

MARKT / MAKELAARS / BELEGGINGEN

Pim Appel, directeur Appelhoven Vastgoedadviseurs:

# ‘Personal touch is vandaag belangrijk’

‘Tijdens de absolute top draaiden we in een jaar zo’n 375 tot 450 miljoen euro aan beleggingen per jaar. Dat is nu dus wel anders’, zo schetst Pim Appel van Appelhoven Vastgoedadviseurs de huidige economische werkelijkheid. ‘Maar als ik naar de markt in z’n algemeenheid kijk, dan ben ik zeker niet ontevreden over hoe wij momenteel varen in deze crisistijd.’

Johan Mostert

‘Bij veel makelaarskantoren is het momenteel mode om te poneren ‘We doen alleen nog maar aanhuur’, zo vervolgt Appel. ‘Wij kunnen met een gerust hart stellen dat we van aanvang af, dat is nu zo’n acht jaar geleden, nooit anders hebben gedaan. Daarin denken wij goed te zijn en dat doen we nog steeds. We zijn momenteel met veel huurders bezig. We doen veel voor Randstad, AT Kearney, Wieringa Advocaten, Fysiomed, British American Tobacco, Roche, Gaastra, McGregor en voor Tommy Hilfiger hebben wij onlangs het oude kantoor van CBRE aangehuurd. We hebben – als uitzondering op de regel – eigenlijk maar twee tot drie projecten in de verhuur. Zo verhuurdend wij in Amsterdam het afgelopen jaar op ‘Zuidpark’ ongeveer 5.000 m<sup>2</sup> aan Makro en ongeveer 3.000 m<sup>2</sup> aan Emesa. Het afgelopen jaar hebben we ook nog voor ongeveer 180 miljoen euro aan beleggingstransacties bege-

leid. En we hebben nog behoorlijk wat in de pijplijn.’

‘Ook in de goede tijden zijn wij klein gebleven’, zo verklaart Appel gedeels het succes van zijn kantoor. We hebben niet alles aangepakt en ons gefocust op waarin we goed zijn. We werken ook nog steeds met slechts twee adviseurs (naast Pim Appel mede oprichter Stijn Uijthoven; red.) en een secretaresse/office manager. Het betekent al met al wel hard werken, maar het kost relatief weinig energie, omdat we er nog steeds erg veel plezier in hebben. Ons voordeel is dat we naast de beleggingstransacties blijven werken aan een constante stroom aanhuuropdrachten die vaste en nieuwe relaties ons gunnen.’

Appel over de kantorenmarkt: ‘Het aanhuren van kantoorruimte is ook in deze tijd van overaanbod geen walhalla. Als een opdrachtgever echt kleiner of groter wil, weet je zeker dat je op een gegeven moment een deal doet.

Maar als je het goed wilt doen – en dat wil je – is een verhuizingstraject begeleiden een tijdrovende klus. Dat doen we er niet ‘even’ bij. Dat is helemaal niet vervelend, je weet dat er nu bij uitstek professionaliteit en bereikbaarheid van je wordt verwacht. Je moet dus niet twee dagen later terug bellen. En er wordt van je verwacht dat je creatief bent in de wijze van aanpak en je zo nodig ook ‘s avonds nog in de weer bent. En als je het goed doet, werken je klanten als ambassadeurs voor je kantoor.’

## Persoonlijke ‘touch’

Op de vraag of kleine, lokale kantoren in deze crisis een voorsprong hebben op de grote internationale ketens, kan Appel geen eenduidig antwoord geven. Appel: ‘Ik ken hun cijfers niet, maar ik hoor het vaker. Partijen, vooral beleggers en gebruikers, gaan naar een persoon en niet naar een kantoor. Overigens is het opdracht geven aan kleinere professionele kantoren binnen grotere organisaties nu ook gemakkelijker intern uit te leggen. Er is ook meer behoefte aan specialisti-

## Partijen gaan naar een persoon niet naar een kantoor

sche kennis en kunde. De persoonlijke ‘touch’ is vandaag de dag belangrijker. Daarbij acteren wij altijd proactief.

