscomfort, dat het te klein – of te groot – geworden is, of dat het bedrijf milieuvriendelijker wil worden en bijgevolg liever naar een 'groener' pand verhuist. In dit laatste geval is de trend om een kantoorgebouw te betrekken dat weinig energie verbruikt, wat uiteraard een positieve impact heeft op het financiële plaatje. Dan is er nog de kwestie van een optimale architectuur. Sommige gebouwen met een bruto-oppervlakte van 5.000 m² bieden in werkelijkheid een veel kleinere bruikbare oppervlakte - bijvoorbeeld 3.000 m² voor een 'slecht' pand, tot 4.500 m² voor een 'goed' pand. Dit impliceert dat een deel van het huurbedrag betaald wordt... voor niets.

Imago

Een andere factor waarmee bedrijven rekening moeten houden, is het imago dat het gebouw hun geeft. In bepaalde sectoren is dit belangrijk, vooral als de locatie van het huidige gebouw te ouderwets geworden is en niet uitstraalt waar het bedrijf voor staat. Dan is de vraag duidelijk van strategische aard, zoals Vincent Gérin ons uitlegt: "In die gevallen wordt het topmanagement erbij betrokken omdat de directeurs inzien dat de keuze van het gebouw eerder een kwestie van strategie is, ook al waren de kosten de oorspronkelijke drijfveer". In veel gevallen zal de Marketing Directeur dus een welbepaald imago nastreven en zal de HR-directeur pleiten voor een specifiek type van indeling.

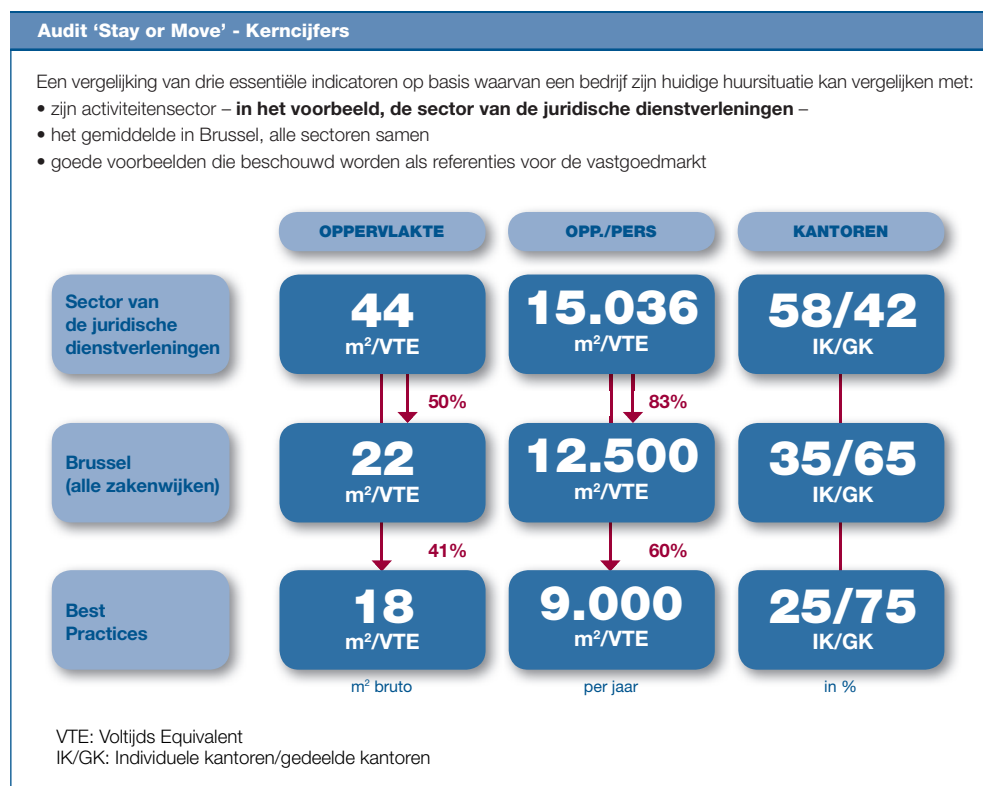
Dan is er ook nog het probleem van de toegang, dat meer en meer rekening houdt met het mobiliteitsaspect. Het feit dat het kantoorgebouw in de nabijheid van openbaar vervoer is gelegen, is niet alleen een kwestie van politiek beleid (in geval van Brussel) maar is ook essentieel voor het comfort van de werknemers en de ecologische voetafdruk van het bedrijf. De drie belangrijkste criteria wanneer de vraag 'verhuizen of blijven' voor het eerst aan bod komt, zijn de kosten en de locatie op de eerste twee plaatsen maar de milieufactor eist nu duidelijk de derde plaats op. Het gaat er niet alleen om dat het bedrijf het juiste imago uitstraalt maar ook dat het de eigen doelstellingen op het gebied van milieu kan waar maken.

