



Sylvia
de Haas
CEO van 360Europe

‘ONZE USP IS NATUURLIJK DE COMBINATIE TUSSEN WERKRUIMTE EN OPSLAG’

Sylvia de Haas, CEO van 360 Europe Asset Management LTD, vertelt over het flexibele vastgoedconcept Flexizone dat vijf jaar bestaat. Met Flexizone heeft ze grote ambities de komende jaren want die MKB-doelgroep zal alleen maar groeien.

H

oe ben je betrokken geraakt bij Flexizone?

Sylvia de Haas: ‘Ik ben vijf jaar geleden in contact gekomen met vastgoedinvesteerd Frank en Kevin Oppenheim die in Duitsland met Sirius

Facilities vastgoed op

industrieterreinen hebben opgezet. Zij brachten dat bedrijf naar de beurs, deden vijf jaar lang onderzoek in Nederland en begonnen in Rotterdam met een pand. Ik werkte destijds voor Marcel Boekhoorn en werd benaderd door een recruiter. Mijn ervaring met flexibel werken en investmentbanking zou daar goed van pas gekomen en zo zijn we begonnen.’

Was de basis direct de combinatie tussen kantoor en opslag zoals Flexizone nu is?

‘Zeker, uit dat onderzoek kwam dat die combinatie een hele goede marktpositie zou opleveren. Ik zat destijds in het bestuur van MKB Den Haag dichtbij die doelgroep dus van zo’n concept dat kantoren, studio’s met opslag combineert voor startende en kleine ondernemers.’

Hoe liep het af met dat pand in Rotterdam?

‘We hebben snel daarna de Boezembocht gekocht van de NS met 50 procent leegstand en na achttien maanden zat dat voor 95 procent vol en verkochten we het met een verdubbeling van de investering...dus dat was een goede start. Daarna gingen we wat meer voor de lange termijn, er kwamen panden in Vianen en Rotterdam samen met meerdere investeerders. Het mooie was dat we voor Rotterdam een wachtlijst hadden van MKB’rs die een combinatie zochten van kantoor en opslag waarmee je ontdekt dat daarin de

kracht ligt. Tegelijk snap ik waarom niet veel andere aanbieders dit doen; het is keihard werken om die kleine ondernemers binnen te krijgen. Geen grote kantoorhuurders, maar creatievelingen waar ik heel veel energie van krijg. Bij ons zit er gewoon een timmerman naast het marketingkantoor waar ze druk aan het bellen zijn. De kracht is dat iedereen weet dat je het samen doet, je bent samen aan het ondernemen.’

Julie zitten inmiddels op elf plekken in Nederland. Hoe gaan jullie de concurrentie aan met andere aanbieders?

‘Belangrijk is bijvoorbeeld onze Businessclub waarin heel veel ondernemers zitten. Op die manier probeer je ondernemers echt aan elkaar te koppelen. Ik geloof erin dat als we de klanten echt kunnen binden we nog flink gaan groeien qua aantal plekken de komende jaren. Ik zie die Coronaperiode ook wel als een kans; je kan mensen echt wat werk geven.’

Is die doelgroep lastig te vinden?

‘Het mooie aan de kleine MKB’rs en start ups is dat ze een concrete vraag hebben: wie gaat ons verenigen want waar vallen wij onder? Ik denk dat wij die mensen op het juiste moment zijn tegengekomen. Je ziet dat als je die mensen bij elkaar zet die kansen vanzelf komen en wij proberen dat een beetje te reguleren. Ik denk dat vastgoed Nederland echt een doelgroep laat liggen.’

‘Ik geloof erin dat als we de klanten echt kunnen binden we nog flink gaan groeien qua aantal plekken de komende jaren’

ZAKELIJKE VOORUITBLIK

Wat zijn jouw plannen voor 2021?

Groeien naar 20 locaties. Door uitbreiding van het team - Sales, Marketing, Operationeel - en de juiste ervaring binnenhalen waardoor ik me meer op juist die groei kan focussen.

Grootste uitdaging?

Zorgen voor een veilige omgeving. Dus dat onze huurders, voornamelijk MKB’ers, op een veilige manier kunnen blijven ondernemen. Zolang zij dit kunnen, kunnen wij dit ook. Wij hebben 90 procent van onze huurinkomsten kunnen waarborgen. Deze trend willen we voortzetten in 2021.

