



Markt voor bedrijfshuisvesting is rustig

Het is rustig op de markt voor bedrijfshuisvesting. Vooral in het segment 'grote kantoren' is het aantal aanvragen teruggelopen in vergelijking met het eerste kwartaal van 2009. Het aanbod neemt daarentegen juist toe. Paul de Wit, adjunct directeur van Ooms Makelaars (lid van ROO/HN, red.) ziet het ondanks dat niet somber in. 'Kantoren is slechts één categorie, als we kijken naar bedrijfsruimtes, zorgvastgoed en winkels dan gaat het redelijk goed met de markt.'

De belangrijkste oorzaak van de rustige markt is het huidige economische klimaat. Of beter gezegd: de kredietcrisis. De Wit: 'De neergang in de particuliere huizenmarkt zette al in in 2008 met als dieptepunt begin 2009. Bedrijfshuisvesting loopt daar als het ware een beetje achteraan. In 2009 hadden we een goed jaar, dit jaar is de markt rustiger.' Voor de Rotterdamse regio geldt volgens De Wit dat vooral de dienstverlenende sector geleden heeft onder de kredietcrisis. Door de aanwezigheid van de haven is van oudsher de vraag naar bedrijfsruimtes redelijk constant te noemen.

En hoewel de goederenstroom als gevolg van de crisis minder is geworden, is die nooit helemaal gestopt, zoals bij verschillende dienststromen wel het geval was.

De Wit bekijkt de ontwikkelingen op de markt naar eigen zeggen 'nuchter en Rotterdams'. 'Kleine transacties zijn voor ons ook waardevol. Philips is ook ooit in een schuurtje begonnen. We koesteren iedere aanvraag en kijken of we er iets mee kunnen.'

Extra activiteiten voor leden

Meer leven in de brouwerij voor jonge bedrijven. Dat wil Guido David van het bedrijf MarketingVisie realiseren binnen de ROO/HN. Hij werd een jaar geleden lid van de ondernemersorganisatie en heeft onlangs het plan opgevat om - samen met een aantal andere ROO/HN leden - meer activiteiten te gaan organiseren.

Advies op het vlak van positioneren is MarketingVisie op het lijf geschreven.

'Van oudsher is ROO/HN vooral een club voor belangenbehartiging, dus op dat vlak gebeurt ook veel. Als jonge ondernemer zou ik wel meer activiteiten willen, waarbij ondernemers iets kunnen leren, elkaar kunnen ontmoeten en ervaringen kunnen uitwisselen', licht David toe. Jaarlijks organiseert ROO/HN al een aantal activiteiten, maar dat mogen er van David wel wat meer worden. 'Als je een of twee activiteiten mist, kan het zomaar zijn dat je een aantal leden een jaar niet ziet. Dat vind ik zonde.'

De activiteiten die David in gedachten heeft zijn bijvoorbeeld netwerkborrels in combinatie met een lezing of een workshop. De eerste staat al gepland: een masterclass over positioneren.

Deze activiteit organiseert hij samen met Chris Dijkstra van Bureau Groen Gras. Advies op het vlak van positioneren is MarketingVisie op het lijf geschreven. David heeft jarenlang gewerkt bij de Positioneringsgroep die corporate bedrijven hielp zich te onderscheiden. Veel midden- en kleinbedrijven klopten ook aan voor hulp, maar konden er niet terecht. Mede daardoor besloot hij zijn eigen bedrijf op te richten. Het doel van MarketingVisie is om kleine bedrijven te adviseren over hoe ze zich kunnen onderscheiden van hun concurrenten. David werkt onder meer voor de Rotterdamse bedrijven UwBelastingExpert, Exclusif Deco, Buro P&O, Finalité en Suitissimo.



Kijk voor meer informatie op www.gcr.nl