

VIRE

2001 N U M M E R 2

MASTER CLASS

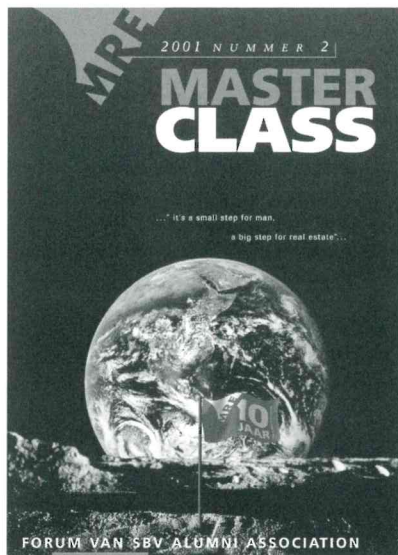
..." it's a small step for man,

a big step for real estate"...



SBV-Vastgoedinformatiecentrum
Wibautstraat 129
1091 GL AMSTERDAM
tel. : 020 - 668 1031

FORUM VAN SBV ALUMNI ASSOCIATION



Van de redactie

De vastgoedmarkt consolideert zich. De tijd van het grote avontuur en de lucratieve risico's is voorbij. Ontwikkelaars en beleggers zijn behoedzaam geworden en beperken zich tot het herhalen van beproefde trucjes. Het is een tijd van consolidatie. Deze aflevering van MRE Masterclass weerspiegelt de tijdgeest.

Wij brengen u het jaarlijkse interview van Jacques Craenen met oud-redacteur Peter Savelberg. En we hebben maar liefst twee professoren in deze aflevering. Natuurlijk dé vastgoedprofessor van de SBV, Pé Kohnstamm, maar ook zijn gedoodverfde opvolger Prof. Piet Eichholtz, die onlangs zijn Global Property Research liet opslokken door Kempen, komt aan het woord. En we vergeten niet verslag te doen van het jaarlijkse MRE-ontbijt tijdens de Mipim in Cannes.

Er is geen hausse aan nieuwe ontwikkelingen in de vastgoedmarkt, maar er wordt de komende jaren natuurlijk wel het een en ander opgeleverd. En dan doet Willem Rogge van Open! goede zaken. Open! legt zich toe op eerste paal evenementen en hoogste punten. In deze aflevering een feestelijk interview met Willem Rogge.

Over de ontwikkelingen binnen de SBV en het onderscheid in twee soorten MRE's wordt u bijgepraat door het bestuur en door Leo Uittenbogaard.

Houdt uw adem in voor de marktontwikkelingen. Laat u niet gek maken. Neem geen ondoordachte beslissingen. Leun rustig achterover met de MRE Masterclass in de hand.

De redactie.

Van de voorzitter

Dit jaar bestaat de vereniging tien jaar. Een belangrijke mijlpaal en een compliment voor diegenen die zich tot nu toe hebben ingezet om de vereniging te maken tot wat het nu is. Een dergelijk moment is altijd een ijkpunt voor terug en vooruitkijken. Bij de oprichting was het de bedoeling dat wat in de collegezaal van de SBV was ontstaan, een hechte groep en het onderling uitwisselen van meningen en informatie niet verloren te laten gaan na het behalen van de fel begeerde MRE titel. (lees verder op pagina 2)

IN DIT NUMMER

- pag. 2** Masternews:
Van de redactie
- pag. 2** Masterchair:
Van de voorzitter
- pag. 3** Masterchair vervolg:
Van de voorzitter
- pag. 5** Masterprof:
Van de professor
- pag. 6** Masternetwork:
MIPIM 2001 Rough Guide

- pag. 8** Mastercareer:
IR Peter Savelberg MRE
- pag. 11** Masterweb:
Een vastgoed op Internet
- pag. 13** Masternews:
Twee soorten MRE
- pag. 14** Masterview:
Interview met Willem Rogge

COLOFON

MasterClass is een uitgave van de SBV Alumni Association.

Redactie

Remco Coelman, Jacques Craenen, Erik Meijer, Edmond de Meijer, Jeroen Reijnoudt, Hans Zimmer.

Verspreiding

Leden van de SBV Alumni Association, studenten van de Postdoctorale Opleiding Vastgoedkunde, medewerkers SBV en vakgenoten.

Redaktieadres en grafische verzorging

FPW, Fact Promotional Works, Rotterdam
Liesbeth Peters
Tel.: 010 - 436 47 00, Fax: 010 - 436 45 07

VAN DE VOORZITTER

Deze basis is ook duidelijk in de verenigingsdoelstelling verwerkt. Ledenwerving bleek vanaf het begin niet moeilijk. Elk jaar meldden zich 30 tot 35 nieuw afgestudeerde MRE-ers aan. In de loop der jaren zijn tal van activiteiten georganiseerd, eerst in het klein, naarmate de vereniging groeide wat grootschaliger en in een wat duidelijker structuur en tijdschema. Naast de seizoensgebonden inhoudelijke bijeenkomsten is er sinds vorig jaar een zomerse informele ontmoeting. Het Mipim ontbijt in Cannes is een paar jaar tijd uitgegroeid tot een prima bezochte en succesvolle 'traditional'. De Ronde Tafeldag en de Night of the Masters zijn de meer grootschalige activiteiten. Na een te lange tussenperiode zal de Ronde Tafeldag eind dit jaar weer plaatshebben. De voorbereidingen vinden nu plaats en het Figi hotel in Zeist is reeds gereserveerd. Voorlopige gedachte is om het thema in een internationaal kader vorm te geven. Ook zal dit jaar weer een Night of the Masters worden georganiseerd. Hier wordt gestreefd naar een opzet meer in de vorm van een annual dinner in combinatie met de buluitreiking aan de nieuwe Masters.

Naarmate de vereniging groeide werd ook het belang van een verenigingsblad onderkend dat in 1997 voor het eerst werd rondgestuurd. Masterclass verschijnt nu vier keer per jaar in een oplage van 650 stuks

"Hier is geen Duisenberg, die met een krachtig beleid de inflatie tracht te beteugelen"

en geeft goede informatie, vaak vanuit de leden, over actuele ontwikkelingen in onze sector, maar ook wetenswaardigheden over hoe het leden professioneel vergaat. Paradepaardje en als zodanig ook door het merendeel van de leden onderkend is de Almanak, die in de zomer van dit jaar alweer voor de vierde keer bij een ieder in bus zal vallen. Kortom, in tien jaar tijd is vereniging uitgegroeid naar een volwassen status.