Wat staat in elk geval op de planning?

Wij zijn continu opzoek naar mooie, nieuwe locaties en panden, nieuwe mogelijkheden. Daarnaast het verder ontwikkelen van onze huidige locaties en het succesvol uitrollen van onze onlangs gelanceerde Businessclub.

Wat ga je komend jaar anders aanpakken?

Door de uitbreiding van het team kan ik mij nu meer focussen om vanuit een strategisch oogpunt te kijken naar Marketing en Sales, want daar ligt mijn kracht.

PERSOONLIJKE VOORUITBLIK

Wat ga je anders doen dan in 2020?

Meer reizen! Dit geeft zoveel inspiratie. Ik hoop dat we snel weer kunnen reizen, want dat heb ik te weinig gedaan in 2020.

Wat staat absoluut in je agenda?

Een vakantie naar de Amalfi Coast.

Goed voornemen?

Dat 2021 nog succesvoller wordt dan 2020, zowel op persoonlijk als zakelijk gebied.

Waar ga je meer tijd en aandacht aan schenken?

Door de zakelijke uitbreiding binnen het team, hoop ik meer tijd en rust te hebben zowel zakelijk als privé. Ontspanning in het weekend, tijd met mijn naasten, hond Otis en focussen op belangrijke zaken.

Waarom minder?

Negativiteit



Want de overige flexibele concepten focussen wat meer op hipsters die in de binnenstad willen werken met een Starbucks erbij terwijl jullie zeggen; ook op de industrierreinen is voldoende te doen.
‘Onze USP is natuurlijk de combinatie tussen werkruimte en opslag waardoor je bijvoorbeeld als webshop veel mogelijkheden hebt. De vastgoedwereld lijkt wat angstig te zijn voor een doelgroep die herrie maakt. Dan bedoel ik de starter die ook dingen maakt zoals een meubelmaker. Wij leveren gemiddeld units van 50 meter en zijn heel flexibel als mensen willen doorgroeien. Dat geldt voor de contracten, maar ook voor het snel kunnen uitbreiden. Bij ons heb je ook niet te maken met drie of zes maanden borg. Als je net start heb je niet altijd zo’n goed financieel track record, maar kan je wel een prima ondernemer zijn.’

Waar heeft die doelgroep behoefte aan?
‘Ze willen elkaar ontmoeten om vakkennis te delen en hebben flexibiliteit nodig. Wat wij zien is dat er bijvoorbeeld behoefte is aan meerdere locaties, dat ze willen uitbreiden, helemaal in de Coronaperiode. Je merkt dat er behoefte is aan meer ruimte en daarnaast gaat de e-commerce hard. Je ziet dat er veel gebeurt; in Dordrecht is zo’n businessclub of community vanzelf ontstaan. Ook in Rotterdam zit bijvoorbeeld een marketingbedrijf dat voor de sportschool en houtbewerker wat dingen doet. Je zag dat ondernemers elkaar in de coronaperiode echt gingen helpen; in Utrecht werken koekjes- en chocolademakers samen. We hadden in Eindhoven bijvoorbeeld ondernemers die podia maken voor festivals en zij gingen meubels maken voor onze huurders. Dat zijn mooie dingen. Voor ons als eigenaar vereist dat veel flexibiliteit want die behoefte aan ruimte verandert steeds; daarom willen we ook doorgroeien want als je een beetje ruimte hebt qua leegstand dan kan je makkelijker schuiven. Zo’n webshop is juist nu booming en dat is onze grootste doelgroep.’

Welk soort locaties zoeken jullie?
‘We hebben eigenlijk twee divisies; eentje voor de investeerders en een voor het servicen van de MKB’rs met ondernemersambities. Ons succes is dat we het anders doen; traditioneel neem je als verhuurder zes maanden de tijd om een grote verhuurder te vinden die er vijf jaar inzigt, maar wij maken het allemaal klein; hoe gekker, hoe beter. Doordat we geen service hebben zoals een receptie ligt de kracht bij ons op marketing. Je hebt minder investment qua overhead en plust dus beter qua huur. Juist MKB Nederland heeft heel veel behoefte aan onze plekken om te ondernemen; flexibel werken is een trend die zich alleen maar

