MARKTTOETS BEDRIJVENTERREIN JAAGWEG

Stec Groep aan Projectgroep Jaagweg

Stec Groep B.V.
Esther Geuting en Guido van der Molen
Juni 2007

INHOUDSOPGAVE

MANAGEMENT SUMMARY **1**

1. WAT VOOR U LIGT **7**

1.1 Uw situatie 7

1.2 Onze aanpak 8

1.3 Leeswijzer 8

2. ADVIES JAAGWEG **9**

2.1 Richt u vooral op bedrijven in transport&distributie en logistiek 9

2.2 Richt u daarnaast op regionale en lokale bedrijfsruimtegebruikers 12

2.3 Andere marktsegmenten zijn minder kansrijk 15

2.4 Zet voor logistiek in op 150 euro per m² kavel en varieer, waarmogelijk, met de prijs 16

2.5 Ga uit van een lange ontwikkelingstermijn voor bedrijventerrein Jaagweg en houd rekening met de nodige risico's 20

2.6 Hanteer de volgende hoofdlijnen voor de marketing en acquisitie van Jaagweg 23

2.7 Hanteer de volgende hoofdlijnen voor uw plan voor Jaagweg 27

Aanleiding
U staat als Projectgroep Jaagweg voor de opgave om bedrijventerrein Jaagweg op een zo aantrekkelijk mogelijke wijze te ontwikkelen. Dit terrein krijgt een omvang van circa 70 tot 80 hectare netto terrein (circa 150 hectare bruto terrein, inclusief groenstructuur en buffergebieden).

Het terrein ligt gunstig aan de A7 en is in eerste instantie bedoeld voor moderne gemengde bedrijven. U schat in dat het terrein aantrekkelijk kan zijn voor bedrijfsruimtegebruikers uit West-Friesland, maar ook voor bedrijven uit andere regio's zoals het Noordzeekanaal. U wilt graag meer inzicht in de aard en de omvang van de marktvraag, zodat u een beslissing kan nemen over de plannen voor het terrein en uw investeringen hierin.

Richt u primair op bedrijven in transport & distributie en logistiek
- Als we kijken naar vraag- en aanbod zien we in dit segment de komende jaren de grootste marktruimte
- Jaagweg is gezien de ligging aan de A7 een uitstekende locatie voor logistieke activiteiten
- Het meest aantrekkelijke deelsegment voor uw locatie zijn de regionale distributiecentra. Dit segment heeft de grootste groeiverwachtingen, gezien de ligging en uw achterlandverbindingen binnen de Kop van Noord Holland.
- Richt u in dit segment overwegend op regionale en bovenregionale locatiebeslissers

Richt u daarnaast vooral op moderne gemengde bedrijfsruimtegebruikers
- Jaagweg kan een opvangfunctie vervullen voor bedrijven in het segment modern gemengd, overwegend met een laag aandeel kantoorvloer. Het accent ligt hierin op handel, productie en lokaal georiënteerde logistiek.
- Richt u op bedrijfsruimtegebruikers uit de regio Koggenland-Hoorn. De bovenregionale toestroom in dit segment is nihil.

Totale marktvraag Jaagweg

De totale potentiële marktvraag voor Jaagweg bestaat uit:

- Een lokale en bovenregionale vraag van 35 tot 45 hectare in een maximaal scenario. Een belangrijke reden voor de keuze van dit scenario is de relatieve positieverbetering van de regio als gevolg van de opwaardering van de Westfrisiaweg.
- Een bovenregionale marktvraag van circa 10 tot 15 hectare, en mogelijk meer, wanneer u in staat bent enkele zeer grote logistieke vestigers aan te trekken.
- We raden aan met dit doel te overwegen een ijzeren voorraad van 3 tot 5 jaar de jaarlijkse uitgifte te overwegen, ofwel circa 15 tot 30 hectare. De belangrijkste reden voor het hanteren van een ijzeren voorraad is dat dit u flexibiliteit geeft in de uitgifte aan grootschalige regionale distributiecentra. Gemiddeld hebben deze centra een omvang van circa 5 tot 8 hectare. Incidenteel kunnen ze fors groter zijn (tot maximaal circa 20 hectare per uitgifte, en de omvang neemt de laatste jaren toe)[1].

Als conclusie kunt u uitgaan van een totale uitgifte aan lokale en regionale bedrijven van maximaal 60 tot 90 hectare terrein tot 2020, *inclusief* een ijzeren voorraad.

Zet voor de zichtlocatie langs de snelweg in op modern gemengde bedrijvigheid met een hoogwaardige uitstraling

- Aantrekkelijke marktsegmenten zijn bijvoorbeeld autoshowrooms, hotellerie en een wegrestaurant.
- Het gaat om activiteiten met een relatief hoogwaardige uitstraling, maar we verwachten dat het aandeel kantoorgebruikers relatief laag zal zijn. De reden hiervoor is dat de marktvraag in dit segment, in de regio Hoorn-Koggenland, relatief beperkt is en dat kantoorruimtegebruikers overwegend zullen kiezen voor een locatie met een meer kantoorachtige of multifunctionele uitstraling.

[1] Omdat het onzeker is of u daadwerkelijk meer dan circa 10 of 15 hectare aan bovenregionale vraag zult realiseren, maken we een onderscheid naar ijzeren voorraad, en reguliere bovenregionale vraag

Houd beperkt rekening met concurrerend aanbod in de regio

- Locaties die aantrekkelijk zijn voor logistieke gebruikers concurreren vooral met andere aantrekkelijke logistieke locaties. Met name locaties als Boekelermeer-Zuid, Westfrisia Noord en WFO zijn concurrerend. Voordeel van Jaagweg ten opzichte van deze locaties is dat de bereikbaarheid beter is vanwege de directe ligging aan de A7. We schatten in dat u voor wat betreft bovenregionale vestigers nauwelijks concurrentie heeft, met uitzondering van Boekelermeer-Zuid.
- U kunt uw locatie op de kaart zetten door ruimte te bieden aan zeer grootschalige gebruikers (vanaf circa 5 hectare). Dit type distributiecentra is op veel logistieke terreinen moeilijk te huisvesten, waardoor uw locatie een hoog onderscheidend vermogen heeft.
- Daarnaast is Jaagweg een zeer aantrekkelijke locatie voor regionale distributiecentra die zich richten op de Kop van Noord-Holland. Dit is een groeisegment in de logistiek. Ook in dit segment geldt dat het aanbod van grootschalige kavels de aantrekkelijkheid van uw locatie verhoogt.

Zet voor logistiek in op 150 euro per m² kavel en varieer, waar mogelijk, met de prijs

- Ons grondprijsadvies is gebaseerd op een comparatieve analyse van grondprijzen op bedrijventerreinen in de regio en de specifieke situatie en ligging van bedrijventerrein Jaagweg en daarnaast een residuele berekening van de grondprijzen.

We berekenden een aantal cases en gingen daarnaast in op prijzen voor logistieke kavels:

- Kavels met een gemiddelde verschijningsvorm ten behoeve van traditioneel gemengde bedrijvigheid: Wij achten een grondprijs van 90 tot 130 euro per m² voor een kavel met een gemiddelde bedrijfsruimtevestiger in het middengebied realistisch. Wanneer het gaat om een zichtlocatie langs de A7 raden we een grondprijs aan de bovenkant van de bandbreedte aan. Bij een locatie op het binnenterrein is een grondprijs tot circa 115 euro per meter marktconform.
- Voor kantoorachtige kavels met een zichtlocatie langs de A7: 190 tot 250 euro per m² voor een kavel voor bedrijfsruimte met een aandeel kantoorvloer van 50% tot 70%.
- We adviseren u uit te gaan van 90 tot 130 euro per m² voor kavels voor de wat kleinschaligere logistiek en circa 150 tot 170 euro per m² kavel voor de grootschalige logistieke kavels, omdat dit segment schaars is.