Ik gaf reeds aan, het gaat om terug- en vooruitkijken. Bij het vooruitkijken heb ik me onlangs verbaasd over de berichtgeving omtrent de start van een tweede MRE opleiding in dit land. Ik realiseer me dat de MRE titel niet beschermd is, maar vind het desondanks merkwaardig dat in een klein land als Nederland twee opleidingsinstellingen ontstaan met een zelfde titel bij een verschillende onderwijsopzet. We gaan haast naar Amerikaanse situatie, waar de titel wordt gekoppeld aan de universiteit. In een tijd waarin professionalisering van de sector en het vergroten van de transparantie voorop staan lijkt dit een tegendraadse ontwikkeling. Hier is geen Duisenberg, die met een krachtig beleid de inflatie tracht te beteugelen, of misschien zijn er toch branchevertegenwoordigers die krachtig hun mening willen vertolken.

De SBV Alumni Association telt nu ruim meer dan 300 leden en de jaarlijkse groei lijkt met 35 tot 40 nieuwe Amsterdamse Masters goed te ramen. Bij het derde lustrum zullen we waarschijnlijk al meer dan 500 leden hebben. Het grote ledental betekent dat het 'ons kent ons' idee, dat vanaf het begin van de vereniging sterk aanwezig is, dreigt te verdwijnen. Dit merken we bijvoorbeeld aan de opkomst bij de bijeenkomsten. De latere lichten blijken vaak beter vertegenwoordigd dan de eerdere. Voor ons als bestuur is dat een belangrijk aandachtspunt voor de toekomstige invulling van de verenigingsdoelstelling. Begin dit jaar is het verenigingsbestuur voor een groot deel vernieuwd.

Vanuit de nieuwe bestuursleden komen nieuwe ideeën en ook positief kritische geluiden waarom de dingen zo gaan als ze gaan. Voor dit jaar staat centraal of de huidige verenigingsopzet voor de komende jaren te handhaven is of dat bijstellingen wenselijk zijn. Vandaar bijvoorbeeld ook de enquête die jullie de afgelopen maand hebben ontvangen en hopelijk beantwoord, die een belangrijk hulpmiddel moet zijn bij de bepaling van deze richting.

In ieder geval zal rond de zomer onze eigen website www.sbvalumni.nl worden gelan-

ceerd, met daarop een elektronische 'interactieve almanak', een prikbord voor kennisuitwisseling en ook links naar voor de leden relevante aan de sector verweven sites. Wij denken dat dit een belangrijke bijdrage kan zijn voor de profilering van de vereniging en de verbetering van de onderlinge communicatie tussen de leden. Euroland zal zakelijk in belang toenemen,

"het 'ons kent ons' idee, dat vanaf het begin van de vereniging sterk aanwezig is, dreigt te verdwijnen."

ook in de vastgoedsector. In juni zal in Duitsland een Europese 'board' zal worden opgericht waarin naast de SBV Alumni Association ook vertegenwoordigers van zusterverenigingen uit Duitsland, Frankrijk en België zullen participeren. Ambitie is te komen tot een platform met een brede Europese basis waar de leden van de SBV Alumni Association desgewenst belangrijke voordelen uit kunnen halen. Voor de verdere uitwerking hiervan is in dit verenigingsjaar tijd en budget gereserveerd. Eerder heb ik reeds aangegeven dat andere bestaande verenigingsactiviteiten alle de komend tijd kritisch door het bestuur zullen worden bekeken. Is het zo goed of kan het beter. Dit geldt voor onze bijeenkomsten maar ook voor de Almanak en Masterclass.

Ik denk dat we er niet om heen kunnen dat de organisatorische basis van de vereniging de komende jaren professioneler zal worden. Met een vereniging van onze omvang moeten we duidelijk krijgen welke positie we willen in ons vakgebied. Er is bij mijn weten geen andere vereniging van deze omvang waarin op individuele basis de disciplines van het vastgoedvak zo breed en op verschillende niveaus bij de partijen in het vastgoed vertegenwoordigd zijn.

U hoort van ons.

thuis in de jungle

Retailvastgoed. Het is een wereld van weinig houvast, ondoorgrondelijk vaak. Voor een goedbedoelende, ambitieuze retailer is er vaak geen doorkomen aan. Wij, RSP Retail, zijn thuis in deze wereld. We kennen elke belemmering en elke doorgang. Zie ons als een gids. Gespitst, trefzeker en vasthoudend.

Een fors aantal grote en middelgrote nationale retailorganisaties, zelfstandige retailers, beleggers en ontwikkelaars steunt op onze deskundigheid en ervaring. We praten mee over markten, formules, strategisch beleid, toekomstplannen, verkassen en verbouwen. En we jagen achter de beste locaties aan. Die we dus ook verwerven.

Bel ons als u een adviseur zoekt die thuis is in retail en -vastgoed.



RSP Retail, Reitscheweg 1, postbus 3617, 5203 DP 's-Hertogenbosch, telefoon: (073) 648 87 50, fax: (073) 648 80 00, info@rspmakelaars.nl, www.rspmakelaars.nl

RSP MAKELAARS IS GEVESTIGD IN 'S-HERTOGENBOSCH, EINDHOVEN, GELDERMALSEN EN OSS

VAN DE PROFESSOR

De afgelopen maanden heeft de Tweede Kamer in eerste ronde de Nota Wonen, de Vijfde Nota Ruimtelijke Ordening en de Nota Grondbeleid besproken. Over de analyses was men redelijk te spreken, maar de beleidsvoornemens werden sterk bekritiseerd. Met name de Vijfde Nota moest het ontgelden. Het is nu nog te vroeg om te beoordelen hoe de definitieve kabinetsvoorstellen er na de zomer uit zullen zien, maar een aantal conclusies kan al getrokken worden:

De staatssecretaris en de Tweede Kamer hebben uitgesproken dat bij nieuwe plannen 30% van de kavels aan woonconsumenten en/of groepen moeten worden uitgegeven. In minder dichtbevolkte gebieden is dit niets nieuws en zal men er niet van opkijken, maar in de Randstad zal dit moeilijk te realiseren zijn. Projectontwikkelaars en wethouders van de grote steden zien een en ander dan ook niet zitten en willen de uitgifte van individuele kavels substitueren door consumentgericht bouwen. Dit is echter voor de staatssecretaris geen alternatief. Hij wil de woonconsument daadwerkelijk als opdrachtgever. Het lijkt er op dat alle redelijke argumenten van tafel zijn geveegd en dat tot uitvoering van deze maatregel zal worden overgegaan. Hoe een en ander in de praktijk gaat werken is volstrekt onduidelijk, zeker in bestaand stedelijk gebied. Tegenstanders geven aan dat er problemen zullen ontstaan rond de kavelgrootte en dat vele particulieren de rol van bouwheer niet ambiëren. De race lijkt echter gelopen en waarschijnlijk zullen er op een groot aantal plekken experimenten volgen. Dat laatste heeft in ieder geval het voordeel dat wij dan uit de welles-nietes sfeer komen. Laat de praktijk nu maar uitwijzen of deze weg begaanbaar is.

