

Ontwikkelgroep MFA's & Het Nieuwe Werken

Verslag 1^e bijeenkomst 25 oktober 2011, locatie Seats2Meet Utrecht

Aanwezig: Mark Verhijde, Monique van Cleef (Casade), Wybe Zijlstra en Ronald Kluskens (Gemeente Arnhem), Niels Godijn (Ymere), Ron Cretier (Perron 3), Gerald Wiebing (Wiebing Advies), Jurjen van Keulen (Gemeente Utrecht). Gast: Vincent Ariëns (Seats2Meet Holding).

Doel van de 1^e bijeenkomst is om meer duidelijkheid te krijgen over de onderzoeksvragen van de Ontwikkelgroep. Voor de bijeenkomst is Vincent Ariëns van Seats2Meet (S2M) uitgenodigd om een presentatie te geven over de achtergronden en het businessmodel van S2M. De presentatie vind je met de volgende link: <http://www.slideshare.net/Vincentariens/presentatie-s2m-mfalab>

De doelgroep van S2M is de Knowmad: “a nomadic knowledge worker, that is, a creative, imaginative, and innovative person who can work with almost anybody, anytime and anywhere”. Meer specifiek mikt S2M op de zelfstandig professional, om het even of deze nu in loondienst werkt of een eigen bedrijf heeft. De trends laten volgens S2M zien dat deze groep de komende jaren fors gaat groeien. Zij hebben werkruimte en ontmoetingsruimte nodig.

Het businessmodel van S2M is relatief eenvoudig: zij verhuren stoelen per zaal. Het online verhuursysteem bepaalt hoeveel dat per uur kost, waarbij gebruik wordt gemaakt van ongeveer 35 indicatoren (ofwel een dynamisch agendasysteem). Grofweg betekent het dat het huren van een grote zaal voor weinig mensen en kort op de bijeenkomst zelf erg prijzig is. Het agendasysteem laat overigens ook alternatieven zien waaruit gekozen kan worden.

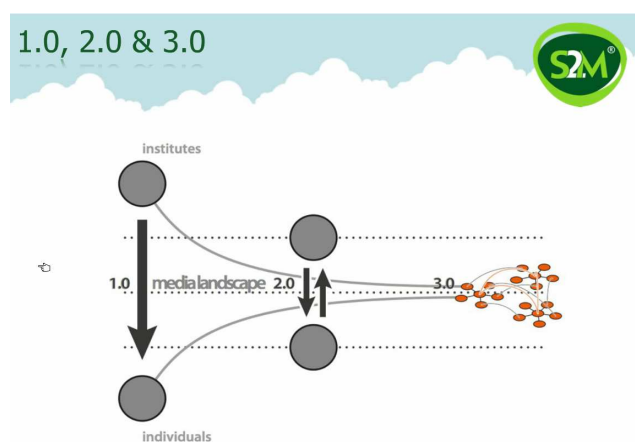
De kracht van S2M zit in het (zakelijk) ontmoeten. In de Meetingspace kan iedereen gratis werken en elkaar ontmoeten, ook drinken en lunch is gratis. Dat kost ongeveer Euro 80.000 per jaar. Het doel van S2M is om zo ook echte ontmoeting te laten plaatsvinden. Met andere woorden, er wordt ook van de bezoekers verwacht dat zij onderling contact maken, informatie uitwisselen en tot co-creatie komen. Een groot deel van de S2M community neemt die boodschap ook serieus, je wordt aangesproken als je er komt werken. In feite gaat het om iets terug doen richting S2M en de gemeenschap van zelfstandige professionals.

S2M heeft aan de andere kant geen apart budget voor communicatie en marketing, dat wordt uitsluitend gedaan door de S2M gemeenschap zelf die hiervoor gebruik maken van sociale media als Twitter, Facebook en LinkedIn (en nog veel meer interessante toepassingen en apps). De website van S2M bestaat dan ook voor 90% uit sociale informatie, met een klein stukje agendasysteem. Op dit moment wordt gewerkt aan een app die in realtime zichtbaar maakt wie er aanwezig is in S2M, met een korte omschrijving van specialisme, interesse en werkervaring.

Ook is S2M bezig om het WorkSpace instrument verder te ontwikkelen. Zo biedt het bedrijf gratis haar dynamische agendasysteem aan voor alle bedrijven, organisaties en instellingen die gratis werkplekken beschikbaar stellen. Het doel van deze uitbreiding van het WorkSpace instrument is om meer zicht te krijgen op het aantal zelfstandig professionals en hun werklocaties. Om vervolgens deze meer mogelijkheden te bieden tot co-working en co-creatie. Bijvoorbeeld de Rabobank werkt aan deze opzet mee. Maar WorkSpace is ook interessant voor bibliotheken: waarom alleen verblijven en ontmoeten, waarom ook niet werken?