Bovenop de grondprijs raden we u aan eenmalig een bedrag van circa 4,5 tot 5 euro per m² kavel, voor parkmanagement te rekenen.

Houd rekening met een langere ontwikkelingstermijn voor Jaagweg dan u voor ogen had
De snelheid van uitgifte zal in belangrijke mate worden bepaald door de mate waarin u grote logistieke bedrijfsruimtegebruikers toelaat op Jaagweg. We schatten in dat u mogelijk tot 2025 nodig zult hebben om het terrein uit te geven.

Hanteer realistische doelstellingen voor intensief ruimtegebruik
We adviseren u bij de ontwikkeling van de locatie een groot aantal instrumenten te hanteren die bijdragen aan uw doelstellingen, maar ook passen bij de beleving van de gebruikers waarop u mikt. Op basis van onze ervaringen elders en eerder onderzoek doen we u alvast een aantal suggesties voor praktische en haalbare instrumenten:

- Een maximale bouwhoogte van 30 meter toelaten op delen van het terrein
- Kantoren van bedrijfsruimtegebouwen altijd stapelen
- Incidenteel schakelen van gebouwen
- Het relateren van de f.s.i. aan de grondprijs
- Bouwen tot aan de rooilijn
- Hanteer een minimale bouwhoogte in plaats van een maximale bouwhoogte
- Let op een goede verkavelingsstructuur op het terrein, zoals een gridstructuur

Belangrijke voorwaarde voor succes hierbij is dat u eisen en voorwaarden helder en tijdig communiceert aan gebruikers en dat u consequent bent in de hantering ervan.

Hanteer de volgende hoofdlijnen voor uw bedrijventerreinenplan

- Ga uit van een gemiddeld tot licht bovengemiddeld ambitieniveau voor het terrein: het plan dient aandacht te besteden aan aspecten als uitstraling van pand en bedrijventerrein, zonder daar in 'door te slaan'. Hoewel uitstraling en beeldkwaliteit steeds vaker belangrijke locatiefactoren voor bedrijven vormen, zoekt de bulk van de doelgroepen waar u zich op zou moeten richten (vooral in de logistiek) een pand met een standaard-verschijningsvorm en een bedrijventerreinen zonder 'poespas'.
- Aandachtspunt is de kavelgrootte: de praktijk wijst uit dat te vaak 'de middenmaat' wordt gekozen met kavels van 1 tot 3 hectare. Dit segment is op verschillende bedrijventerreinen in de regio, maar ook op andere logistieke locaties ruim voor handen. De schaarste zit in het segment van zeer grote kavels (vanaf 5 hectare, met uitschieters tot zelfs 20 hectare(!)).
- Waar het gaat om zorgvuldig ruimtegebruik, raden we aan maatregelen in te zetten waar ondernemers baat bij hebben, en een relatief korte terugverdientijd hebben (circa 3 tot maximaal 5 jaar). Aantrekkelijk zijn ook maatregelen die de uitstraling van het pand verhogen en die dus heel zichtbaar zijn.
    - Voor intensief ruimtegebruik raden we aan in te zetten op een pakket van maatregelen die elk een relatief beperkte ruimtewinst met zich meebrengen, maar gezamenlijk kunnen leiden tot een substantiële ruimtewinst van circa 10% tot 15%. (dit gaat dan af van de ruimtevraag op het bedrijventerrein, of betekent dat de uitgifte op het terrein langer zal doorlopen). Het gaat met name om het stapelen van kantoorruimte, het incidenteel schakelen van bedrijfspanden op het terrein, het realiseren van een minimale bouwhoogte, in plaats van een maximale bouwhoogte, en het verhogen van het bebouwingspercentage op de kavel, de netto- brutoverhouding van het terrein als geheel, en het clusteren van groenvoorzieningen aan de randen van het terrein.
    - Waar het gaat om duurzaam ruimtegebruik raden we aan uw ambities hoog, maar realistisch te houden gezien de doelgroepen van het bedrijventerrein. Dat betekent dat de mogelijkheden waarover u beschikt relatief beperkt zijn. We raden aan u overwegend te beperken tot maatregelen die de uitstraling van panden vergroten, en leiden tot een grotere efficiëntie in het energieverbruik. Belangrijk is dat deze maatregelen zich bewezen hebben en aantoonbaar kostenefficiënt zijn.

Hanteer de volgende hoofdlijnen voor de marketing en acquisitie van Jaagweg

- Voor uw bovenregionale marketing en acquisitie vormen bedrijven in de Randstad en de omliggende regio's van West-Friesland een belangrijk speerpunt.
- Een groot gedeelte van de bedrijven die zich willen vestigen op Jaagweg zullen ook lokaal of regionaal van aard zijn. Voor u is het dan ook cruciaal om deze 'eigen' klanten als eerste zo goed mogelijk te bedienen ('behouden wat je hebt') en te faciliteren. Benader deze groep actief!
- Zet stevig en langdurig in op het aanbrengen van een scherper profiel van het imago van uw regio, inclusief een sterke gebiedspromotie voor de verschillende locaties. De economische promotie en communicatie is meerjarig en richt zich op bedrijven, intermediairs, belangenbehartigers en beslissers van binnen en buiten de regio. Richt u daarnaast op de onderscheidende kwaliteiten van uw locatie.
- Centraal uitgangspunt in uw boodschap moeten de belangrijkste Unique Buying Points (UBP's) van de locatie zijn. Dit zijn argumenten voor bedrijfsruimtevestigers om voor Jaagweg te kiezen: dit is primair de ligging aan de A7, en de directe ontsluiting van het terrein aan de A7 (!). Het gaat er dus om dat u maximaal vraaggericht denkt! Dus niet alleen 'wat hebben wij te bieden?', maar juist 'wat heeft de ondernemer hieraan?'. Wanneer u uw communicatie consequent op deze wijze insteekt, wordt de lezer echt 'getriggered' omdat de voordelen van vestiging op Jaagweg zo optimaal mogelijk naar de beleving van hem/haar vertaald zijn.
- Een naam die het imago van de locatie meer tot zijn recht doet komen, kan goed werken.
- Zorg voor een sterke uitvoering en organisatie van uw marketing en acquisitie.

1. WAT VOOR U LIGT

In dit eerste hoofdstuk staan we kort stil bij de achtergrond van deze markttoets. De eerste paragraaf beschrijft de opdracht aan ons. Vervolgens gaan we in paragraaf 1.2 in op onze werkwijze. Tenslotte vindt u in de laatste paragraaf de leeswijzer.

1.1 Uw situatie

U staat als Projectgroep Jaagweg voor de opgave bedrijventerrein Jaagweg te ontwikkelen. Dit terrein krijgt een omvang van circa 70 tot 80 hectare netto terrein (circa 150 hectare bruto terrein, inclusief groene inpassing en buffergebieden).

Het terrein ligt gunstig aan de A7 en is volgens de Regionale bedrijventerreinvisie West Friesland in eerste instantie bedoeld voor grootschalige kavels in de segmenten transport& distributie en modern gemengd. In deze markttoets zijn we uitgegaan van een bedrijventerreinontwikkeling van Jaagweg, waarbij sprake is van een directe aansluiting vanaf de A7. Nu u een beslissing wilt nemen over de plannen voor het terrein, wilt u graag meer inzicht in de aard en de omvang van de marktvraag. Concreet wilt u antwoorden op de volgende vragen:

- Voor welke bedrijfsruimtedoelgroepen in én buiten uw regio is uw locatie aantrekkelijk en onder welke voorwaarden? Wat zijn de kenmerken van de doelgroepen?
- wat is de omvang van de vraag van de diverse doelgroepen?
- Van welke terreinen moet u concurrentie verwachten? Wat is de concurrentiekracht van uw locatie en waarmee onderscheidt de locatie zich?
- Met welke grondprijzen, welk uitgiftetempo en welke fasering moet u rekening houden?
- Hoe kunt u bij de inrichting tegemoet komen aan de eisen van de kansrijke doelgroepen en tegelijkertijd een maximaal ambitieniveau realiseren (duurzaamheid, zorgvuldig ruimtegebruik, zonering, verkaveling, beeldkwaliteit, uitgiftecriteria)?
- Welke risico's loopt u met Jaagweg en hoe kunt u deze beheersen?