doorzet de komende jaren. De grote bedrijven met de langdurige huurcontracten hebben niet de toekomst want het moet gewoon flexibel en klein. Wij hebben nu 60 procent langdurige en 40 procent flexibele contracten. Het aparte is wel dat de vastgoedmarkt dat flexibele minder goed waardeert terwijl dit juist de toekomst heeft. Ik geloof dat er steeds meer Flexizones komen want e-commerce zal alleen maar groeien. Ik zou nog wel eens in gesprek willen met de grote vastgoedpartijen in de retailmarkt want ik weet zeker dat we elkaar kunnen versterken. Wij staan veel dichterbij elkaar dan we denken, maar we omarmen elkaar nog niet.’

Want als ik trampolines verkoop online dan is het ook wel lekker als ik ergens 100 vierkante meter heb waar je kan springen?
‘Jazeker en wat denk je dat er met de winkels gaat gebeuren de komende tijd? De mooie merken zullen hun winkels behouden, maar voor de rest gaat het veel meer online. In de binnenstad komt meer leegstand en wat gaat daarmee gebeuren? Dat is mijn focus voor volgend jaar; dit jaar ben ik heel erg met mijn team bezig geweest en volgend jaar wil ik met veel mensen praten over de kansen. Ik kom heel graag in contact met collega’s in het vastgoed om onze krachten te bundelen en samen deze doelgroep te verenigen.’ •

‘Ik zou nog wel eens in gesprek willen met de grote vastgoedpartijen in de retailmarkt want ik weet zeker dat we elkaar kunnen versterken’

ZAKELIJKE TERUGBLIK 2020

Mijn grootste les van 2020
Opvallendste nieuws:
5-jarig bestaan van Flexizone en lanceren van onze eigen Businessclub
Beste feest:
Opening Flexizone Eindhoven
Grootste irritatie:
Covid-19. Je lanceert een mooie Businessclub maar kan dit eigenlijk niet volledig uitrollen zoals gepland, vanwege bijvoorbeeld de maatregelen omtrent events
Grootste misser:
Te veel aanbod van onze grotere ruimtes. Wel hebben we snel kunnen schakelen en inspelen op de huidige vraag door deze juist naar kleinere ruimtes om te bouwen
Beste zakenlunch of diner:
Met mijn persoonlijke assistente Sabina van den Bosch waarbij wij samen een frisse blik werpen op de dagelijkse gang van zaken en strategie opnieuw bepalen
Verste zakenreis:
Costa Rica
Mooiste deal:
Die moet nog komen
Beste beurs:
Webwinkelvakdagen
Mooiste stad:
Den Haag
Welk effect heeft Corona op je business gehad:
Diversiteit in producten van meer vierkante meters tot kleine eenpersoonskantoren die per week gehuurd kunnen worden
Waarvan had je meer willen doen dit jaar:
Events
Top 3 projecten:
Aankoop Den Haag,