Er zal voor nieuwe bouwplannen een exploitatievergunning nodig zijn. In deze vergunning zal geregeld worden welke vergoedingen de bouwexploitant aan de gemeente moet betalen. De discussie of het kostenbegrip ruim dan wel beperkt gedefinieerd wordt, is nog niet afgerond. De Neprom heeft gepleit voor een beperkt kostenverhaal, namelijk alleen die kosten die direct toe te rekenen zijn naar het plangebied; anderen willen een grotere mate van verevening. Het voorkeursrecht van koop door de gemeente zal worden versterkt, maar ook



hier speelt nog een moeilijke discussie. Oorspronkelijk wilde de staatssecretaris dat de gemeente de stukken grond, die via het voorkeursrecht waren verkregen, uitsluitend via een tender zou uitgeven. Dit om de marktwerking te bevorderen. Van verschillende kanten is aangegeven dat dit voor grote stedelijke projecten de doodsteek betekent. Vaak zijn namelijk bij integrale gebiedsontwikkelingen de laatste panden uitsluitend via het voorkeursrecht van koop te verwerven.

De gemeente brengt die in bij de partners, die bij de ontwikkeling betrokken zijn. Dit zijn corporaties, projectontwikkelaars of beleggers. Voor het project is het uitermate moeilijk indien nieuwe spelers via een tender een positie in het totaal opeisen. Het lijkt er op dat dit argument wel gehoor zal vinden. Kwaliteitsverbetering van de Vinex-projecten wordt door iedereen van groot belang geacht. Minder, maar betere woningen is het credo. Dit behoeft geen probleem te zijn voor de grondexploitatie. Wel wordt hierdoor het draagvlak voor openbaar vervoer kleiner, maar hierin lopen

de investeringen toch al achter. Dit verminderde draagvlak voor tekortschietende investeringen in openbaar vervoer wordt geheel gecompenseerd door grotere en dus betere woningen, die een belangrijke voorwaarde zijn voor de doorstroming. Wij zien nu de eerste gewesten, zoals Haaglanden, samen met de private partners herontwikkelen.

Herontwikkeling vindt nu ook regelmatig plaats omdat de grondkosten te hoog zijn opgelopen. De sterk gestegen aanneemsommen maken dat de residuele grondkostenberekening leidt tot lagere grondprijzen. Nu de verkoopprijzen op vele locaties niet meer verhoogd kunnen worden, is de grondprijs de enige resterende variabele. Natuurlijk stuit dit op weerstand bij de gemeente. Het systeem van olopende grondquotes bij stijgende verkoopprijzen staat ook onder druk omdat hierdoor te weinig kwaliteit kan worden geboden. Op het ministerie van VROM wordt een en ander bestudeerd. Bij de behandeling van de Vijfde Nota bleek weer dat het traditionele bedrijfsterrain met veel laagbouw en auto's op maaiveldhoogte op weinig sympathie kan rekenen. Ik ben het daarmee eens. Wij zullen naar verdichting en kwaliteitsverbetering moeten streven, ook als dat leidt tot hogere huisvestingslasten voor de ondernemers. Doen wij dat niet, dan vrees ik dat er geen draagvlak in de samenleving is voor voortgaande uitbreiding van het aantal hectares bedrijfsterrain. De meest wezenlijke vragen over rode en groene contouren en de vraag hoe alle ruimteclaims gehonoreerd kunnen worden, zijn nog niet beantwoord en het is verre van zeker dat de antwoorden nog in deze kabinetsperiode zullen komen. Tot nu toe zijn de resultaten van alle studies, workshops, polderoverleggen en discussies nog weinig substantieel, maar misschien wordt het beste tot het laatst bewaard. In het najaar kan ik hierover opnieuw berichten.

MIPIM 2001 ROUGH GUIDE

Artikel van Jeroen Reijndoudt

In maart was het weer zover. De onroerend goed beurs van Europa, de MIPIM, werd weer georganiseerd in en om het Palais des Festivals in Cannes. Gemeenten, makelaars, ontwikkelaars en beleggers uit heel Europa, maar vooral ook uit Nederland, stonden weer in de rij om het evenement op te luisteren. Masterclass stond vooraan tijdens alle borrels en doet bij deze verslag van een aantal hoogtepunten van de MIPIM.

AAA+Randstad borrel

Amsterdam Area Airport en Randstad organiseerden dagelijks een borrel in het Palais des Festivals. De opkomst was groot. Gemeente Amsterdam, Den Haag, Haarlemmermeer, de luchthaven Schiphol, SADC, KFN, Fortis en Van den Bruele Kaufman sponsorden de borrels. Veelvuldig werden (aanstaande) MRE-ers gesignaleerd rond de paviljoens. M4 projecten had haar directeur drs. R.B. Coelman MRE afgevaardigd. Opvallend was dat hij geheel geen gelijkenis vertoonde met de foto op zijn toegangkaart. Aankomend MRE-er drs. D.J. Somsen beheerde de wijnvoorraad en liet daarbij zien in ieder geval op dat gebied talentvol te zijn. Een grote opluchting was het ontbreken van Nils Royer, die na jarenlange ruilhandel in tentoonstellingsgadgets door het OBR op gepaste wijze verwijderd is naar Blauwhoed. Frederick Haentjens van het Grondbedrijf verzorgde op aanvraag promo-materiaal van de gemeente Amsterdam en vertelde daarbij het een hele opluchting te vinden nu eens niet 'nee' te hoeven verkopen aan projectontwikkelaars.

VRM borrel

Ging dit jaar niet door, dus een ieder die daar enthousiast over verteld is niet echt op de MIPIM geweest!

Van den Bruele Kaufman, Van der Vorm, Trimp & Van Tartwijk ontbijt oftewel het MRE ontbijt

Fantastisch evenement, zeer hoge opkomst en van een hoog gezelligheidsgehalte. Prachtige woorden van onze professor Kohnstamm die zijn vrouw Rita mee had genomen naar het evenement. Met name de lichting 1997-1999 sprong er door de

grote opkomst uit. Top vastgoedondernemers als Arno Van der Voort (Provastgoed) en Frank Verschuuren (Verschuuren & Schreppers) uit dat jaar waren aanwezig. Vertegenwoordigers uit de eerste lichten die nog niet de pensioengerechtigde leeftijd hebben bereikt, zoals Jos Paardekooper (Trimp) en Hans van Tartwijk (& Van Tartwijk) waren er ook.