In de discussie met Vincent Ariëns en naderhand onderling blijkt dat we enorm geïnspireerd zijn door het concept van S2M. Ten slotte zijn de aanwezige deelnemers van de Ontwikkelgroep allemaal bezig met het verhuren van ruimte, met klanten en met sociaal-maatschappelijke meerwaarde. Ook is de groep Nieuwe Werkers op verschillende redenen aantrekkelijk als doelgroep voor MFA's. Maar tegelijkertijd zijn er grote verschillen tussen hoe S2M omgaat met de zelfstandig professionals en wat dat "ruimtelijk" betekent enerzijds, en hoe de MFA's omgaan met hun gebruikers en bezoekers (huurders) en wat dat betekent voor de gebouwen.

De S2M presentatie geeft in sheet 5 een model hoe instituties (organisaties) met individuen (personen) omgaan, grofweg vertaald in 1.0, 2.0 en 3.0 organisaties. Zelf gelooft S2M erg in een 3.0 bedrijfsvorm, waar vooral de kracht van de netwerken van zelfstandige professionals de waarde van het bedrijf vertegenwoordigen.



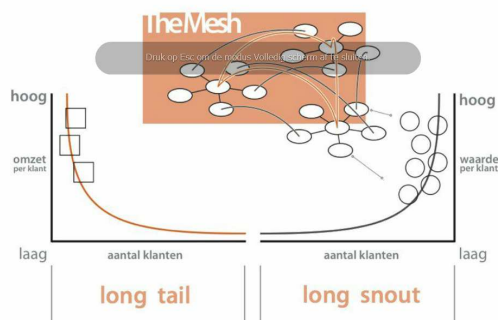
- 1.0 - organisaties die zelf bepalen wat klanten willen en dat zo goed mogelijk leveren (1-richting communicatie en proces),
- 2.0 - organisaties die in gesprek zijn met klanten om zo hun producten en diensten te verbeteren (soort interactieve dialoog),
- 3.0 – netwerk van klanten, met de organisatie op de achtergrond, en als resultaat comakerschap en co-creatie.

Het merendeel van de bestaande MFA's wordt gevormd door 1.0 en 2.0 organisaties. Hoewel er bij de deelnemers veel sympathie bestaat over de mogelijkheden van een MFA 3.0, is voor iedereen duidelijk dat de manier waarop S2M haar bedrijf daar op richt op dit moment niet voor de MFA's haalbaar is. Waar S2M zich richt op een erg specifieke doelgroep, hebben de bestaande MFA's vaak een erg brede doelgroep als klanten (huurders, gebruikers en bezoekers).

Hier komt het onderscheid in archetypes van MFA's ook aan de orde (zie presentatie Marc van Leent op de MFA-Lab website). Waar de MFA als hotspot mikt op een specifieke doelgroep (soms op basis van leefstijl bepaald), is de grote groep Maatschappelijk Vastgoed gebouwen juist voor de gehele lokale samenleving. Maar ook bij de hotspots gebeurt co-creatie niet vanzelf, en is een optimale interactie tussen verhuurder en gebruikers het hoogst haalbare. Misschien dat het aantrekken van Nieuwe Werkers hier verandering in kan brengen.

Onderdeel van het bedrijfsconcept van S2M is de Long Tail benadering in plaats van de Long Snout. Hiermee bedoelt S2M dat zij niet uitgaan van een beperkt aantal klanten dat de omzet bepaalt. Zij mikt juist op het vergroten van de massa van de zelfstandige professionals en de netwerken die zo ontstaan (wat S2M the Mesh noemt). Met waarde bedoelt S2M overigens niet de omzet maar de vele onderlinge zakelijke contacten, die uiteindelijk ook weer gebruik gaan maken van de beschikbare ruimte van S2M.

Long tail vs. Long snout



Op deze manier lijkt S2M meer op een bedrijf als Google, dat ook mikt op een enorm aantal gebruikers en haar digitale diensten gratis beschikbaar stelt. Het geld wordt door Google verdiend door ondermeer advertenties bij hun diensten. S2M zet niet voor niets een apart instrument hiervoor in, namelijk AppSpace.

Daarnaast gaat S2M strategische samenwerkingen aan, zoals met NS Servex om op alle grote en middelgrote stationslocaties S2M's te openen. Maar de zelfstandig professional reist ook per auto. In Maarsse is

een S2M die gericht is op de rijdende zelfstandig professional. Overigens worden alle S2M's gemanaged door lokale ondernemers.

Voor veel van de bestaande MFA's is deze bedrijfsopzet moeilijk haalbaar - grote aantallen gebruikers en bezoekers is weliswaar erg gewenst, maar de werkelijkheid laat zien dat veel MFA's op dit moment onderbezet en "ondergebruikt" zijn. Uitzonderingen zijn er, bijvoorbeeld Perron 3 in Roosendaal: Ron Cretien geeft aan dat zijn MFA dagelijks honderden bezoekers trekt. Hij start dit najaar met het aantrekken van Nieuwe Werkers.