Eindhoven en uitbreiding van het Flexizone team
Opvallendste nieuws:
5-jarig bestaan van Flexizone en lanceren van onze eigen Businessclub
Beste feest:
Opening Flexizone Eindhoven
Grootste irritatie:
Covid-19. Je lanceert een mooie Businessclub maar kan dit eigenlijk niet volledig uitrollen zoals gepland, vanwege bijvoorbeeld de maatregelen omtrent events
Grootste misser:
Te veel aanbod van onze grotere ruimtes. Wel hebben we snel kunnen schakelen en inspelen op de huidige vraag door deze juist naar kleinere ruimtes om te bouwen
Beste nieuwe retailconcept:
Niet geheel nieuw, maar het bezorgsysteem voor alle restaurants om hen zoveel mogelijk te steunen. En het gebruik hiervan door heel Nederland maar vooral vaste klanten om hen te steunen
Grootste verlies:
De doelgroep die het door Corona niet hebben gered in onze portefeuille
Welk app het meest gebruikt:
LinkedIn
Leukste spontane ontmoeting:
Sociëteit Vastgoed, Claudia van Haeften
Aan wie geërgerd:
Geen persoon specifiek maar mensen die negatief in het leven staan
Held:
Mijn man
Beste speech:
Eindhoven en uitbreiding van het Flexizone team
Opvallendste nieuws:
5-jarig bestaan van Flexizone en lanceren van onze eigen Businessclub
Beste feest:
Opening Flexizone Eindhoven
Grootste irritatie:
Covid-19. Je lanceert een mooie Businessclub maar kan dit eigenlijk niet volledig uitrollen zoals gepland, vanwege bijvoorbeeld de maatregelen omtrent events
Grootste misser:
Te veel aanbod van onze grotere ruimtes. Wel hebben we snel kunnen schakelen en inspelen op de huidige vraag door deze juist naar kleinere ruimtes om te bouwen
Beste nieuwe retailconcept:
Niet geheel nieuw, maar het bezorgsysteem voor alle restaurants om hen zoveel mogelijk te steunen. En het gebruik hiervan door heel Nederland maar vooral vaste klanten om hen te steunen
Grootste verlies:
De doelgroep die het door Corona niet hebben gered in onze portefeuille
Welk app het meest gebruikt:
LinkedIn
Leukste spontane ontmoeting:
Sociëteit Vastgoed, Claudia van Haeften
Aan wie geërgerd:
Geen persoon specifiek maar mensen die negatief in het leven staan
Held:
Mijn man
Beste speech:
Arnold Schwarzenegger – The speech that broke the internet
Beste zakenboek:
Think and Grow Rich van Napoleon Hill
Het meest geleerd van:
Op zakelijk vlak van Eduard Schaepman, op persoonlijk vlak leer ik elke dag van mijzelf
Opvallendste LinkedIn bericht:
Daar ben ik te druk voor
Vastgoedman van het jaar:
Frank Oppenheim, founder Flexizone
Vastgoedvrouw van het jaar:
Dat is zonder twijfel Claudia van Haeften
Beste koffie:
Nespresso
Beste foodconcept:
Sushi!
Uw devise:
Let the numbers do the talking!

PERSOONLIJKE TERUGBLIK 2020

De grootste les van 2020
was voor mij:
Focussen op positiviteit en zoveel mogelijk uit het leven halen
Topserie Netflix:
House of Cards
Sportieve hoogtepunt:
Deelname EN afronden
Mud Masters parcours
Corona effect positief:
Dat al mijn naasten nog steeds gezond zijn
Corona effect negatief:
De beperking qua events, festivals, diners, trips naar het buitenland etc
Genieten:
Weekend met familie en vrienden, mijn hond Otis, barbecueën, een goed glas wijn of een Gin Tonic
Indrukwekkend:
Netflix documentary A Life On Our Planet by

Inspirerend:
Mijn neefje en nichtje die mij leren hoe de nieuwe digitale wereld werkt.
Sportief hoogtepunt:
Deelname EN afronden
Mud Masters parcours!
Afscheid:
Afscheid nemen bestaat niet
Kippenvel:
Wanneer ik weer voor de eerste keer op de skipiste sta
Onvergetelijk:
Rondreis Borneo
Onverslaanbaar:
Ikzelf
Hartverwarmend:
Mijn hond Otis
Sportmaatje:
Angel, behalve mijn sportmaatje ook nichtje en vriendin
Dankbaar:
Dat ik gezond ben
Meest gehecht aan:
Mijn hond Otis
Zorgwekkend:
Opwarming van de aarde
Welke eigenschap waardeert u in uw partner:
Eerlijkheid

Geluk:
Samen met mijn partner op reis gaan
Tragisch:
Verlies van mijn moeder op 11-jarige leeftijd
Held:
Mijn vader
Restaurant:
Zheng Den Haag
Jammer:
Dat er geen festivals zijn
Vergissing:
Mooie schoenen die te klein zijn
Afzien:
Marathon
Grootste ondeugd:
Schoenen, tassen en horloges
Onmogelijk:
Niets is onmogelijk zolang je maar in je doel gelooft
Meest gelachen:
Bij het invullen van deze vragen
Nooit gedacht:
Dat in 5 jaar wij ons elfde Flexizone pand zouden openen
Eerste keer:
Eerste keer op de

skipiste zal ik nooit vergeten
Grootste irritatie:
Onrecht
Beste plek om te wonen:
Den Haag
Hoe ontspant u zich:
Met vrienden een familie, tijdens een etentje, met een glas wijn of Gin Tonic, op vakantie
Welk verhaal wordt altijd over jou verteld door je ouders:
Dat ik bij tegenslag altijd door blijf gaan