Analyse

Wanneer Anixton de opdracht krijgt om een klant te helpen met de beslissing om al dan niet te verhuizen, kan het de situatie met een grote mate van objectiviteit analyseren omdat het geen 'makelaarsactiviteiten' uitoefent. Of de klant nu beslist om te verhuizen of te blijven, heeft geen invloed op Anixtons inkomsten. Om deze objectiviteit te garanderen, wordt er een scorekaart met alle hoofdcriteria van de klant bijgehouden. De klant en Anixton beslissen samen welk belang aan elk van de reeds vermelde criteria (en andere) gegeven moet worden. "We ondervinden vaak dat een bedrijf in het begin kostenbesparing als hoofddoel bepaalt, wat dan bijvoorbeeld een belang van 50% krijgt" legt Vincent Gérin uit. "Maar naarmate het proces vordert, begint de klant te beseffen dat het financiële aspect eigenlijk maar 40% of minder van zijn doelstellingen vertegenwoordigt. Want een gebouw met een goede indeling, ligging en uitrusting kan motiverend werken voor het personeel, met een hogere productiviteit als gevolg. Dit brengt op zijn beurt een financieel voordeel mee, en niet alleen door kosten te besparen". Tegenwoordig is het immers een grote uitdaging voor bedrijven om talent aan te trekken en te houden.

De analyse kan als resultaat opleveren dat het bedrijf beter in zijn huidige gebouw blijft, maar zich tot de eigenaar richt met het verzoek de ruimte te renoveren, een upgrade aan te bieden, de huurvoorwaarden te herzien,... Deze situatie deed zich meermaals voor bij Anixton.

grijke beslissing



Samenvoeging

Voor een tweede opinie over het alsnog populairdere concept 'Stay or Move' consulteerden we ook enkele vastgoedconsulenten van CBRE. Isabelle Vandeur, partner en hoofd van Global Corporate Services, bevestigde eveneens dat bedrijven meer interesse tonen op dit gebied. Ze verklaarde: "Volgens onze ervaringen zal ongeveer 40% van de bedrijven die overwegen om naar een ander pand te verhuizen, uiteindelijk opnieuw onderhandelen over hun bestaande huurovereenkomst na een analyse van alle parameters. Gezien de hoge volatiliteit van de economie en de grote onzekerheid, blijft kostenvermindering een belangrijke drijfveer voor de meeste ondernemingen. Hoewel het economische herstel zeer broos blijft, kunnen veel gebruikers - vooral de 'early movers' die in de beginfase van de recessie resoluut aan kostenbesparing gedaan hebben - vandaag een sterkere balans voorleggen en trachten zij strategische beslissingen te nemen".

Isabelle Vandeur voegde hieraan toe dat op het gebied van vastgoed de belangrijkste initiatieven voor kostenbesparing een vermindering van het gebruiksoppervlak, een herziening van de financiële voorwaarden van de huurovereenkomst en een herziening van de duur van de overeenkomst zijn. Wanneer de 'quick win'-besparingen geïmplementeerd werden en/of uitgeput zijn, wordt het moeilijker om nog kostenbesparende maatregelen te vinden die de

stabiliteit van het bedrijf niet in gevaar brengen. Om even terug te komen op de kwestie van de strategie, vervolledigde Isabelle Vandeur: "Positief is dat we een hernieuwde focus op strategische planning voor de toekomst waarnemen. Bij grote ondernemingen is de samenvoeging van meerdere kantoorlocaties naar één gecentraliseerde, een populaire methode". Het milieuaspect speelt hier ook een rol en vanuit hun ervaring heeft CBRE vastgesteld dat het belang van duurzaamheidskwesties afzwakt of verdwijnt door de recessie. Isabelle Vandeur is het hier niet mee eens: "Dit klopt niet want volgens mij zou meer dan de helft van onze gebruikers-klienten bereid zijn om voor een groen gebouw te kiezen. Maar de groene agenda moet een plaatsje krijgen in de waaier van algemene criteria voor de keuze van een gebouw. En we mogen niet vergeten dat er nog steeds te weinig groene gebouwen zijn, deels omdat er de laatste tijd zo weinig gebouwd werd".

Misschien is de grootste evolutie in dit alles wel dat er vroeger gewoon besloten werd 'of men zou verhuizen'. 'Niet verhuizen' werd toen niet beschouwd als een optie, maar is vandaag evenzeer een positieve, strategische vraag geworden die dezelfde professionele aandacht verdiend als de beslissing om wel te verhuizen.

Tim HARRUP ■

Alle opties in overweging nemen

Een mooi voorbeeld hiervan is een belangrijke internationale spoorwegoperator die beseftte dat zijn huidige huurprijs, die overeengekomen werd toen de vastgoedmarkt het nog goed deed, te hoog lag in de huidige 'crisismarkt'. Maar de ligging was heel goed en men besloot om niet te verhuizen, mits een aanpassing van de huurprijs, wat Anixton kon bereiken. Vincent Gérin legt uit: "Soms komt een klant naar ons en zegt hij dat hij in zijn gebouw wil blijven. Ze zijn hier zeker van maar willen betere voorwaarden. Maar in de loop van de opdracht gebeurt het soms dat, aangezien we niettemin vinden dat het onze taak is om hem op alle opties te wijzen, hij beslist dat het toch beter is om te verhuizen! Ook hier neemt de klant alle strategische aspecten in aanmerking en neemt hij een beslissing die totaal het tegenovergestelde is van wat hij oorspronkelijk van plan was".