



KVL concept

De ambachtsplaats voor creativiTijd

*In opdracht van het
bureau vastgoed
Provincie Noord-Brabant*

Ben ten Hove, augustus 2012

**URBAN
BREEZZ**

Toen de Koninklijke Verenigde Leder haar deuren sloot, liet zij een rijke historie en vele monumentale gebouwen achter. De KVL kende hoogtepunten met 1200 medewerkers (1925) en dieptepunten met 73 medewerkers (1991).

De concurrentiepositie werd vanaf de midden 70'er jaren steeds lastiger, waardoor zij uiteindelijk in 2000 moest stoppen.

De KVL historie kent vele bijzondere aspecten, die ook nu nog een rijk verhaal vormen. De manier van energie-opwekking door middel van een monumentale stoommachine, de unieke producten zoals lakleer, die zelfs door de Italiaanse schoenfabrikanten gretig werden afgenomen, en de pogingen in de 60'er jaren om Nederland tot het schoencentrum van Europa te maken, zijn maar enkele voorbeelden.

Ook in sociaal opzicht was de KVL toegewijd. Er waren sportverenigingen zoals 'door Noeste Eenheid Voert Elkeen Langzaam Opwaarts' en de collectieve huisvesting in de Westwijk. Uniek is dat er ieder jaar door de personeelsvereniging bij de jaarfeesten een huis ter waarde van Hfl 5000,- onder het personeel werd verloot!

Veel van deze unieke aspecten vormen de basis voor het begrip 'storytelling' die voor het slagen van het KVL concept belangrijk zijn.

KONINKLIJKE VERENIGDE LEDER B.V.

We zijn voor wat betreft KVL onderweg met het planproces. In de verkenningsfase is het belangrijk om de ontwikkelingsperspectieven te onderzoeken.

Het doel is een haalbaar concept voor KVL te bedenken, waar alle betrokken partijen het over eens zijn en een kansrijke mogelijkheid biedt om KVL (op)nieuw leven in de blazen.

Een 'concept' ontstaat door heel goed naar de locatie te kijken, te leren van het verleden en alles wat er inmiddels gebeurd is. Door aandachtig te luisteren naar betrokkenen en de ideeën die de rondgang deden en doen.

Als daar een beeld van de mondiale trends aan toegevoegd wordt, ontstaat de basis voor een waardevolle aanpak. Het begin van een 'bottum up' geïnitieerd concept.

Omdat de wereld om ons heen snel veranderd, volgen we geen klassieke manier van kijken en waarde-ontwikkeling.

Wij stellen een perspectief voor; een 'stip op de horizon', geen uitgewerkt product of plan. Door organisch ontwikkelen creëren we een haalbaar perspectief.

Langzaam ontwikkelen, reagerend op de veranderende omgeving, investeren op basis van de cash-flow en flexibiliteit inbouwen om te kunnen veranderen. Steeds het businessmodel in de gaten houdend en continue inspeland op de situatie.

Een concept voor KVL houdt een direct toepasbaar ontwikkelingsadvies in met uitwerking gericht op een positieve exploitatie.

Een authentieke omgeving die de kracht benut vanuit zichzelf, en waar de Provincie Noord-Brabant een impuls geeft aan de Agenda van Brabant.

2. Fase 'conceptontwikkeling'

Ontwikkelingen in de communicatiemedia maken het mogelijk om werkprocessen tijd- en plaats onafhankelijk te faciliteren. Traditionele hiërarchische organisaties maken plaats voor dynamische organisaties met meer zelfsturing. Hiermee verandert de rol van het kantoor(gebouw) als facilitator van werkprocessen. Het Nieuwe Werken leidt tot een netwerk van werkplekken binnen en buiten het kantoor, waarbij flexibiliteit, ontmoeten en kennisdeling centraal staan.

Internet zorgt steeds meer voor de rechtstreekse handel. Winkels zullen zich meer moeten focussen op 'service' als een businessmodel en zullen het winkelen meer als een beleving moeten aanpakken.

Daarnaast is het thema 'Smart is het nieuwe Green' belangrijk. Hierbij gaat duurzaamheid veel verder door het toepassen van slimme combinaties van technieken die tot meerwaarde zullen leiden.