Jones Lang Lasalle borrel

Op een wat obscure locatie achteraf organiseerde Jones Lang LaSalle een mannelijke hormonen versterkend optreden van een aantal gebikinde dames. Op de voorste rij (jawel daar was 'ie weer) de heer drs. R.B. Coelman MRE van M4 Projecten. Verder veel gezwets en weinig wol.

NVM borrel op het dak het Hilton hotel

Jaarlijks een topper vanwege de unieke locatie, boven op het dak van het Hilton. Wel veel dezelfde gezichten. Maar enorme opkomst. Etenswaars volop evenals drank.

Joseph Elburg Makelaars

Stijlvolle bijeenkomst in het Carlton. Was tevens het 25 jarig bestaan van Joseph Elburg Makelaars. Heel vastgoedminnend Amsterdam was aanwezig.

Zadelhoff borrel

Te kleine tent en te veel mensen uitgenodigd. Desalniettemin onderscheidde Maarten Smits MRE zich als een voortreffelijk gastheer. Erg veel hoedjes en daardoor helaas wat gedateerd. Eten en drinken was er zeker genoeg.



MIPIM 2001 ROUGH GUIDE

Artikel van Jeroen Reijnoudt

In maart was het weer zover. De onroerend goed beurs van Europa, de MIPIM, werd weer georganiseerd in en om het Palais des Festivals in Cannes. Gemeenten, makelaars, ontwikkelaars en beleggers uit heel Europa, maar vooral ook uit Nederland, stonden weer in de rij om het evenement op te luisteren. Masterclass stond vooraan tijdens alle borrels en doet bij deze verslag van een aantal hoogtepunten van de MIPIM.

AAA+Randstad borrel

Amsterdam Area Airport en Randstad organiseerden dagelijks een borrel in het Palais des Festivals. De opkomst was groot. Gemeente Amsterdam, Den Haag, Haarlemmermeer, de luchthaven Schiphol, SADC, KFN, Fortis en Van den Bruele Kaufman sponsorden de borrels. Veelvuldig werden (aanstaande) MRE-ers gesignaleerd rond de paviljoens. M4 projecten had haar directeur drs. R.B. Coelman MRE afgevaardigd. Opvallend was dat hij geheel geen gelijkenis vertoonde met de foto op zijn toegangkaart. Aankomend MRE-er drs. D.J. Somsen beheerde de wijnvoorraad en liet daarbij zien in ieder geval op dat gebied talentvol te zijn. Een grote opluchting was het ontbreken van Nils Royer, die na jarenlange ruilhandel in tentoonstellingsgadgets door het OBR op gepaste wijze verwijderd is naar Blauwhoed. Frederijck Haentjens van het Grondbedrijf verzorgde op aanvraag promo-materiaal van de gemeente Amsterdam en vertelde daarbij het een hele opluchting te vinden nu eens niet 'nee' te hoeven verkopen aan projectontwikkelaars.

VROM borrel

Ging dit jaar niet door, dus een ieder die daar enthousiast over verteld is niet echt op de MIPIM geweest!

Van den Bruele Kaufman, Van der Vorm, Trimp & Van Tartwijk ontbijt oftewel het MRE ontbijt

Fantastisch evenement, zeer hoge opkomst en van een hoog gezelligheidsgehalte. Prachtige woorden van onze professor Kohnstamm die zijn vrouw Rita mee had genomen naar het evenement. Met name de lichter 1997-1999 sprong er door de

grote opkomst uit. Top vastgoedondernemers als Arno Van der Voort (Provastgoed) en Frank Verschuuren (Verschuuren & Schreppers) uit dat jaar waren aanwezig. Vertegenwoordigers uit de eerste lichten die nog niet de pensioengerechtigde leeftijd hebben bereikt, zoals Jos Paardekooper (Trimp) en Hans van Tartwijk (& Van Tartwijk) waren er ook.

Jones Lang Lasalle borrel

Op een wat obscure locatie achteraf organiseerde Jones Lang LaSalle een mannelijke hormonen versterkend optreden van een aantal gebikide dames. Op de voorste rij (jawel daar was 'ie weer) de heer drs. R.B. Coelman MRE van M4 Projecten. Verder veel gezwets en weinig wol.

NVM borrel op het dak het Hilton hotel

Jaarlijks een topper vanwege de unieke locatie, boven op het dak van het Hilton. Wel veel dezelfde gezichten. Maar enorme opkomst. Etenswaren volop evenals drank.

Joseph Elburg Makelaars

Stijlvolle bijeenkomst in het Carlton. Was tevens het 25 jarig bestaan van Joseph Elburg Makelaars. Heel vastgoedminnend Amsterdam was aanwezig.

Zadelhoff borrel

Te kleine tent en te veel mensen uitgenodigd. Desalniettemin onderscheidde Maarten Smits MRE zich als een voortreffelijk gastheer. Erg veel hoedjes en daardoor helaas wat gedateerd. Eten en drinken was er zeker genoeg.





BORRELS MIPIM



MRE

M A S T E R C A R E E R

IR PETER SAVELBERG MRE

In augustus 2000 ronden Peter Savelberg een succesvolle carrière bij KPN en TNT Post Group af. Bij het concern vervulde hij ondermeer de functies van directeur Vastgoed en directeur PTT Post International. In november startte hij zijn eigen onderneming; Savelberg Conceptontwikkeling BV houdt zich bezig met vastgoed- en businessconceptontwikkeling. Wij vroegen Peter hoe het hem tot nu toe is vergaan.

Artikel van Jacques Craenen

VASTGOEDCONSULTANT

Wat was de aanleiding om voor jezelf te beginnen?

Er was niet echt één aanleiding. Er speelden een aantal zaken tegelijk. Belangrijk was dat ik voor mijzelf een fundamentele keuze wilde maken tussen het voortzetten van een logistieke carrière bij TNT Post Groep of teruggaan naar "mijn oude liefde" het vastgoedvak. In de loop van het jaar 2000 (ik was toen directeur van de businessunit International Mail) werd duidelijk dat ik het vastgoedvak erg was gaan missen. Onderhuids had ik al jarenlang de behoefte gekoesterd om ooit op eigen benen te staan. Medio mei nam ik de beslissing: ik kocht een huis met kantoor, stichtte een BV en diende mijn ontslag in.een heel spannende tijd begon!

Dat was eind 2000 en nu ... heb je al opdrachtgevers?