Onze antwoorden en adviezen leest u in dit rapport.

1.2 Onze aanpak

Startpunt van ons werk was een locatiebezoek en de bespreking van uw plannen. Vervolgens richtten we ons op de bedrijventerreinenmarkt in Koggenland en omgeving en daarbuiten. Hiertoe raadpleegden wij diverse bronnen van u, informatie uit eigen rapporten en databases (IBIS, Database Bedrijfsruimtegebruikers Nederland, Database Bovenregionale Locatiebeslissingen Nederland) en documentatie van derden. Ook voerden wij gesprekken met experts die goed ingevoerd zijn in de Koggenlandse regio. Vervolgens hebben we op basis van de verzamelde informatie en bureau-expertise ons advies geformuleerd.

1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk twee leest u onze adviezen over bedrijventerrein Jaagweg.
De bijlagen vormen de onderbouwing van het advies:

- Bijlage a: locatieprofiel en –beoordeling en referentieprojecten
- Bijlage b: vraagaanbodanalyse
- Bijlage c: profiel doelgroepen
- Bijlage d: analyse uitgifteprijzen

2. ADVIES JAAGWEG

In dit hoofdstuk leest u onze adviezen over de (marktpotentie van) locatie Jaagweg.

2.1 Richt u vooral op bedrijven in transport&distributie en de logistiek

Bedrijventerrrein Jaagweg is hiervoor een gouden locatie

Het bedrijventerrein Jaagweg wordt ontwikkeld in aansluiting op de A7. Belangrijke randvoorwaarde voor de ontwikkeling van het terrein is in onze optiek een directe ontsluiting vanaf de snelweg. Het bedrijventerrein scoort daardoor binnen de Kop van Noord Holland uitstekend voor wat betreft bereikbaarheid en is op dit punt substantieel aantrekkelijker dan andere terreinen in uw regio. In dat opzicht behoort de Jaagweg tot de toplocaties van Noord Holland ten noorden van het IJ, en is het in onze optiek het meest aantrekkelijk bedrijventerrein voor logistieke gebruikers binnen uw regio. Dat uw regio aantrekkelijk kan zijn voor bovenregionale vestigers bleek de afgelopen jaren al beperkt uit de vestiging van een aantal bovenregionele logistieke bedrijven in Hoorn (Lidl) en enkele bovenregionale vestigingen in Alkmaar.

Het gaat op Jaagweg primair om Regionale Distributie Centra (RDC's): dit is een belangrijk groeisegment binnen de logistiek. Het betreft grote regionale centra in overwegend de food, textiel en schoenen en nonfoodartikelen zoals drogisterij en dergelijke. Het gaat om bedrijven met behoefte aan zeer grootschalige kavels (vanaf 5 hectare terrein) die slechts op weinig locaties in Kop van Noord-Holland kunnen landen en daarom lang boven de markt blijven hangen.

Tabel 1: trends logistiek

Trends logistiek
Bedrijven leggen zich steeds meer toe op hun specialistische kernactiviteit. Aanverwante activiteiten worden veelal uitbesteed aan leveranciers, waardoor de complexiteit van productie- en logistieke processen verder toeneemt. Hierdoor is het moeilijk controle over de gehele keten te behouden en wordt de logistieke regie vaak uitbesteed. Logistieke dienstverleners treden steeds meer op als ketenregisseur. Dit heeft een toename van ketenintegratie tot gevolg. De logistiek dienstverlener draagt zorg bij voor de opslag van goederen en wordt ook betrokken bij het toevoegen van waarde aan het product (VAL), het afhandelen van retourstromen en het inspelen op cyclische productiepatronen. Hierdoor ontstaan grote spelers die steeds machtiger worden in het transportnetwerk, maar ook kleine specialistische bedrijven gericht op niches in de markt. Middelgrote partijen overleven door samen te werken met of onderdeel te worden van de grote marktpartijen.
Industriële bedrijven maken binnen Nederland veelal gebruik van een netwerk van RDC's van de logistieke dienstverlener. Regionale distributiecentra maken deel uit van logistieke netwerken die een wereldwijde bereikbaarheid kunnen garanderen om zodoende de markt te kunnen dienen. De ligging van RDC's en de bereikbaarheid van afzetmarkten vanuit deze centra zijn daarvoor bepalend. De verlader kan gebruik maken van een eigen centraal gelegen RDC of van het netwerk van distributiecentra van logistieke dienstverleners. Het vervoer is gericht op frequente stromen. De afgelopen jaren is er een tendens geweest naar het centraliseren van opslag en distributie in grote Europese distributiecentra. Dit is alleen niet altijd wenselijk. Vandaar dat regionale distributiecentra vaak vanwege markteisen en productkenmerken in toenemende mate naast de EDC's bestaan.

De bovenregionale vraag van bedrijfsruimtegebruikers komt vooral van logistiek en T&D
De herkomst van de grote logistieke bedrijven, zal in de eerste plaats uit heel Nederland kunnen komen en daarnaast internationaal zijn. In de Kop van Noord Holland ging het overigens maar om één groot logistiek bedrijf: Lidl in de periode van 2000 tot en met 2006. Distributie is de belangrijkste bedrijfsactiviteit van dit bedrijf. Reden waarom dit bedrijf overigens koos voor uw regio was de geografische ligging binnen West-Friesland in combinatie met de goed ontwikkelde infrastructuur.

Waar het gaat om de bovenregionale toestroom van logistieke bedrijfsruimtegebruikers, raden we u aan uit te gaan van een beperkte uitgifte: zeg iedere paar jaar een uitgifte van een grote vestiger, dus per jaar gaat het om een uitgifte van enkele hectaren. Toch kan de uitgifte ook fors groter zijn en uitkomen op vragers tot 10 hectare terrein jaren achtereen. Reken op grote onzekerheid over de uitgifte aan grootschalige logistieke vestigers. We baseren deze aanname op de bovenregionale instroom van de afgelopen jaren, het aantal transacties in de logistiek in vergelijkbare regio's en een inschatting van de locatiedynamiek in dit segment.

Jaagweg heeft regionale overloopfunctie voor logistieke bedrijven
Daarnaast heeft Jaagweg, zoals aangegeven in de regionale bedrijventerreinenvisie, een overloopfunctie voor bedrijven die zich niet op lokale bedrijventerreinen kunnen vestigen. Vooral de grotere RDC's kunnen aantrekkelijk zijn. Het betreft overwegend uitbreidings- en vervangingsvraag en het gaat minder om vraag die voortkomt uit nieuwvestiging in Kop van Noord-Holland.

Omvang marktsegment is relatief groot
Wanneer we een inschatting maken van de potentiële marktvraag naar grootschalige logistieke kavels op Jaagweg, schatten we in dat u in de periode tot 2015 vrijwel zeker kan rekenen op circa 10 tot 15 hectare terrein, maar mogelijk ook op een (fors) grotere uitgifte. Deze vraag komt dan bovenop de geprognosticeerde lokale vraag, zoals deze in de BLM naar voren komt, en de vervangingsvraag.

We raden u aan, gezien deze onzekerheid over de omvang van de bovenregionale vraag, rekening te houden met een ijzeren voorraad[2]. De belangrijkste reden voor het hanteren van een ijzeren voorraad is dat dit u flexibiliteit geeft in de uitgifte aan grootschalige regionale distributiecentra. Gemiddeld hebben deze centra een omvang van circa 5 tot 8 hectare, maar ze kunnen incidenteel fors groter zijn (tot maximaal circa 20 hectare per uitgifte, en de omvang neemt de laatste jaren toe)[3].