Steeds meer nadruk komt er te liggen op connectiviteit. De uitrol van het 4G netwerk vindt al plaats en in de komende 10 jaar zullen nog een 1200 satellieten gelanceerd worden, waardoor alles en iedereen razendsnel online op de GPS millimeter nauwkeurig kan werken.

We zullen per persoon met een groeiend aantal apparaten online zijn van 5 nu naar 10-tallen in het komende decennium.

Een andere ontwikkeling is 'van Vet naar Fit' die een enorme ontwikkelingen van ziekenhuis naar thuis te weeg zal brengen, waardoor medisch handelen meer op de preventie gericht zal zijn met gebruikmaking van digitale netwerken en communities.

Ook businessmodellen zijn aan verandering onderhevig:

>> door de democratisering van de productietools (bv iedereen kan muziek opnemen/uitbrengen en met photoshop boeken maken etc etc);

>> door de democratisering van de distributie, is digitale content een commodity (grondstof) geworden, hetgeen veel lagere kosten voor voorraad, communicatie en transacties inhoudt;

>> vraag en aanbod komen wereldwijd zeer eenvoudig en snel bij elkaar inmiddels.

Dit leidt tot een andere focus in de modellen:

- * 'Minder van meer' focus op een groot aantal meer niche producten;

- * Gratis als een business model, groot gratis aanbod en verdienmodellen op andere combinaties;

- * Multi-sided markten. Het bijeen brengen van verschillende elkaar versterkende groepen;

- * Open business modellen, samenwerking tussen bedrijven om te delen en elkaar te versterken.

Dit zijn trends waar we allemaal mee te maken krijgen. Door hier adequaat op in te spelen, kunnen we het KVL concept een 'headstart' geven!

3. Mondiale Trends

4. IDEEVORMING ROND HET KVL TERREIN

In de afgelopen jaren zijn er veel ideeën geweest rond het hergebruik en ontwikkeling van het terrein. Soms 'losse flodders', meestal met een waardevolle bijdrage. Regelmatig gebaseerd op modellen vanuit het verleden.

Omdat de veranderingen versnelt verlopen, is het zaak om de gebaande wegen, die leiden tot verdroogde business plannen, te verlaten en ons te richten op flexibele concepten die een incasseringsvermogen hebben en veranderingen snel kunnen adapteren.

Waar het tegenwoordig om gaat, is het bijeen brengen van kansrijke segmenten met samenwerkingspotentie die zich kunnen ontplooiën en versterken, binnen een creatieve community.

Hier horen dienovereenkomstig lage instap huurniveaus met omzetafhankelijke groei bij. Unfinished design met ruimte voor creatie en 'verbindende' eigen inbreng (stimulerende imperfectie). En ook veel vrij indeelbare open werklandschappen.

Steeds zal er gevraagd worden om een hoog serviceniveau (ontzorging gebruikers), centrale aansturing en een excellente horeca-ondersteuning.



MIND MAP VAN DE IDEEEN





Werkplaats

In een authentieke omgeving passen plekken die refereren aan het collectieve geheugen. Op ambachten gebaseerde moderne werkplaatsen leggen die link en geven bijzondere mogelijkheden. Combinaties kunnen gevonden worden in museaal bezoek, rondleidingen, retail van vervaardigde producten, onderwijs, opleidingen, synergie met leisure en kleinschalige productie.

Horeca

Industriële setting met eerlijke en lokale producten. Plek voor werk&leer mogelijkheden vanuit re-integratie. Liefst in combinatie met vervaardiging van eigen, ambachtelijke producten. Dag- en avondopening. Voor B2B het bijzondere bedrijfsrestaurant, de lounge vergader-/werkplek, en borrelplek. Voor consumenten hét social meetingpoint.

Retail

Kleinere winkeltjes met daarin ruimte voor lokale en eerlijke producten. Verkoop van producten die in de werkplaatsen vervaardigd zijn of daaraan direct gerelateerd zijn. Grootschaligheid is taboe. Het MKB met betrokken eigenaar (MBO) staat voorop.

