

## **YOU, ME & (vir)US**

“We willen in de retailsector laten zien wat er wél mogelijk is in deze tijd. Door intensief samenwerken en nieuwe concepten de ruimte te geven.”

**Joost Vooijs is Director Asset Services bij Colliers International.**

### **Is er iets in deze coronatijd waarvan je denkt dit zouden we moeten vasthouden?**

Ik merk dat veel activiteiten waarbij we normaal gesproken bijeenkomen met huurders en klanten worden uitgesteld. Ik probeer zoveel mogelijk alternatieven te bedenken. Een voorbeeld is de vooroplevering van een winkelcentrum. Dat hebben we gewoon door laten gaan. Natuurlijk in een aangepaste vorm. Zodra we weer ‘gewoon’ kunnen werken, ga ik weer naar onze centra toe om te praten met de winkeliers en contacten op te halen met de collega’s die daar aan de slag zijn.

In deze periode is het belangrijk om naast het creëren van duidelijkheid, ook waardering uit te spreken voor mensen die heel veel ballen hoog moeten houden. Je kijkt toch bij bijna iedereen in het privé leven mee. Soms in de keuken bij jonge gezinnen met peuters die meekleuren of vaders die met hun laptop op schoot in de speeltuin zitten.

### **Leiderschap en community**

Het klinkt misschien plat, maar het gaat nu om leiderschap in plaats van traditioneel management. Om mensen te kunnen bereiken, zijn echt andere vaardigheden nodig. En misschien een open deur, maar door een crisis besef je je nog meer dat mensen het belangrijkste zijn in je bedrijf.

Het gaat om verbinding met elkaar. Zo spelen we bingo op vrijdagmiddag tijdens de digitale borrel. En kunnen we samen sporten in de ochtend met onze collega Marhinde Verkerk. Zij is wereldkampioen judo. Al die initiatieven vanuit collega’s waardeer ik zeer. Dit schept verbondenheid. .



*Joost Vooijs is Director Asset Services*

Het leuke is namelijk dat de alle vestigingen in Nederland met deze activiteiten één hechte community wordt. De grenzen vervagen heel snel.

### **We creëren kleefinterviews om te polsen hoe met NEVAP leden gaat. Jan Bosmans van Fontys Hogescholen stelde de volgende vraag: Elk marktsegment heeft zijn eigen problematiek. Hoe zorgen jullie vanuit Colliers voor vernieuwing om de markt verder te brengen?**

We worden door veel opdrachtgevers en relaties direct benaderd. We ondersteunen ze onder andere via onze speciale COVID19 webpagina. Want juist nu moet je (internationale) kennis en expertise delen.

### **Kantorencalculator**

Kort na het thuiswerkbesluit is de opdracht meegegeven om na te denken over de effecten van deze crisis aan onze sectorgroepen. Dit zijn strategische denktanks die vanuit verschillende sectoren nadenken over de vraag: Wat betekent deze nieuwe economie? Eén van de ideeën die daaruit voortkomt, is een onderzoek voor kantoren van het team van mijn collega Harold Coenders. Daarmee bieden we tips en handvatten voor bedrijven om zich praktisch voor te bereiden op het anderhalvemeterkantoor. Een gemiddelde werkomgeving heeft straks 60% minder plek voor medewerkers. Het

is dus belangrijk dat bedrijven nu al protocollen maken om straks weer op te kunnen starten. Erg handig is de online calculator

[www.kantoorocialdistancing.nl](http://www.kantoorocialdistancing.nl).

### **Dashboard**

Een hot topic zijn betalingsregelingen met huurders. We bieden onze klanten een dashboard aan waarin we 24/7 inzicht geven over het betalingsgedrag. En natuurlijk monitoren we de diverse betalingsregelingen die in de markt gebruikt worden.

### **Retail, wat kan wel**

Voor retail vallen er harde klappen en daarom versnelt de transformatie die al ingezet was voor COVID-19. Dit geldt vooral voor de modebranche. Mensen kopen niet minder mode. Er is gewoon te veel aanbod. Leegstand van modewinkels krijgen bijna altijd een andere bestemming. Er zijn op dit moment grote retailconcepten die te lang hebben gewacht met het aanpassen op de veranderende vraag van de consument. Daar is het nu echt heel spannend voor.

We willen in de retailsector laten zien wat er wél mogelijk is in deze tijd. Door intensief samenwerken en nieuwe concepten de ruimte te geven. Daarvoor gaan we actief voorbeelden verzamelen van winkeliers die opvallen. Ondernemers die rigoureus hun onderneming hebben aangepast.

We weten dat consumenten naast lokaal produceren nu vooral waarde hechten aan lokaal kopen. In hun buurt steunen ze graag ondernemers en winkels die een gezicht hebben. Als te veel winkels omvallen, is er na de coronacrisis geen lokaal aanbod meer. Dat beseffen veel consumenten zich nu sterker dan voorheen.

### **Horeca concepten**

In de horeca mag je op dit moment alleen afhalen. Een tijdelijke oplossing die niet voor iedereen voldoende is. We werken nu concepten uit hoe je horeca

straks kan inrichten. Op een manier zodat mensen zich veilig voelen. En zo te zorgen dat ze weer naar een restaurant of bar willen komen. Denk bijvoorbeeld aan het reserveren van een familietafel voor een gezin. En de service bijvoorbeeld met trolleys aanbieden die naast de tafel staan. Zo hou je maximaal afstand. Het zijn nog ideeën. Het gaat erom dat er gedacht wordt over wat wel kan.

We experimenteren ook met het slangenprincipe in winkels. De routing bepaalt hoe de klant door de winkel moet lopen. Denk maar aan IKEA. Daarmee ben je beter in staat om afstand te houden. We hebben allemaal het belang om de verspreiding van het virus te beperken. En om daarbij zo min mogelijk economische schade toe te brengen tijdens deze intelligente lockdown.

### **Is het property management aan het veranderen?**

In het nieuwe normaal gaan we nog meer gebruik maken van technologie. Het wordt al langer geroepen, maar data krijgen een sturende rol in plaats van een toetsende rol. Daarbij is de samenwerking tussen belegger, huurder en propertymanager cruciaal. Deze tijd biedt ook een kans. Ik voorzie dat we veel meer met elkaar gaan nadenken over hoe we plekken gaan creëren die er toe doen. Betekenisvolle plekken. Ik verwacht veel meer van het denken vanuit locaties. Daarbij afwegen welke functies je goed bij elkaar kan zetten, om te zorgen dat er gebieden ontstaan waar mensen graag verblijven. Dat betekent bijvoorbeeld dat er meer woningen bij kunnen komen in een winkelgebied. Daarmee verleng je de 8-urseeconomie naar een 12-urseeconomie. Er ontstaat nu de kans om in het hart van de wijk ruimte te maken en een nieuwe duurzame invulling te geven.