Op dit moment werk ik voor een 5-tal opdrachtgevers. Ik schrijf o.a. een businessplan voor een Nederlandse projectontwikkelaar in het buitenland, houdt mij bezig met de conceptontwikkeling van een woon-/werk hoogbouwproject, een zeer exclusief winkelcentrum in Brabant en een Golfbaan-villaparkproject in Marbella.

Nederland, Spanje, businessplannen, klinkt goed. Wat voeg je toe aan de bestaande producten en adviesdiensten in ons vakgebied?

Ik ervaar inmiddels dat businessdevelopment-consultancy en vastgoed-conceptontwikkeling een unieke combinatie is. Bij KPN/TPG heb ik altijd integraal naar bedrijfsprocessen, marktontwikkelingen en bedrijfsnonroerend goed leren kijken. Als je trendsettend concepten wilt ontwikkelen dan moet je ook geïnteresseerd zijn in de ontwikkelingen van de markten en producten van je klanten/afnemers.

Zo zie je in het topsegment van de internationale "residential"-second home markt de koppeling van O.G. en services ontstaan. Adviseren in de retailwereld

"Afhankelijk van de projectomvang varieert mijn rol ook van conceptdenker tot projectmanager en regisseur."

zonder je te verdiepen in het "bricks & clicks" beleid is eigenlijk niet meer van deze tijd. Bedrijfsverplaatsingen komen vaak voort uit fusies/overnames of re-engineeringsplannen. Het adviseren en meedenken met de opdrachtgever over zijn bedrijfs- en marktplannen leidt tot betere huisvestingsoplossingen. Ik "doe" dus niet in winkels,

woningen of kantoren maar adviseer mijn klanten t.a.v. hun onroerend goed portefeuille in relatie tot bedrijfsontwikkelingen, productie- en distributiestrategie enzovoorts. Waardeoptimalisatie, op basis van conceptontwikkeling, bij verkoop van (bedrijfs)onroerend goed is daarbij een belangrijk aspect.

Een omvangrijk dienstenpakket, doe je dit alleen?

Wel zelfstandig, maar niet alleen. Bij conceptontwikkeling komt een aantal disciplines kijken die ik zelf niet in huis heb. Voor trendanalyses en marketingstrategie werk ik bijvoorbeeld samen met mijn jongste broer, die zijn eigen activiteiten op dit gebied ontplooit. Voor financieringen en projectmanagement werk ik met andere professionals samen. Op termijn sluit ik niet uit dat de meest vruchtbare samenwerkingen geïntensiveerd kunnen worden. Voorlopig is het ook gewoon prettig om even "volledig baas in eigen tent" te zijn. Als je 10 jaar lang in een groot concern hebt gewerkt is het een verademing om even niet meer over alles multidisciplinair te moeten afstemmen... als je begrijpt wat ik bedoel!!

Denk je in de huidige situatie over voldoende slagkracht te beschikken als je grotere projecten krijgt aangeboden?

Financieel zeker; daar zorgt de samenwerking met een zeer vermogende private marktpartij voor. Operationeel zal van project tot project moeten worden bekeken welke samenwerkingsvorm het beste past bij dat specifieke project en de opdrachtgever in kwestie. Afhankelijk van de projectomvang varieert mijn rol ook van conceptdenker tot projectmanager en regisseur. Voorlopig ondervind ik nog geen problemen.

Tot slot: heb je in deze situatie veel aan je MRE netwerk?

Eigenlijk heb ik tot nu toe nog geen uur aan acquisitie hoeven te besteden! Ik denk dat ik daar geluk mee heb gehad bij mijn start. Zelf ben ik geen hele actieve netwerker, in die zin, dat ik me niet graag aan mensen opdring. Er zijn al zoveel "eenpitters" die zichzelf graag etaleren. Gewoon je werk hartstikke goed doen, met veel vuur en passie; ik denk en hoop dat dat de beste kansen voor de toekomst creëert. Ik doe overigens alle MRE-ers die dit interview lezen en die mij kennen wel de hartelijke groeten...

Peter, namens de redactie van Masterclass bedank ik je voor de vele verdienste als redacteur voor Masterclass en wens je veel succes met je bedrijf.

Ik doe overigens alle
MRE-ers die dit interview
lezen en die mij
kennen wel de hartelijke
groeten...



Savelberg

Savelberg Concept Ontwikkeling bv baseert haar ontwikkelingsvisies op

een nieuwe naam in

economische ontwikkelingen, actueel marktonderzoek en trendanalyses. In

conceptontwikkeling

binnen en buitenland koppelen wij nieuwe ideeën aan "oude stenen".

en waardecreatie o.g.

Voor onze opdrachtgevers creëren wij steeds de optimale waarde. Savelberg

Concept Ontwikkeling bv werkt zowel voor eigenaren van onroerend goed,

projectontwikkelaars, beleggers als gemeenten. In een netwerk van vastgoed

professionals werken wij effectief samen met krachtige (financiële) partners.



SAVELBERGCONCEPT
ONTWIKKELING



EEN VASTGOEDMARKT OP INTERNET

Gastartikel van **Piet Eichholtz**

Inleiding

Internet is in Nederland definitief doorgebroken. Hoewel de ravage op de kapitaalmarkten anders doen vermoeden, groeit het gebruik van internet nog steeds gestaag en blijft het onvermijdelijk dat het internet revolutionaire gevolgen zal hebben voor de manier waarop mensen zaken doen. Deze ontwikkeling zal ook de vastgoedmarkt gaan veranderen.

Aanvankelijk werden de gevolgen van internet voor de vastgoedwereld vooral gezocht in een veranderd gebruik van ruimte: meer thuiswerken, ander winkelgedrag, en een groter belang voor (lokale) distributiecentra. Deze zaken zullen op de lange termijn zeker heel belangrijk worden, maar het is juist de werking van de vastgoedmarkt zelf die op korte termijn al door internet zal worden veranderd. Daarbij gaat het met name om de vraag of en hoe internet de transactiemethoden op de vastgoedmarkt zal veranderen. In dit artikel zal ik mij daar dan ook geheel op concentreren.