Service

Een erg ruim begrip....Hieronder valt het aanbieden van vergaderfaciliteiten, evenementen- en expositieruimte en shared facilities. Het leveren van ondersteunende diensten op allerlei niveaus. Het vervolmaken, door ontwikkelen, beheer en onderhoud van het concept en het gebouw.

Kantoor

Moderne samenwerkingsruimten in een authentieke omgeving. Ruimte voor eigen identiteit opgaand in een elkaar versterkende creatieve community. Kleinere organisaties werken samen om kennis uit verschillende disciplines te integreren. Er wordt gewerkt volgens de principes van een netwerkorganisatie. Veel vrijheden waarbij de gebruiker zich kan concentreren op z'n core-business, omdat alles er omheen verzorgd wordt. Units vanaf 20 m2 met shared facilities ook voor kortdurende termijnen.

Ontwikkelingskansen

Als concepten als deze 'op gang' zijn gekomen, dienen er zich allerlei bijzondere partijen aan die versterkende bijdragen kunnen leveren. In den beginnen bestaat er slechts een vermoeden die gedurende de looptijd altijd ruimschoots bewaarheid. Daarom ook niet alle ruimte bestemmen vanaf het begin, vrijheid houden en alert zijn op kansen om die te kunnen faciliteren.

Vernieuwend
en
aantrekkelijk
Kansrijk
en
bijzonder



Sundaymorning cq het European Ceramic Workcenter, richt zich op ontwikkeling en innovatie van keramiek in beeldende kunst, ontwerp en architectuur. Zij fungeren daarbij als artists-in-residence en centre-of-excellence. Momenteel zijn zij gevestigd in Den Bosch aan de Zuid Willemsvaart, en duidelijk op zoek naar meer ruimte. Zij hebben de ambitie om meer soortgelijke werkplaatsen te starten op het gebied van metaal, glas, textiel, papier, operazang, theater, elektronische muziek en animatiefilm. De schaalvergroting vergroot de uitstraling naar de buitenwacht. Opvallend is dat er op internationaal niveau behoefte is aan een dergelijk pionierscentrum.

Het instituut heeft het doel een verbinding te maken tussen het conceptuele (virtueel en digitaal) en het reële (tastbare). Ook werpt zij zich op als trefpunt voor bemiddelaars, musea, galeries en bedrijfsleven. Ze zijn op zoek om aansluitingen te maken met andere domeinen als gezondheidszorg, wonen, welzijn en onderwijs. En zij willen graag publiek en bedrijfsleven betrekken bij hun innovatie en vakmanschap.

Artists-in-residence kunnen 3 maanden lang 24 uur per dag, 7 dagen in de week terecht in het centrum.

Het wensbeeld van het ECW is om operationeel te hebben: 9 werkplaatsen voor de verschillende disciplines, kantoorfaciliteiten, 24 ateliers, 24 verblijfsenheden om deelnemers in de huisvesten, publieke ruimte (theater en tentoonstellingsruimte), educatieve ruimtes. Bij elkaar gaat het om een oppervlakte van 5000 tot 7000m².

ECW verwacht een 50.000 bezoekers per jaar te kunnen gaan trekken. De begroting voor hun nieuwe stap is opgesteld en is als haalbaar aangemerkt door het bestuur van de stichting. Zij willen in de loop van 2012 het besluit nemen waarheen zij zullen verhuizen (ook genoemd zijn Delft en Hembrug-Zaanstad).