2.2 Richt u daarnaast op regionale en lokale bedrijfsruimtegebruikers

Bedrijfsruimtegebruikers vooral actief in productie en groothandel
Een blik in onze Database Bedrijfsruimtegebruikers In Beeld Nederland (Stec Groep, 2006) toont aan dat het grootste deel van de vraag naar bedrijfsruimte in Nederland voor rekening komt van de sectoren productie en groothandel (circa 45%). De logistieke sector heeft een aandeel van 15% en de bedrijven actief in reparatie en onderhoud vormen circa 20% van de bedrijfsruimtevragers. De overige 20% bedrijfsruimtegebruikers bestaat veelal uit dienstverlenende bedrijven als hoofdkantoren, call centers en research&development (zie figuur). Deze laatste categorie bedrijven gebruikt de aanwezige bedrijfsruimte vervolgens overwegend voor opslag en transport, groothandel en reparatie en/of onderhoud. Conform de definitie die wij hanteren in onze database gebruiken deze bedrijven tenminste 50% bedrijfsruimte. Dit betekent dat maximaal de helft van de vloeroppervlakte dus kantoor is.

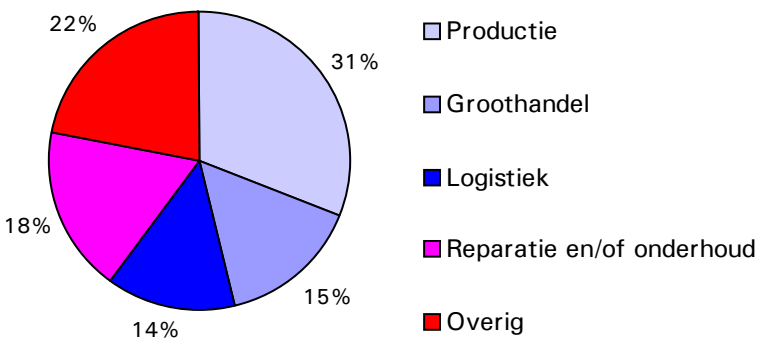
Vraag in uw regio bestaat vooral uit reguliere bedrijfsruimtegebruikers, met accent op groothandel en logistiek
Op basis van de productiestructuur kunnen we stellen dat de Database goed bruikbaar is om een beeld te krijgen van de kwalitatieve samenstelling van de bedrijfsruimtevraag in Koggenland. Het gros van de

---

[2] Rekenen met een ijzeren voorraad op terreinniveau is uiterst zelden nodig, en we raden u in deze situatie alleen maar aan om extra flexibiliteit te hebben in geval van instroom van grootschalige logistieke vestigers.
[3] Omdat het onzeker is of u daadwerkelijk meer dan circa 10 of 15 hectare aan bovenregionale vraag zult realiseren, maken we een onderscheid naar ijzeren voorraad, en reguliere bovenregionale vraag

bedrijvigheid in uw regio bestaat uit de bovengenoemde reguliere bedrijfsruimtegebruikers, waarbij bedrijven actief in de groothandel, logistiek en productie wat oververtegenwoordigd zijn.

Figuur 1: verdeling bedrijfsruimtegebruikers naar activiteit



Bron: Database Bedrijfsruimtegebruikers in Beeld, Stec Groep 2006

Omvang van het lokale en regionale marktsegment

Uit de prognoses van de Bedrijfslocatie monitor (BLM) blijkt dat de toekomstige vraag van lokale bedrijfsruimtegebruikers relatief wat afneemt, ten opzichte van eerder bedrijventerreinenprognoses. Dit komt ondermeer door de afnemende bevolkingsgroei in Kop van Noord-Holland. De vraag naar bedrijventerreinen tot 2020 varieert ,afhankelijk van het toekomstscenario in de BLM voor Koggenland, de Hoornse regio van circa 35 tot 45 hectare (in het geval van hoge economische groei, inclusief vervangingsvraag, maar exclusief ijzeren voorraad en bovenregionale toestroom). De keuze voor een maximaal scenario heeft twee belangrijke redenen. In de eerste plaats hangt dit samen met het feit dat de uitgifte van bedrijventerreinen de afgelopen jaren ook al op het niveau van een bovengemiddeld tot maximaal scenario zaten. Belangrijker nog is dat we inschatten dat deze regio door verbetering van de infrastructuur (de Westfrisiaweg) en de aanleg van dit terrein aantrekkelijker wordt, waardoor u een groter deel van de potentiële vraag naar Jaagweg kunt toetrekken. Wanneer we uitgaan van een maximaal scenario, op basis van *lokale en regionale vraag,* kunt u in de periode tot 2015 rekenen op een uitgifte van enkele hectaren per jaar (minder dan de gemiddelde uitgifte van de afgelopen jaren in Koggenland en Hoorn samen).

Omdat Jaagweg in onze optiek als relatieve toplocatie voor grote gebruikers geldt, schatten we in dat de bovenregionale toestroom in geval van een goede positionering en vermarkting hoger kan zijn. Ga in totaal uit van een maximale potentiële vraag van 60 tot 90 hectare tot 2020.

Box totale marktvraag Jaagweg.
De totale potentiële marktvraag voor Jaagweg bestaat uit:
- Een lokale en bovenregionale vraag van 35 tot 45 hectare
- Een bovenregionale marktvraag van circa 10 tot 15 hectare en mogelijk fors meer

Wanneer u hier bovenop een ijzeren voorraad van 3 tot 5 jaar de jaarlijkse uitgifte hanteert, kunt u daar bovenop nog rekenen op circa 15 tot 30 hectare.

Als conclusie kunt u uitgaan van een totale uitgifte aan lokale en regionale bedrijven van maximaal 60 tot 90 hectare terrein tot 2020, *inclusief* een forse ijzeren voorraad.

Zet voor de zichtlocatie langs de snelweg in op bedrijvigheid met een hoogwaardige uitstraling
De zichtlocatie langs de snelweg is een interessante plek voor de vestiging van hoogwaardige regionale bedrijven, zoals bijvoorbeeld autoshowrooms, een hotel, (weg)restaurant. Het is belangrijk op de strook langs de snelweg veel te investeren in een representatieve uitstraling en beeldkwaliteit. Hierdoor wordt het voor dit type hoogwaardige bedrijven nog interessanter zich op de zichtlocatie Jaagweg te vestigen. Voor grote logistieke bedrijven is de ligging nabij de terreinontsluiting en grote zichtbaarheid ten opzichte van de interne ontsluiting belangrijker dan een zichtlocatie ten opzichte van de snelweg. Belangrijk voor hen is met name het aantal autominuten vanaf het A7-knooppunt.

2.3 Andere marktsegmenten zijn minder kansrijk

Weinig marktruimte voor kantoorachtige ontwikkelingen op bedrijventerrein Jaagweg,
Opvallend is overigens dat naast distributie en logistiek ook incidenteel kleine en middelgrote productievestigingen en kantoorgebruikers in de vorm van callcenters/shared services centers zich de afgelopen jaren in de Kop van Noord-Holland vestigden. Dit hangt vooral samen met de gunstige arbeidsmarkt (veel aanbod van mensen met een relatief laag opleidingsniveau, tegen gunstige lonen) die uw regio biedt voor dit type gebruikers. Voor met name de callcenters en shared services centers speelt mee dat Kop van Noord-Holland het imago heeft van een hoog arbeidsethos (bijvoorbeeld in vergelijking tot de Amsterdamse regio). Desondanks zien we weinig kansen voor de ontwikkeling van backoffice of frontoffice kantoorruimte op Jaagweg. In de eerste plaats omdat callcenters en shared service centers zich bij uitstek op OV-locaties vestigen (bijvoorbeeld in de omgeving van Hoorn Centraal Station), en niet geïnteresseerd zijn in locaties met alleen een goede auto-bereikbaarheid. Werknemers van dit type activiteiten komen voornamelijk met het OV en de fiets.