B2B Internet: huur en koop

Business to business internet sites zijn over het algemeen marktplaatsen waar goederen en diensten worden verhandeld. Vrijwel altijd richten ze zich op één bedrijfstak. Zo zijn er sites waarop chemische halfabrikaten worden verhandeld, sites waar telecomcapaciteit kan worden gekocht en sites waarop bijvoorbeeld autofabrikanten gezamenlijk hun inkopen doen. Analooft daaraan zullen marktplaatsen voor vastgoed primair dienen om ruimte te huren en te verhuren en om panden te kopen en te verkopen. Op dit moment zijn het vooral de makelaars die zich met deze zaken bezighouden, dus de vraag rijst of B2B internet sites het einde inluiden voor de positie van de makelaars. Waarschijnlijk is dat niet het geval. Een huurtransactie bestaat uit een



groot aantal facetten, waarvan er slechts enkele kunnen worden overgenomen door internet. Zo kan de matching functie goed via internet plaatsvinden, terwijl dat voor de andere functies veel moeilijker is. Vestigingsadvies, beheer, onderhandelen en het afhandelen van een transactie zijn stuk voor stuk zaken waar persoonlijk contact en professionele kennis een belangrijke rol

Waar komt de value added uit voort?

Uiteraard zullen vastgoedsites toegevoegde waarde moeten opleveren, anders zullen ze niet lang bestaan. Die toegevoegde waarde bestaat primair uit twee componenten: ten eerste wordt het verhuurproces efficiënter en minder tijdrovend en ten tweede kan het internet via zijn universele bereik leiden tot marktvergroting.

In de commerciële vastgoedmarkt verloopt het zoekproces nu relatief inefficiënt: voor een MKB directeur is het zoeken en vinden van een nieuwe bedrijfsruimte zeer tijdrovend. Een systeem dat zo'n zoeker een compleet overzicht geeft van het actuele aanbod bespaart hem veel tijd, vooral als daar handige diensten aan vast zitten die hem op de hoogte houden van dat nieuwe aanbod zonder dat hij steeds op een site moet kijken. Voor de aanbieder, of voor de aanbiedende makelaar, zit er nu een grote mate van inefficiëntie in het vinden van

"De vergelijking tussen een online ruimtemarkt en de effectenbeurs, die vaak wordt gemaakt, gaat dan ook niet helemaal op."

spelen en zullen blijven spelen. Vastgoed is geen standaard en homogeen product, en een vastgoedtransactie heeft altijd veel dimensies waarover onderhandeld kan worden.

De vergelijking tussen een online ruimtemarkt en de effectenbeurs, die vaak wordt gemaakt, gaat dan ook niet helemaal op. Op de effectenbeurs is er slechts één dimensie die van belang is: prijs. Dat betekent dat de transactie geheel via de beurs kan lopen en dat de afhandeling kan worden geautomatiseerd. Op de online ruimtemarkt zal dat niet het geval zijn. Kortom, vastgoedtransacties blijven mensenwerk.

serieuze gegadigden voor een pand. Er wordt veel tijd verloren met bezichtigingen met potentiële klanten die al op de stoep zien dat dit hun pand niet wordt. Als die mensen thuis al beter geïnformeerd zouden zijn, dan zouden ze überhaupt niet rondgeleid hoeven worden. Een systeem met uitgebreide informatie over elke individuele aanbieding kan dus veel tijd en geld besparen in het verhuurproces. Daarbij gaat het om pand-specifieke informatie en foto's, maar ook om lokatie-informatie, zoals voorzieningen, openbaar vervoer, parkeren, routeplanners, etcetera.

De andere component van toegevoegde waarde zit hem in vergroting van de markt



voor een gegeven aanbod. Vastgoed dat wordt aangeboden via een site kan door alle serieuze gegadigden worden gezien. Uit de wetenschappelijke literatuur blijkt

"als er weinig of geen aanbod op de site te vinden is, dan zullen potentiële huurders de site niet bezoeken"

dat dergelijke marktvergroting een gunstig effect heeft voor de prijsontwikkeling. Op het eerste gezicht is dat vooral gunstig voor de verhuurder, maar marktvergroting betekent ook dat partijen die vroeger geen toegang hadden tot het aanbod, dat nu wel hebben. Dat betekent dat ook deze zoekers erop vooruit gaan.

Kritische succesfactoren voor een online vastgoedmarkt

Hoeveel initiatieven voor een online vastgoedmarkt er ook komen, uiteindelijk zal er maar één overblijven. Economisch is een

VASTGOEDBELEGGERS DOEN MEE MET M2MATCH

Internet kan de vastgoedmarkt transparant maken en M2Match, een online marktplaats voor het huren en verhuren van commercieel vastgoed, zal daarbij een belangrijke rol vervullen. M2Match is een initiatief van en voor de eigenaren van vastgoed en stelt hen in staat om direct in contact te treden met hun klanten: de huurders. Ook voor makelaars en beheerders vormt m2Match een belangrijk nieuw marketing kanaal, waarmee belangrijke tijdwinst wordt geboekt in het verhuurproces. Door de toenemende transparantie van de markt zullen vastgoedbeleggers hun huren sneller kunnen aanpassen aan de markt en zullen zij meer partijen voor een gegeven vastgoedobject kunnen bereiken dan nu het geval is. De steun van de grootste vastgoedbeleggers betekent dat m2Match een vliegende start zal maken, zodat huurders direct beschikbare ruimte kunnen vinden en het potentieel van het internet volledig zal worden benut.

VASTGOEDSITES

"Daarbij gaat het om pand-specifieke informatie en foto's, maar ook om lokatie-informatie, zoals voorzieningen, openbaar vervoer, parkeren, routeplanners, etcetera."

situatie met meerdere marktplaatsen niet houdbaar. Hier gaat de vergelijking met de effectenbeurs dus wel op. Het is in het belang van alle marktpartijen als het aanbod wordt geconcentreerd op één plaats. De vraag is dan natuurlijk wat de kenmerken zijn van het winnende initiatief. Het eerste belangrijke succes-element is waarschijnlijk het motto: business as usual, maar dan gemakkelijker. Initiatieven die proberen de manier van werken van de marktpartijen drastisch te veranderen zullen het moeilijk hebben. Sites die zich aansluiten bij bestaande werkmethode zullen daarentegen veel gemakkelijker worden geaccepteerd. Dat betekent dat succesvolle sites toegevoegde waarde moeten leveren voor alle partijen die actief zijn in het huurproces: verhuurders, makelaars en huurders. Voor verhuurders en verhurende makelaars moeten vastgoedsites een sterk aanvullende marketing kanaal opleveren voor hun aanbod, met de al genoemde aanvullende informatie. Voor huurders en aanhurende makelaars moet een succesvolle site het zoekproces versoepelen. Sites die een marktpartij overslaan zullen van die kant niet worden geaccepteerd.

De andere cruciale factor in de slaagkans van een online vastgoedmarkt is het krijgen van liquiditeit: als er weinig of geen aanbod op de site te vinden is, dan zullen potentiële huurders de site niet bezoeken en dan heeft het vervolgens voor aanbieders van ruimte geen zin om hun panden erop aan te melden. Hier is dus sprake van een typisch kip en ei probleem en de oplossing daarvan bepaalt het succes van de marktplaats.