Een gesprek met een relatie van bijvoorbeeld een uur kun je verschillend benaderen. In een gesprek met een relatie waar het gaat over zaak X, betrek ik ook zaak Y en Z. Wij zijn pur sang adviseurs en hoeven niet per se op korte termijn deals te doen.’ Sturen opdrachtgevers die willen aanhuren, jullie tegenwoordig met een andere opdracht op pad, bijvoorbeeld om de allervoordeligste deal eruit te slepen? Appel: ‘Nee, niet direct. Elke opdrachtgever heeft een eigen pakket van eisen. Als je echt heel veel wilt besparen, door bijvoorbeeld van Amsterdam naar de Plaspoelpolder in Rijswijk te verhuizen, dat wil men dat over het algemeen toch ook niet. Binnen het spectrum waarin zij zijn geïnteresseerd, willen ze wel de beste deal doen en daarvoor gaan wij ook. Maar zaken als verduurzaming van objecten, bereikbaarheid, flexibiliteit in looptijd overeenkomst et cetera kunnen een rol spelen. In de aanhuur en beleggingen werken we voor onze klanten in heel Nederland.’

In jullie portefeuille is de omvang van het beleggingsvolume gedaald. Staan ook de aankoopsprijzen van kantoren onder druk? Appel: ‘Als er sprake is van korte huurcontracten op B- en C-locaties, dan heeft er een substantiële afwaardering plaatsgevonden. Daarnaast wordt heel kritisch gekeken. Ook als een pand is ‘oververhuurd’, dempt dat de koopsom. Vooral institutionele beleggers zijn nu heel

voorzichtig. Zij zien vaak bedreigingen en geen enkele kans meer. Er heerst zeker angst in de markt.’

## Het nieuwe werken

Tot slot roert Appel nog een heikel onderwerp aan; het nieuwe werken. Appel: ‘Ik geloof niet in het altijd werken aan ‘flex’ bureaus. Het zogenaamde flexibele werken is een trend, een marketing ding, dat soms vooral wordt gepropageerd door bedrijven die baat hebben bij de ombouw van kantoren. Wij sluiten onze ogen er niet voor en zien dat ook onze relaties er veel mee bezig zijn. Maar de vraag is denk ik voor hoe lang en op wat voor manier. Natuurlijk bespaar je geld als voor drie medewerkers evenveel meters huurt als voorheen voor twee collega’s. Maar weegt deze besparing op tegen de productiviteit van deze persoon als hij een eigen werkplek zou hebben. En is het wenselijk dat iemand elders zijn werk uitoefent? Thuiswerken is in bepaalde gevallen prima, ik doe het zelf ook als het zo uitkomt, maar over het algemeen hebben mensen toch een beetje een stok achter de deur nodig om echt gas te geven. Die is minder aanwezig als ze thuis bivakkeren. Daarvoor hoef je volgens mij geen psychologie te hebben gestudeerd. Daarbij heb je niet meer je eigen bureau, je eigen ‘tokootje’ en je hebt minder contact met je collega’s. Als jij er bent, zijn zij er weer niet. Als de economie weer aantrekt, met als gevolg een krappere arbeidsmarkt, dan heb je een grote kans dat de trend weer zo voorbij is.’

MARKT / MAKELAARS /

Rene Klotz, voorzitter NVM Business:

# ‘Makelaar moet assertiever zijn’

Rene Klotz, voorzitter van NVM Business, maakt zich weinig zorgen over de rol van de makelaar tijdens deze economische crisis: ‘Juist in deze tijd denk ik dat de rol van de makelaar van eminent belang is. Hij weet immers waar de gebruikers zijn.’