Imago van regio op kantorenmarkt matig
Op de tweede plaats heeft Koggenland voor overige kantoor- en kantoorachtige gebruikers een matig imago. Dit blijkt ondermeer uit de huurprijsontwikkeling van de afgelopen jaren en beleggingsstrategieën van beleggers in de kantorenmarkt[4]. Belangrijkste reden is de decentrale ligging binnen Nederland. Daar komt bij dat de beroepsbevolking in Kop van Noord-Holland als één van de eerste regio's op korte termijn afneemt, waardoor ook het aandeel arbeidsplaatsen in de beroepsbevolking afneemt en het perspectief voor de kantorenmarkt verslechtert. Wij adviseren u voor de locatie Jaagweg zeer beperkt op kantoren in te zetten, alleen als een soort landmark.

[4] Recent nog eens geïllustreerd door een onderzoek van de NVM, Property.nl en Louter die onderzoek deden naar de "top 70 kantoorsteden van Nederland 2006", waaruit bleek dat de Kop van Noord Holland slecht scoorde.

Binnen de regio zien we Jaagweg ook niet als een aantrekkelijke locatie voor kantoorgebruikers, juist vanwege de ligging buiten het stedelijk weefsel. Het imago van vestiging op een bedrijventerrein is voor kantoorgebruikers minder aantrekkelijk. Zeker wanneer er voldoende aanbod is van aantrekkelijkere kantoorlocaties tegen een gunstige prijs-kwaliteitverhouding. Daarom raden we u af in uw grondexploitatie te rekenen met een forse kantoor- of kantoorachtige ontwikkeling op het terrein, omdat het afzetrisico in dit segment te hoog is.

2.4 Zet voor logistiek in op 150 euro per m² kavel en varieer, waar mogelijk, met de prijs

Grondprijs op basis van comparatieve benadering is lager dan residueel

Ons grondprijsadvies baseren we op een comparatieve analyse van grondprijzen in uw regio en op basis van de belangrijkste concurrerende logistieke terreinen. Drie dingen vallen op:

- Het absolute gevraagde prijsniveau is vergelijkbaar met het gemiddelde in vergelijking tot andere regio's in Nederland. De marge van gevraagde grondprijzen tussen gemeenten blijkt in Kop van Noord-Holland relatief fors te zijn in vergelijking in andere regio's. Daarnaast is het prijsverschil met terreinen beneden het IJ fors.
- Gerealiseerde grondprijzen zijn in sommige gevallen lager dan de gevraagde grondprijzen, gemeenten bleken op basis van onze belronde bovendien relatief terughoudend in het prijsgeven van gerealiseerde grondprijzen, en ervaren in de praktijk stevige onderhandelingen over het prijsniveau.
- Opvallend is ook dat het grondprijsniveau in de provincie Noord-Holland als geheel de afgelopen jaren relatief minder dan gemiddeld is gestegen (met 58 euro in 1990 tot 134 in 2005, 131% over 15 jaar[5]!), maar tegelijkertijd in absoluut niveau bovengemiddeld is.

We concluderen op basis van de comparatieve analyse, dat bedrijventerreinen in Kop van Noord-Holland elkaar relatief sterk beconcurreren.

[5] Inclusief zeehaventerreinen

Tabel 2: grondprijzen op concurrerende distributieterreinen in 2006

Gemeente	Terrein	grondprijs (Euro) per m² kavel
Wervershoof	WFO/ABC	100 euro per meter
Alkmaar	Boekelermeer Zuid	Vanaf 144 euro per meter
Hoorn	Westfrisia	Vanaf 130 euro per meter
Enkhuizen	Schepenwijk	Vanaf 120 euro per meter
Opmeer	Veken	80 tot 120 euro per meter

Bron: Stec Groep, 2007

Residuele grondprijzen soms hoger dan comparatieve grondprijzen

In deze paragraaf berekenen we een indicatieve grondprijs voor Jaagweg op basis van een globale residuele benadering. We baseren ons op transactieprijzen en afgeleide commerciële waarde van bedrijfspanden in uw regio (zie bijlage d). We berekenden vier cases. In de berekeningen is –behalve voor de kavels voor T&D en logistiek- impliciet uitgegaan van een FSI van 1,0. Hiermee wordt getracht intensivering van het grondgebruik op de kavel te stimuleren.

Case 1: middelgrote kavels voor T&D en Logistiek (1-3 hectare)

We gaan voor deze case uit van een indicatieve huurwaarde van circa 65 euro per m² vvo. Deze huurprijzen zijn haalbaar op het grootste deel van het bedrijventerrein, voor middelgrote logistieke gebruikers.

- Huurniveau : 65 euro per m² vvo
- Vormfactor : 90%
- Bruto aanvangsrendement : 8,1%
- Bouw- en bijkomende kosten : 525 euro per m² bvo

Met deze uitgangspunten is een grondprijs van circa 170 euro per m² kavel marktconform.

Case 2: grootschalige kavels voor T&D en Logistiek (groter dan 5 hectare terrein)
We gaan voor deze case uit van een indicatieve huurwaarde van circa 60 euro per m² vvo. Deze huurprijzen zijn haalbaar op het grootste deel van het bedrijventerrein, voor grootschalige logistieke gebruikers.

- Huurniveau : 60 euro per m² vvo
- Vormfactor : 90%
- Bruto aanvangsrendement : 8 %
- Bouw- en bijkomende kosten : 525 euro per m² bvo

Met deze uitgangspunten is een grondprijs van circa 150 euro per m² kavel marktconform.

Case 3: kavels met een gemiddelde verschijningsvorm ten behoeve van modern gemengde bedrijvigheid
We gingen voor deze case uit van een indicatieve huurwaarde van 45 tot 50 euro per m² vvo. Deze huurprijzen zijn haalbaar voor bedrijfsruimtevestigers met een aandeel kantoorvloer van maximaal 30%.

- Huurniveau : 45 tot 50 euro per m² vvo
- Vormfactor : 90%
- Bruto aanvangsrendement : 8,0% tot 8,2%
- Bouw- en bijkomende kosten : 475 per m² bvo

Op basis van deze uitgangspunten achten we een grondprijs van 90 tot 130 euro per m², voor een kavel met een gemiddelde bedrijfsruimtevestiger in het middengebied realistisch (exclusief BTW, prijspeil 2007). Wanneer het gaat om een zichtlocatie langs de A7 raden we aan grondprijs aan de bovenkant van de bandbreedte aan, bij een locatie op het binnenterrein een grondprijs tot circa 115 euro per meter.

Case 4: kantoorachtige bedrijven met een hoogwaardige verschijningsvorm op een zichtlocatie langs de A7
We gingen voor deze case uit van een indicatieve huurwaarde van 75 tot 80 euro per m² vvo. Deze huurprijzen zijn haalbaar langs de A7 voor bedrijfsruimtevestigers met een aandeel kantoorvloer van 50 tot 70%.

- Huurniveau :75 tot 80 euro per m² vvo
- Vormfactor :90%
- Bruto aanvangsrendement :8%
- Bouw- en bijkomende kosten :625 tot 650 per m² bvo

Op basis van deze uitgangspunten achten we een grondprijs van 190 tot 250 euro per m² voor een kavel met een hoogwaardige verschijningsvorm op een zichtlocatie langs de A7 realistisch (exclusief BTW, prijspeil 2007). Hoe hoger het aandeel kantoorvloer, hoe hoger de grondprijs in principe kan zijn.

Voor grotere logistieke kavels adviseren we licht hogere grondprijzen

Zoals uit het bovenstaande overzicht blijkt, is het absoluut raadzaam te differentiëren met de grondprijs naar omvang van de kavel, en dit ook meer te doen dan concurrerende locaties in Kop van Noord-Holland. Met name in die delen van de markt waar uw concurrentiepositie sterk kan zijn, (grootschalige regionale distributiecentra) kunt u hogere grondprijzen realiseren dan op grond van de comparatieve analyse aangenomen kan worden.