In ieder geval schuilt die oplossing niet in het klassieke model van de internet startup: een mooie site bouwen, vervolgens een buitensporig marketingbudget ertegenaan gooien en dan maar hopen op het beste. De betere weg is om eerst de grootste aanbieders ervan te overtuigen om mee te doen en pas dan de site en de verdere infrastructuur te ontwikkelen.

Dat betekent dus dat het winnende initiatief de grote aanbieders van vastgoed zal

moeten bundelen: de institutionele beleggers en de grote makelaars en makelaarsorganisaties. Gezien het belang van snelle liquiditeit zijn sterk geconcentreerde vastgoedmarkten waarschijnlijk relatief gemakkelijk op internet te krijgen. Wat dit betreft ziet de situatie in Nederland er gunstig uit: zowel onder institutionele beleggers als onder makelaars is er sprake van meer concentratie dan in de meeste andere landen.

M2MATCH (www.m2match.nl) is er als eerste in geslaagd om een groot aantal belangrijke aanbieders te bundelen en zich zo te verzekeren van een groot aanbod vanaf de lancering van de site. Vooralsnog zijn dat voornamelijk institutionele beleggers. De volgende belangrijke stap is om ook de makelaars aan te sluiten.

Conclusies

Zonder twijfel zal een groot deel van het vastgoed-aanbod spoedig te vinden zijn op internet. Wie de slag zal winnen is nog niet duidelijk, maar ik heb in dit artikel enkele dingen laten zien die de winnaar van de verliezers onderscheidt: direct werken met grote aanbieders, snel liquiditeit creëren, veel nuttige informatie toevoegen aan de pure transactiegegevens, en een sterke focus op het primaire product, het eenvoudigen van het transactieproces.

Aanbevolen literatuur

Blodget, H. en E. McCabe, The B2B Market Maker Book, Merrill Lynch, February 2000.

Philips, C. en M. Meeker, The B2B Internet Report; Collaborative Commerce, Morgan Stanley Dean Witter, April 2000.

Shapiro, C. en H. Varian, Information Rules, Harvard Business School Press, 1999.

Skinner, S., Business to Business e-commerce; Investment Perspective, Durlacher Research, 2000.

STEC, De Impact van e-business op de Nederlandse vastgoedmarkt, IVBN, mei 2000.



www.m2match.nl

MRE

M A S T E R N E W S

TWEE SOORTEN MRE

SBV Stichting voor
Beleggings- en
Vastgoedkunde

Het kon eigenlijk niet uitblijven. De SBV-MRE krijgt concurrentie. De Technische Universiteit Eindhoven (TU/e) heeft onlangs besloten de titel MRE uit te reiken aan degenen die de postdoctorale opleiding Vastgoedmanagement hebben gevolgd.

Vastgoedmanagement

Oorspronkelijk was het de bedoeling dat afgestudeerden van deze opleiding de titel 'Certified Property Manager' (CPM) zouden krijgen. Deze titel zou de lading goed hebben gedekt. De opleiding richt zich namelijk op vastgoedmanagers die op het tactisch niveau opereren. De TU/e heeft echter uit marketingoverwegingen toch voor de titel MRE gekozen. De SBV reageert op deze ontwikkeling door gewoon door te gaan met het leveren van kwaliteit. Deze koers hebben we al sinds de oprichting van de SBV consequent gevolgd. We zijn ervan overtuigd dat de herkenbaarheid door de kwaliteit bepaald wordt en niet door de titel.

Verwarring

De structuur van de opleidingen verschilt nogal. De SBV-MRE'ers hebben twee jaar zeer intensieve studie achter de rug. Eindhoven heeft voor een modulaire structuur gekozen, waarbij de titel MRE wordt verstrekt aan degenen die alle 15 modules

hebben gevolgd. Ook het niveau van de opleidingen is anders. Zoals uit de folder blijkt richt de opleiding in Eindhoven zich op het tactisch niveau van het managen van vastgoedprocessen, waarbij de strategie als gegeven wordt beschouwd. De SBV-MRE® centreert zich rond het strategisch management, waardoor de opleiding zich met name richt op het hoger kader in de vastgoedbranche. Door het gebruik van dezelfde titel is het mogelijk dat in de toekomst verwarring ontstaat over welke opleiding gevolgd is, de SBV-opleiding of de TU/e-opleiding.

Eigen identiteit

Vanwege deze eventuele verwarring hebben we de TU/e verzocht een andere afkorting te kiezen dan MRE. Bijvoorbeeld de op technische universiteiten gebruikelijke afkorting Msc. Niet de komst van goede opleidingen zien we als een probleem, wel de verwarring die ontstaat over de kwaliteit en de waarde van de titel. Als een opleiding een eigen structuur en inhoud heeft, moet dat ook in de identiteit tot uiting te komen. Helaas is onze suggestie niet overgenomen.

Bachelors en Masters

Overigens zullen in de toekomst nog meer masteropleidingen in ons vakgebied het levenslicht zien.

Dit is een logisch gevolg van de bachelor-master structuur die vanaf 2002 in Nederland wordt ingevoerd. Naar verwachting zullen er masters in alle soorten en maten ontstaan. Variërend van masteropleidingen van één jaar die direct na het bachelor diploma worden gevolgd, tot zeer exclusieve tweejarige masteropleidingen waarvoor eerst een flink aantal jaren werkervaring nodig is, zoals de SBV-MRE®. We groeien met deze ontwikkeling geleidelijk naar de Amerikaanse situatie, waar het al lang zo is dat een mastertitel alleen niets zegt, maar wel het instituut waar de titel behaald is. Een MBA van Harvard heeft een heel andere waarde dan dezelfde titel van onbekende state university. De SBV speelt al geruime tijd op deze ontwikkeling in. De titel SBV-MRE® is beschermd. In het najaar starten we een nieuwe marketing waarin de branding van onze opleidingen een grote rol speelt.

Ook de Universiteit van Amsterdam zal maar één MRE blijven uitgeven. Op dit moment werken we weliswaar intensief aan programma's die op een flexibele wijze tot een mastertitel aan de UvA zal leiden, maar deze zal een andere afkorting meekrijgen dan MRE, omdat de aard en de inhoud zullen verschillen.

Leo Uittenbogaard

ADVIES AAN IEDEREEN DIE KANTOORRUIMTE ZOEKT: DOE VOORAL GEEN MOEITE.