Johan Mostert

‘Het aanbod is momenteel overal te vinden’, zo vervolgt Klotz. ‘Het gaat dus om het faciliteren van de vraag. Die vraag kan een goede makelaar vertalen naar het aanbod. Het draait nu dus om echt vakmanschap.’ ‘Een groot aanbod betekent meer aanbod dan vraag’, zo verduidelijkt Klotz. ‘In die situatie heb je als makelaar van de kant van de aanbieders te maken met complexe dossiers waarbij je moet aangeven wat de mogelijkheden zijn, wat moeilijk is om te verhuren of wellicht zelfs kansloos is. Een probleem is echter dat een makelaar wordt betaald op ‘no cure, no pay’ basis. Dat wordt lastig als kantoren jaren

leegstaan en de inspanningen van de makelaar al die tijd niets opleveren. In de markt wordt nagedacht over een andere beloningsstructuur binnen het kader van kansrijke en kansarme projecten. NVM Business neemt daarin niet het voortouw, omdat wij van mening zijn dat dat een zaak is van de individuele ondernemer. We volgen de ontwikkelingen wel nauwgezet. Wellicht is het een zinvolle gedachte om in bepaalde situaties in een soort abonnementenstructuur te gaan werken. In ieder geval zul je als makelaar assertiever moeten zijn met het oog op de toekomst; je zult betere, efficiëntere bedrijfshuisvesting moeten

vinden voor de gebruikers. Daarbij heb je te maken met nieuwe eisen voor duurzaamheid, flexibel werken en specifieke eisen voor een locatie. Wat betreft duurzaamheid, kan het zijn dat de eigenaar investeringen moet doen die ertoe leiden dat de gebruikers lagere energiekosten voor hun rekening krijgen. Maar die eigenaar wil aan de andere kant wel dat die investering zich op een bepaald moment terug betaalt. Binnen dat kader moet een makelaar een oplossing vinden. Dat kan bijvoorbeeld een all-in prijs zijn.’

Klotz signaleert nog een heikel strijdpunt tussen verhuurder en huurder waarbij de makelaar voor evenwicht moet zorgen. Klotz: ‘Een eigenaar wil een lange, stabiele relatie aangaan met een huurder en belooft dat doorgaans met incentives. Een huurder wil echter bij voorkeur kortere huurcontracten, maar zal dat moeten compenseren met een hogere huurprijs. Bedenk hierbij dat je het optimum voor beide partijen binnen dit speelveld nooit vindt. De taak van de makelaar is om te kijken hoe je een en ander kunt modificeren via de

hoogte van de huur en/of via aanpassingen aan het gebouw. De markt voor bedrijfsonroerend goed is nu eenmaal niet bijzonder transparant dus de makelaar is bij uitstek degene die hierbij een belangrijke rol kan vervullen.’ De kwaliteit van de locatie blijft in de ogen van Klotz van wezenlijk belang binnen de kantorenmarkt. Klotz: ‘Als de crisis voorbij is, hebben we een enorm personeelstekort, zo is mijn inschatting althans. Die nieuwe kantoorgebruikers gaan kijken op welke leuke plek zij kunnen gaan werken. Dan is een kantoor op een bedrijventerrein waarschijnlijk niet de eerste keus maar krijgt een aardige plek in een binnenstad de voorkeur.’ De

## Het draait nu echt om vakmanschap

duurzaamheid van een gebouw gaat volgens Klotz eveneens een belangrijke rol spelen. ‘Hoewel een aantal beleggers op dit gebied goed bezig zijn, bestaat er binnen dit kader toch nog veel lijdzaamheid. Deze afwachtenden zien het maatschappelijk belang wel maar kunnen dit nog niet vertalen naar een economisch model. Ook in dit opzicht heeft de makelaar een taak. Al met al ben ik dus positief gestemd over de goede makelaar die toegevoegde waarde schept binnen het verdienmodel van zowel de eigenaren als de gebruikers. NVM Business heeft voor deze weifelende eigenaars een mooie tool ontwikkeld, de NVM Business scan voor duurzaamheid’ ‘Minder opname ten opzichte van veel aanbod,’ de markt is dus niet gemakkelijk,’ zo concludeert Klotz. ‘Het is dus zaak om alleen op top locaties nog kantoorruimte toe te voegen. Een aantal steden heeft daartoe gelukkig al het besluit genomen, maar het vlees is zwak. Als een grote kantoorgebruiker dreigt te vertrekken wanneer deze geen nieuwbouw mag plegen, dan gaan gemeenten toch vaak door de knieën. Dat blijft lastig.’