De volgende uitgangspunten zijn leidend:

- Gemiddeld genomen is de commerciële waarde van kleinschalige bedrijfsruimte toch hoger dan de commerciële waarde van middelgrote bedrijfsruimte. Waar het gaat om zeer grootschalige logistiek is het aantal beschikbare kavels weer schaars, waardoor de grondprijzen hiervoor weer wat hoger kunnen zijn.
- (landelijk) is sprake van duidelijke verschillen in waardeontwikkeling tussen typen bedrijfsruimte. Dit hangt samen met de vraagaanbodverhouding in de verschillende prijssegmenten van de bedrijfsruimtemarkt. Zo stijgt de commerciële waarde en het huurprijsniveau voor zeer grote bedrijfsruimten van meer dan 25.000 m². Dit terwijl de prijsontwikkeling voor grond en bedrijfspanden in het segment tussen circa 1.000 m² en 25.000 m² stabiliseert, of in sommige regio's zelfs wat daalt. Voor zeer kleine bedrijfsruimten (tot circa 250 m²) is ook sprake van een lichte prijsstijging. Vanuit deze optiek kan gekozen worden voor een wat hogere grondprijs voor de (zeer) grote kavels.

Let wel: enige terughoudendheid bij het differentiëren van grondprijs naar kavelgrootte is gepast. Ondanks het feit dat de grondprijs uiteindelijk maar een beperkt deel van de investering van bedrijven vormt, is het psychologische effect van de prijs groot in het locatiekeuzeproces. Bedrijven hechten hier in eerste instantie wel waarde aan en gebruiken het als selectiecriterium om locaties op een shortlist te zetten. Het gaat erom dat u de hoge grondprijs kunt waarmaken, ofwel kan aantonen wat de toegevoegde waarde van een hogere grondprijs is voor het bedrijf.

Kosten voor parkmanagement verdisconteren in de grondprijs
Bovenop de grondprijs raden we u aan een bedrag voor parkmanagement te rekenen. Het meest marktconform is uit te gaan van een beperkt pakket aan eisen en maatregelen, met name waar het gaat om beveiliging, groenonderhoud en bewegwijzering. Voor dit pakket aan eisen is het redelijk een eenmalige toeslag bovenop de grondprijs te rekenen van circa 4,5 tot 5 euro per m² kavel, te storten in een parkmanagementsfonds met een looptijd van circa 15 jaar. Dit voorkomt ingewikkelde discussies over de hoogte van de bijdrage voor parkmanagement en freerider-gedrag.

2.5 Ga uit van een lange ontwikkelingstermijn voor bedrijventerrein Jaagweg en houd rekening met de nodige risico's

Reken op een redelijke toestroom uit omliggende regio's
Op basis van de vraaganalyse gaan we uit van een totale vraag naar (nieuw) bedrijventerrein vanuit de lokale markt van maximaal enkele hectaren per jaar tot 2020. Na 2010 neemt de vraag naar bedrijfsruimte op basis van de lokale markt in uw regio relatief af.
Voor transport & distributie en logistieke activiteiten rekenen we op een redelijke toestroom vanuit omliggende regio's en de rest van Nederland. We gaan uit van een jaarlijkse bovenregionale vraag van circa 2 hectare per jaar. Dit zijn voornamelijk gebruikers uit dit segment. Jaagweg ligt immers gunstig langs de A7. Ook uit de lijst met potentiële kandidaten (zie bijlage 7) blijkt dat er ook nu forse vraag is, op basis van vraaginventarisaties van bedrijven, die een plek zoeken in de regio. In totaal gaat het om harde en zachte plannen voor circa 30 hectare terrein, deels geschikt voor Jaagweg (!). We schatten in dat Jaagweg daar gezien de kenmerken van het terrein een redelijk fors aandeel in kan realiseren: circa 5 tot 15 hectare terrein.

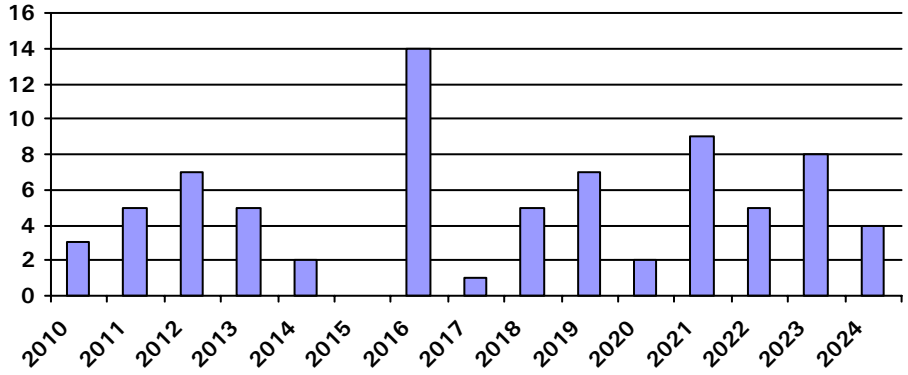
Het uitgiftetempo van Jaagweg ligt gemiddeld maximaal op zo'n 5 a 6 hectare per jaar
In figuur 5 schatten we het uitgiftetempo van Jaagweg in. Daarbij houden we rekening met de volgende aspecten:

- De mate waarin u grootschaligere logistieke functies en andere bedrijfsruimtegerelateerde bestemmingen toelaat op Jaagweg.
- De aantrekkelijkheid van het concept: als de invulling van het gebied vergevorderd is, dan is een aantrekkelijk bedrijvenpark ontstaan. Zorg voor een voorspoedige uitgifte indien de conjunctuur eenmaal op gang is gekomen. Dit trekt extra vestigers aan.
- Aanbod van concurrerende locaties voor logistieke en T&D bedrijvigheid. Het concurrerend aanbod binnen de lokale markt is redelijk in balans, het aanbod buiten Hoorn-Koggenland is echter fors. In totaal is er 40 hectare bedrijventerrein beschikbaar in de regio West-Friesland en ruim 190 hectare aan zachte plannen. Daarnaast is er in de omliggende regio's ook concurrerend aanbod, waaronder Boekelermeer-Zuid in Alkmaar en Robbenplaat in Wieringermeer.

Op basis van de vraaganalyse en voorgaande punten schatten we het uitgiftetempo voor Jaagweg in op het maximale/minimale scenario. Wanneer we dit relateren aan de omvang van Jaagweg (circa 70 tot 80 hectare netto) dan kunt u met dit terrein de komende 15 jaar vooruit.

Houd bij uitgifte van uw terrein rekening met de conjunctuur en incidentele grote opname
In figuur 2 schetsen we (puur indicatief) een voorbeeld van de uitgifte van uw bedrijventerrein Jaagweg, voor een periode van vijftien jaar. Hierin valt op dat rekening wordt gehouden met conjunctuur (het gaat immers niet altijd even economisch voorspoedig) en grote variaties in de uitgifte, op basis van incidentele opnamen. Toch komt het soms voor dat een groot bedrijf zich meldt, waardoor uw jaarlijkse uitgifte flink omhoog schiet. Gedurende de uitgifteperiode zullen er ook jaren zijn waarin u nauwelijks nieuwe uitgiften hebt. Houd hiermee rekening bij de uitgifte van uw terrein en monitor de jaarlijkse uitgifte dan ook goed. Desondanks maken deze incidenten de grondexploitatie relatief risicovol.