Voortaan is het zoeken naar kantoorruimte een stuk eenvoudiger. Via M2MATCH - dus gewoon van achter uw bureau - ziet u direct wat er beschikbaar is. U geeft online uw zoekopdrachten op en in twee tellen staan alle 'matches' op uw beeldscherm. Plus natuurlijk alle relevante informatie over de geselecteerde kantoorruimtes. Vindt u iets dat u helemaal ziet zitten? Dan neemt u contact op met de aanbieder. En komt u ongetwijfeld al even moeiteloos tot zaken.

www.m2match.nl De slimste website voor commercieel vastgoed



INTERVIEW MET WILLEM ROGGE OVER EVENEMENTEN VAN OPEN!



The
VIEW-MASTER
Ultimate Reel List

Bijna een jaar geleden ben je het organisatiebureau Open! Gestart. Wat doet Open! precies?

Open! organiseert communicatieve evenementen voor bouw- en infrastructuurprojecten. Je moet hierbij niet alleen denken aan de traditionele mijlpalen zoals een eerste steenlegging of het bereiken van het hoogste punt. Het gaat om evenementen waarbij een boodschap wordt overdragen, waarbij iets bereikt moet worden.

Open! richt zich dus niet alleen op de festiviteit, maar ook op de achterliggende gedachte van het project, het plan of het spektakel. Hiermee wordt meerwaarde in een evenement gecreeërd.

Hoe kom je erbij om hiermee te beginnen?

Mijn roots liggen min of meer in de bouw. In Delft heb ik Civiele Techniek gestudeerd

en heb vervolgens na mijn afstuderen twee jaar voor het Projectmanagementbureau ProCap in Utrecht gewerkt, o.a. aan de Betuweroute. Bij infrastructuur- en bouwprojecten ik heb ik gezien dat er een enorme armoede is aan originele acties en evenementen om deze grootschalige projecten en werken te marketen.

Je praat over marketen van projecten. Is dat nodig?

Zeker! Een bouwproject is vaak zeer ingrijpend voor mensen en haar omgeving, maar soms ook voor het maatschappelijk leven.

Met alleen een feestelijk oplevering met

wat vuurwerk en een bitterbal kun je tegenwoordig echt niet meer aankomen. Een bouwwerk gaat een belangrijke functie vervullen en hierover moet met alle betrokken partijen worden gecommuniceerd.

De Noord-Zuid-lijn bijvoorbeeld?

Ja, daar noem je een goed voorbeeld. Je ziet hier een kuddematig negativisme, vaak zonder dat mensen hierover zelf een beeld hebben gevormd. Iedereen praat elkaar na zonder zich in het project te hebben verdiept. Mensen hebben blijkbaar moeite bij toekomstige, complexe projecten zelf een mening te vormen. De raddraaiers van de Nieuwmarkt

"Met communicatieve evenementen en acties is er direct contact en staat beleving voorop: je maakt waar wat je zegt."

bijvoorbeeld, die zo tegen de aanleg van de metro waren, zitten nu dagelijks in diezelfde metro naar hun werk. Dikwijls in confectiepakken, met spatvlekken drinkontbijt op de revers.

Public relations is vaak een ondergeschoven kind. Veel processen worden in belangrijke mate gedreven door ingenieurs. Wanneer bijna alles is geregeld, wordt pas over PR nagedacht. Logisch dat veel betrokken partijen dan de hakken in het zand zetten.

Met goede programmering van activiteiten waarbij de beleving voorop staat worden veel afstanden verkleind en een grote mate van begrip gekweekt. Informatie kan op maat verstrekt worden. Met de moderne middelen is zelfs een dialoog, zogenaamde interactie tussen de betrokken partijen, mogelijk.

Dialoog door middel van evenementen? Wat moet ik mij daar bij voorstellen?

Neem bijvoorbeeld de ontwikkelingen van het tweede Guggenheim Museum in New York. De afgelopen winter is een expositie georganiseerd. Over 4 jaar gaat het gebouw pas in gebruik genomen worden. Betrokkenheid en beeldvorming ontstaan bij alle partijen doordat ze al in het ontwikkelingstraject worden meegenomen. Het internet en virtuele beleving spelen hierbij een belangrijke rol. Dit voorjaar al opent het virtuele Guggenheim museum haar deuren.

Met ICT en Multimedia heeft de gebruiker niet alleen de rol van de koper van een product maar kan hij bijvoorbeeld in het ontwikkelingstraject een bijdrage leveren. Het ontwerp van de Fiat Multipla is op deze wijze tot stand gekomen. Bij woningbouw projecten zie je deze trend ook opkomen.

Met alleen mooie verhalen en presentaties kan je bij grote complexe projecten niet de neuzen dezelfde kant op te krijgen. Het gaat om een proces waarbij partijen dicht bij elkaar komen. Dit proces kan je versterken door evenementen en acties.



“Betrokkenheid en beeldvorming ontstaan bij alle partijen doordat ze al in het ontwikkelingstraject worden meegenomen.”

Welke rol kan Open! met evenementen en acties spelen in de vastgoedmarkt?

Voor projectontwikkelaars is nu ook de tijd aangebroken dat direct en intensief contact met klanten belangrijk wordt. Verhalen over projecten die worden ontwikkeld klinken allemaal even mooi en spectaculair. Echter klanten zijn kritisch en willen het eerst allemaal wel eens zien. Met communicatieve evenementen en acties is er direct contact en staat beleving voorop: je maakt waar wat je zegt.

Om een voorbeeld te noemen, het project D-office dat laatst door Open! is geopend. D-Office is een nieuw concept van flexibele werkplaatsen op strategische locaties. Een initiatief waar o.a. ING Vastgoed 50% eigenaar van is. Bij de lancering van dit concept werden vierhonderd genodigden volledig meegenomen naar de werksituatie op de futuristische werkplekken.

Alle gasten ervoeren niet alleen hoe het was om op een nieuwe, moderne werkplek te zitten, maar ze zagen vanaf deze plek ook elkaar en zichzelf zitten.

In een productie werden deze live-beelden vertoond met behulp van de modernste ICT infrastructuur: 'An unusual day at the D-Office'. Een productie die door intensieve samenwerking en overleg met betrokken partijen, zoals initiatiefnemers, medewerkers en in dit geval ook de architecten, onder begeleiding van Open! tot stand is gekomen.

Dit is een voorbeeld van activiteiten die Open! vorm geeft en organiseert.

Amerikaanse Allure

Zuid Toren Stationsgebied Hoofddorp



Ballings/FARTS

Van den Bruele Kaufman BV
Maliebaan 57, 3581 CE Utrecht
T 030.234 35 75
F 030.236 47 06
www.vandenbruelekaufman.com
bk.ontw@wxs.nl

Van den Bruele Kaufman