Monique van Cleef vraagt zich af wat we nu kunnen leren van de presentatie van S2M. Zij geeft als voorbeeld de manier waarop op dit moment ruimte wordt verhuurd in MFA's. Vaak zijn dat langlopende contracten met weinig flexibiliteit. S2M werkt met stoel/zaal en per uur. Zijn er tussenvormen mogelijk waarmee we de Nieuwe Werkers kunnen bedienen? Welke gevolgen heeft dan zo'n nieuw verhuursysteem voor de bestaande huurders? Ronald Kluskens herkent deze discussie: bij het opzetten van het Kenniscluster in Arnhem zijn traditionele huurders als culturele instellingen en bibliotheek geïnteresseerd om een onderscheid te maken tussen het vast afnemen van eigen kantoorruimte en het flexibel kunnen (in)huren van activiteitenruimte. Dat vraagt om een andere verhuursystematiek, waarbij het verhuren in dagdelen mogelijk moet worden.

Alle aanwezigen zien mogelijkheden om voor de eigen MFA's (cases) ruimte te gaan bieden aan Nieuwe Werkers en meer gebruik te gaan maken van instrumenten van HNW, zoals een ander verhuursysteem. Vragen daarbij zijn (zie ook de bijlage):

1. Waarom biedt men ruimte aan Nieuwe Werkers?
 - a. Financiële redenen (tijdelijk leegstaande ruimte, tekort op de exploitatie)
 - b. Maatschappelijke economische meerwaarde (Nieuwe Werkers zijn onderdeel van de lokale samenleving)
 - c. Andere duidelijkere profilering van de MFA

2. Zijn er Nieuwe Werkers in de buurt van de MFA?
 - a. Bestaat er ook een vraag naar werkplekken?
 - b. Zijn er concurrerende faciliteiten?
3. Wat kan de MFA de Nieuwe Werkers bieden?
 - a. Soort werkplekken, al dan niet flexibel
 - b. Zakelijke ontmoetingen
 - c. WIFI, koffie en thee, lunch
 - d. Bereikbaarheid en toegankelijkheid
 - e. Laagdrempelig verhuurmogelijkheid
4. Hoe verhouden Nieuwe Werkers zich ten opzichte van bestaande gebruikers?
 - a. Aanpassingen binnen de MFA
 - b. Aangepast (dynamisch) agendasysteem
 - c. Mogelijkheden tot inzet sociale media
 - d. Bijdrage aan co-creatie

Voor iedere case is het de bedoeling om antwoorden te krijgen op bovenstaande vragen. Dat doen we door denken en doen te combineren, ofwel tegelijkertijd diverse onderzoeken (te laten) uitvoeren en concreet aan de slag. De Ontwikkelgroep wil resultaten laten zien die inzichten geven hoe MFA's van HNW/Nieuwe Werkers kunnen leren.

De eerste stap is om helder in beeld te brengen de facts & figures van iedere case. Dat maakt onderlinge vergelijking en maatwerk per MFA beter mogelijk.

Namens het MFA-Lab, Mark Verhijde

21 november 2011

Bijlage (korte uitwerking onderzoeksvragen, tijdens de 1^e bijeenkomst gedeeld)

1. Onderzoeksvragen MFA's (cases)

- Positionering 2011: welke “archetype” is de MFA (presentatie Marc van Leent - huiskamer, hotspot, etc.).
- Huidig gebruik: wie zijn de huidige gebruikers en bezoekers. Toekomstig gebruik: wie zijn de waarschijnlijke toekomstige gebruikers/bezoekers.
- Beschikbaarheid: zijn er mogelijkheden voor werken in MFA (tijdelijk, permanent, per bureau, per m²). Gaat het om zakelijke ontmoetingen, om flexwerkplekken, om eigen of gedeelde werkruimten.
- Concurrentie: zijn er nabije alternatieve werklocaties.
- Imago: hoe is de waardering van de MFA in de wijk (door bewoners, door werkers), relatie met leefstijlen en werkstijlen.
- Financieel: hoe is de MFA verhuurd, is er sprake van leegstand (frictie, randen van de dag/week, weekenden, vakanties). Welke bijdrage wordt verwacht van Nieuwe Werkers in de begroting/exploitatie.

2. Onderzoeksvragen Nieuwe Werkers

- Omgevingsscan “werkers in de wijk”, aantallen Nieuwe Werkers, via KvK inschrijving (zzp-ers en MBK-ers), welke kenmerken hebben Nieuwe Werkers, wat is hun ruimtevraag: behoefte aan nieuwe werkruimte, onder welke voorwaarden (geen kantoor of woning).

3. Onderzoeksvragen HNW

- Verhuur: Hoe verhoudt het huidige verhuursysteem (langjarige huren) zich tot de behoefte/wens van Nieuwe Werkers, welke gevolgen zijn er voor de bestaande gebruikers (huurders).
- Magic Mix: hoe gaan Nieuwe Werkers om met de bestaande bezoekers en gebruikers.