Figuur 1: indicatie uitgifte van Jaagweg, periode 2010-2024



Vijf aandachtspunten voor de fasering en een voorspoedige uitgifte

- De snelheid van uitgifte zal in belangrijke mate worden bepaald door de mate waarin u grote logistieke bedrijfsruimtegebruikers toelaat op Jaagweg. Het kan verstandig zijn om bij de eerste uitgifte een grote logistieke speler een kavel van groter dan 5 ha aan te bieden. Hiermee zet u het bedrijventerrein meteen op de kaart.
- Knip het project op in delen. Het is verstandig het gebied op te knippen in deelprojecten en deze met twee tegelijk te ontwikkelen (telkens een deelgebied met kleinschalige en meer grootschalige kavels). U kunt zo uw plannen gedurende de tijd op onderdelen aanpassen op basis van uw ervaringen bij eerdere deelprojecten die deel uitmaken van Jaagweg (positief en negatief) en in reactie op veranderende marktomstandigheden. Een ander voordeel van het deelgebiedswijs ontwikkelen, is dat u de overlast in afzonderlijke deelgebieden door bouwwerkzaamheden beperkt.
- Bij de fasering is het uiteraard het aantrekkelijkst als u de planonderdelen met hoge opbrengsten in de eerste jaren realiseert en de planonderdelen met hoge kosten zoveel mogelijk doorschuift in de tijd. Hierdoor beperkt u het renteverlies.

- Start met een bijzonder vormgegeven project langs de A7. Jaagweg krijgt zo vanaf het begin een boegbeeld met een sterk promotionele waarde waarmee u zich profileert op de regionale bedrijventerreinenmarkt. De eerste klap is een daalder waard!
- Ook per deelgebied is een beperkte mix kavelgroottes noodzakelijk. U verbreedt zo per deelgebied uw doelgroep voor de afzet van de kavels. Zo raden we de concentratie van kavels van één grootteklasse per ontwikkelingsperiode niet aan. Het aantal kavels dat jaarlijks kan worden afgezet, is daarvoor te beperkt.

2.6 Hanteer de volgende hoofdlijnen voor de marketing en acquisitie van Jaagweg

Zet vanaf nu zeer stevig en langdurig in op economische promotie en communicatie

Het gaat bij de economische promotie en communicatie om het aanbrengen van een scherper profiel in het imago van uw regio, inclusief een sterke gebiedspromotie voor de verschillende locaties. De economische promotie en communicatie is meerjarig en richt zich op bedrijven, intermediairs, belangenbehartigers en beslissers van binnen en buiten de regio.

Al deze 'brede' acties behorend bij economische promotie en communicatie (zie box hieronder ter illustratie) leveren continue ondersteuning aan uw activiteiten die gericht zijn op de werving van bedrijven. Daarom is het verstandig in de eerste fase van uw uitvoering nadrukkelijk tijd te reserveren voor het op orde maken van het promotiemateriaal en de informatievoorziening. Vervolgens kan vanuit deze basis een gerichte benadering van de kansrijke doelgroepen en de segmenten hierbinnen gaan plaatsvinden. Ofwel, marketing en acquisitie vormen een twee-eenheid.

Box 1: aanknopingspunten voor economische promotie

- Gerichte mailings naar zowel bedrijven, intermediairs als vastgoedpartijen.
- Maximale aandacht voor free publicity en PR.
- Organiseer roadshows in donorgebieden om de locatie onder de aandacht te brengen van potentiële vestigers.
- Plaats een groot billboard (leesbaar) of landmark langs de A7 ('laat zien dat er wat gebeurt').
- Maak gebruik van ambassadeurs uit uw regio (grote bedrijven en instellingen bijvoorbeeld).
- Ontwikkel een sterke nieuwsbrief die niet alleen regelmatig wordt uitgegeven, maar ook wordt rond gemaild onder voor u interessante doelgroepen.
- Ontwikkel een interactieve, vraaggerichte website die maximaal is toegespitst op bedrijven die zich willen vestigen.

Het vestigingsklimaat van uw locatie biedt een aantal sterke punten die voor locatiezoekende ondernemingen aantrekkelijk zijn. Er is dus daadwerkelijk iets moois te verkopen. De vraag is natuurlijk wat u precies onder de aandacht van de potentiële klant moet brengen. Wat maakt uw locatie onderscheidend?

Echt onderscheidend aan Jaagweg zijn in onze ogen de strategische ligging aan de A7 en de beschikbaarheid (straks) van een diverse en omvangrijke voorraad nieuw bedrijventerreinen, inclusief zeer grote kavels; iets waarover steeds minder regio's in Nederland (kunnen) beschikken. Deze assets moet u sterk in uw marketing richting bedrijfsruimtegebruikers gebruiken.

Daarnaast moeten ook de meer 'generieke' factoren die van belang zijn voor locatiezoekende bedrijven onder de aandacht gebracht worden. Denk aan:

- Goede bereikbaarheid nu en in de toekomst
- Goede prijs/kwaliteit verhouding van de locaties
- Ruime, betrouwbare arbeidsmarkt (liefst aantoonbaar gemaakt door bedrijven zelf)
- Bijzondere woonomgeving (stedelijkheid, natuur, recreatie)

Uiteraard is het ook van belang hoe u deze assets communiceert.

Communiceer vraaggericht: werk met Unique Buying Points en wees helder en consequent naar uw klanten
Centraal uitgangspunt in uw boodschap moeten de belangrijkste Unique Buying Points (UBP's) van de locatie zijn. Dit zijn de argumenten voorbedrijfsruimtevestigers om voor Jaagweg te kiezen. Het gaat er om dat u maximaal vraaggericht denkt. Dus niet alleen 'wat hebben wij te bieden?', maar juist 'wat heeft de ondernemer hieraan?'. Wanneer u uw communicatie consequent op deze wijze insteekt, wordt de lezer echt 'getriggered', omdat de voordelen van vestiging op Jaagweg zo optimaal mogelijk naar de beleving van hem/haar vertaald zijn.

Naast de invulling van de marketingcommunicatie is ook de kwaliteit van uw één-op-één contacten met bedrijven en leads belangrijk voor uw succes. Bedrijventerreinenlocaties zijn namelijk in sommige opzichten redelijk vergelijkbaar: het verschil wordt regelmatig gemaakt door het fanatisme en de professionaliteit van de acquisitieorganisatie.

Zo is het van belang dat accountmanagers bij de start van het bedrijfscontact een eenduidig pakket aan eisen en wensen meegeven aan bedrijven (zowel bedrijven met een verplaatsingswens als nieuwe vestigers). Dit pakket moet u gedurende de onderhandelingen tussen u en het bedrijf niet veranderen (niet afkalven, maar ook niet opschroeven). Bedrijven weten dan waar ze aan toe zijn en kunnen hiermee rekening houden (bijvoorbeeld: bouwhoogte, parkeren, uitstraling) bij het aanpassen van hun ontwerpen voor nieuwe huisvesting. De praktijkervaring met zo'n eenduidig beleid leert, dat bedrijven hierdoor makkelijker aan uw wensen en eisen kunnen voldoen en uw inzet waarderen.

Uit eerder werk van ons is gebleken dat het gros van de bedrijven zich niet 'senang' voelt bij een bedrijventerrein dat veel verplichtingen met zich meebrengt op het gebied van vestiging en inrichting. Het 'opleggen' van eisen en maatregelen werkt vaak averechts. Men wil vooral zelf in (grote) vrijheid kunnen ondernemen. Kan dit niet op uw locatie, dan maar elders. Het kan in onze ogen dus veel opleveren wanneer u bij het vestigingsproces de behoefte van het bedrijf centraal stelt en van daaruit samen op zoek gaat naar passende mogelijkheden.

Dat betekent niet dat u geen kwaliteitseisen mag hebben, maar ze moeten markttechnisch wel mogelijk zijn en helder en eenduidig kunnen worden gecommuniceerd aan mogelijke vestigers.

Overweeg een andere naam voor bedrijventerrein Jaagweg
Wanneer u kiest voor het aantrekken van transport & distributie activiteiten en logistiek adviseren wij u een andere naam voor het bedrijventerrein Jaagweg te overwegen.

Uit de naamgeving van het nieuwe bedrijventerreinen moet meteen blijken dat het terrein een belangrijke functie heeft voor deze sector en strategisch is gelegen aan de (inter)nationale transportassen. Zo heeft bijvoorbeeld de gemeente Venlo haar transport&distributie- terreinen de benaming Trade Port Venlo gegeven. U zou de locatie bijvoorbeeld Poort A7 kunnen noemen. We denken graag met u mee over een aantrekkelijke naam voor het gebied.

Kritische succesfactoren voor uw marketing en acquisitie
Met de adviezen hierboven geven we al veel richting aan uw marketing en acquisitie. Toch zijn er nog een aantal essentiële randvoorwaarden voor een succesvolle marketing en acquisitie voor Jaagweg. Deze benoemen we hieronder.

Een sterke uitvoering is essentieel voor marketing en acquisitie, fanatisme is nodig. Op het eerste gezicht lijkt dit een open deur. Toch is het onze ervaring dat de daadwerkelijke uitvoering van marketing en acquisitie bij veel gemeenten en regio's stokt bij goede bedoelingen. Oorzaak is veelal dat er niet voldoende tijd en capaciteit wordt vrijgemaakt en/of dat men na korte tijd weer andere prioriteiten stelt. Een goed plan maken is één ding, een sterke uitvoering is twee. Het is dus zaak dat u de marketing en acquisitie voor Jaagweg echt structureel en professioneel gaat neerzetten door taken goed te verdelen en hiervoor langdurig draagvlak te bieden.

In uw situatie is het dus ook essentieel dat u op korte termijn van start kunt gaan. Juist nu is marketing en acquisitie zinvol vanwege de (toekomstige) beschikbaarheid van uw locatie en de aantrekkende conjunctuur, waardoor meer bedrijven voor een locatiebeslissing staan. De kans dat u snel eerste successen kunt boeken is daarmee ook relatief groot. En eerste successen zijn weer goed voor het draagvlak van uw inspanningen.

Daarnaast heeft marketing en acquisitie een sterke ‘personal touch’. Veel van het succes hangt bijvoorbeeld af van de personen die het doen. Zeker als concurrerende locaties niet zeer onderscheidend zijn. Een flinke portie enthousiasme en ‘drive’ zijn belangrijke voorwaarden. Daarnaast is enig uithoudingsvermogen nodig, succes komt namelijk niet vanzelf in deze business. Met één of twee goede mensen bent u er overigens nog niet. Het gaat ook om de attitude van het gehele apparaat dat bij het verkoopproces betrokken is (de backoffice). Denk aan RO-medewerkers, de afdeling milieu, projectleiders en acquisiteurs van uw bedrijvenlocaties, maar ook de bestuurders.

In feite betekent dit dat u deze houding moet uitstralen in al uw geledingen en in al uw daden richting deze onderneming. Dus: 'wij willen zeer graag dat u zich vestigt en hier een grote bloei doormaakt'. Dat houdt onder meer in, het snel en adequaat reageren op vragen van het bedrijf, creatief en oplossingsgericht meedenken bij problemen en moeilijkheden en een breed bewustzijn van het economisch belang van het bedrijfsleven bij betrokken afdelingen op het gemeentehuis. Ook het strategisch en op het juiste moment inzetten en aanspreken van bestuurders hoort hierbij. Kortom, inspanningen op dit vlak zullen zeker effect sorteren, en zijn daarmee voor u zonder meer waardevol.

Buiten kijf staat dat u flink en voor langere tijd moet investeren in uw marketing en acquisitie; locatiekeuzeprocessen van bedrijven duren lang. U moet eerst zaaien voordat u kunt oogsten. Afrekening van resultaten na een jaar van uw werk heeft dus weinig zin.

2.7 Hanteer de volgende hoofdlijnen voor uw plan voor Jaagweg

Ga uit van een gemiddeld tot licht bovengemiddeld ambitieniveau
Het plan dient aandacht te besteden aan aspecten als uitstraling van pand en bedrijventerrein, zonder daar in ‘door te slaan’. Hoewel uitstraling en beeldkwaliteit steeds vaker doorslaggevende locatiefactoren voor bedrijven vormen zoekt de bulk van de vraag, ofwel het overgrote deel van de gebruikers, standaard verschijningsvormen en bedrijventerreinen (terreinen zonder ‘poespas’). Jaagweg kan voor beide groepen bedrijven voldoende ruimte bieden: een strook met zichtlocaties langs de A7 voor wat meer hoogwaardige, representatieve bedrijvigheid en daarnaast volop kavels voor reguliere bedrijfsruimtegebruikers.

Zet in op een markttechnisch verantwoord pakket, van zorgvuldig ruimtegebruik
Uw ambities op het vlak van intensief en duurzaam ruimtegebruik zijn ambitieus. En we concludeerden al dat de vraag- aanbodsituatie in uw regio ruim is. We adviseren u bij de ontwikkeling van de locatie een groot aantal instrumenten te hanteren die bijdragen aan uw doelstellingen, maar ook passen bij de beleving van de gebruikers waarop u mikt.

Op basis van onze ervaringen elders en eerder onderzoek doen we u alvast een aantal suggesties voor praktische en haalbare instrumenten:

- Een maximale bouwhoogte van 30 meter toelaten op delen van het terrein
- Kantoren van bedrijfsruimtegebouwen altijd stapelen
- Incidenteel schakelen van gebouwen
- Het relateren van de f.s.i. aan de grondprijs
- Bouwen tot aan de rooilijn
- Hanteer een minimale bouwhoogte in plaats van een maximale bouwhoogte
- Let op een goede verkavelingstructuur op het terrein, zoals een grid of een kamstructuur

Belangrijke voorwaarde voor succes hierbij is dat u eisen en voorwaarden helder en tijdig communiceert aan gebruikers en dat u consequent bent in de hantering ervan. Zet dus fors in op accountmanagement en een helder en eenvoudig plan dat u hanteert, waarvan u niet afwijkt (zie ook de bijlage bij dit rapport).

Aandachtspunt is de kavelgrootte
Punt van aandacht betreft de kavelgrootte die straks gehanteerd wordt. De praktijk wijst uit dat te vaak ‘de middenmaat’ wordt gekozen. Dit terwijl er vanuit de markt vooral behoefte is aan enerzijds kleine en anderzijds juist grote kavels. Gezien het profiel en de beoogde marktoriëntatie van Jaagweg, adviseren wij ook voldoende kleinschalige kavels met een omvang tot circa 750 m² bvo te realiseren en daarnaast zeer grootschalige kavels vanaf vijf hectare.

Tabel 3: indicatieve segmentatie Jaagweg naar grootteklasse van de kavels

Omvang terrein	tot 2.500 m²	2.500 tot 10.000 m²	1-5 hectare	5 hectare en groter
Indicatief aandeel terreinoppervlak	10%	10%	30%	50%

Bron: Stec Groep, 2007

Maak afspraken over de fasering van concurrerende locaties

Voor een belangrijk deel zult u uw locaties vullen met de gemêleerde vraag uit het eigen gebied en regio's om West-Friesland heen. Voor deze groep bedrijven heeft u niettemin ook te maken met concurrentie, vooral van beschikbare locaties op wat kortere afstand. Door de gunstige ligging van uw terrein aan de A7 en het feit dat een groot deel van de concurrerende locaties in de regio (zie bijlage 2) zich richten op andere doelgroepen dan uw terrein, voorzien we dat u beperkt rekening moet houden met concurrentie in de omgeving. De meeste concurrentie zult u (indien er geen afspraken over fasering worden gemaakt) hebben van Westfrisia Noord in Hoorn. Mogelijk heeft u ook concurrentie van Boekelermeer-Zuid in Alkmaar. Dit is ook een regionaal terrein dat zich richt op dezelfde doelgroepen als Jaagweg.

Maak het logistieke bedrijven aantrekkelijk

Realiseer voorzieningen gericht op de logistieke en T&D sector. De initiatieven voor het ontwikkelen van een mobiliteitscentrum kunnen hierbij een rol spelen. Door het aanbieden van voorzieningen als een tankstation, collectieve parkeerplaats voor vrachtwagens en een wegrestaurant maakt u het voor deze sector extra aantrekkelijk om zich op bedrijventerrein Jaagweg te vestigen. Zo kunt u zich ook onderscheiden ten opzichte van concurrerende locaties.