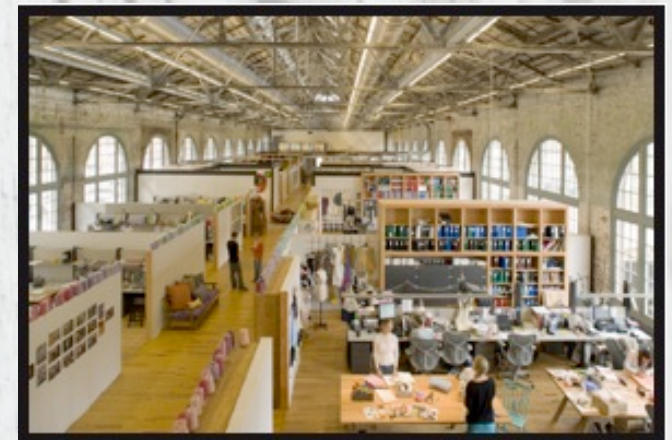


HUIS VAN DE LEISURE

Uit onderzoek blijkt dat in Brabant 11,5 miljard wordt besteed aan toerisme en vrijetijdsbesteding. Dat levert direct 96.100 arbeidsplaatsen op en nog eens 35.600 indirect. Daarmee is de Leisure bedrijfstak van grote betekenis. In Brabant en meer specifiek in Midden Brabant is alle kennis van de leisure aanwezig. De sector is echter in hoge mate versplinterd en er is behoefte aan eenduidige regie. Om de verdere professionalisering op een flexibele en constructieve wijze vorm te geven is door de organisatie Midpoint Brabant verdere integratie van de 'Triple Helix', ondernemingen, overheid en onderwijs, plus het toevoegen van ontmoetingsfunctie binnen een 'Huis van de Leisure' van belang genoemd. Een fysieke plek waarbinnen samenwerking, innovatie, van elkaar leren en het ter beschikking stellen van kennis een belangrijk gegeven is.

De ontmoetingsplek en de daaruit voortvloeiende netwerkfunctie spelen een belangrijke rol. Maar ook een plek voor symposia, lezingen, masterclasses en debatten, aangevuld met goede horeca is een grote wens. Een haalbaarheidsstudie is inmiddels positief afgerond. Veel aspecten uit de Leisure sector komen samen. Er is volgens het onderzoek behoefte aan: flexplekken, vergaderzalen, horeca, broedplaats, consultantplatform, kenniscentrum, onderwijs en bedrijfsleven liaisons, congres en symposia ruimten, kantoor leisureboulevard Midpoint Brabant, creatieve industrie crossings, regionaal bureau van toerisme etc etc.

Er wordt in de haalbaarheidsstudie met een ruimtebeslag van 2500m2 rekening gehouden.



Het Vrijetijdshuis Brabant is de marketingorganisator en de distributeur van de Vrijetijdssector in Brabant. Door de multimediale ontsluiting heeft het publiek direct toegang tot de meeste onderdelen van de Vrijetijdsindustrie in Brabant. Vanuit haar vooraanstaande positie en haar kennis op het gebied van marketingvraagstukken en onderzoek kunnen zij een versterkende rol spelen voor vele Leisure ontwikkelingen.

Zij beschikken over een sterk netwerk met partnerorganisaties als ANWB, VVV, NHTV en Radio&Televisie.

Een plek bij het Huis van de Leisure is een wederzijdse versterking.

Momenteel zijn zij in verhuisoverwegingen. Hun huidige plek in Tilburg is te duur geworden in vergelijking met hun beschikbare budgetten. Een ruimte van 450m² behoort tot de mogelijkheden. Zij willen graag snel instappen!



SERVICE BUREAU

Waar gewerkt wordt, ontstaat behoefte aan vergaderruimten, representatieruimte, koffiecorners, balie/ontvangst plekken, lunchfaciliteiten, archief, schoonmaakwerk etc.

Te doen gebruikelijk was altijd dat elk bedrijf dat voor zichzelf organiseert. Een effectief gebruik liet meestal te wensen over. Binnen het Nieuwe Werken waarbij veel meer gedacht wordt aan het delen van ruimten en diensten, past de opzet van een Servicebureau.

Het servicebureau biedt ruimte aan een groot aantal gezamenlijke faciliteiten (Shared Facilities) die ten dienste staan voor alle gebruikers van het KVL-terrein. Door faciliteiten te combineren ontstaat er een veel efficiëntere manier van ruimtegebruik. Het programmeren van gezamenlijke ruimten is een taak van het Servicebureau en heeft ook een hogere opbrengst per m2 tot gevolg.

Het Servicebureau richt zich naast ruimte ook op het aanbieden van vele diensten. Het schema geeft een impressie van de veelheid aan activiteiten.

Voorop staat dat de gebruiker binnen het concept wordt ontzorgd en zich kan richten op zijn kerntaak.

Een belangrijke taak is, dat voor alle servicediensten gebruik gemaakt wordt van re-integratie. Mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt kunnen hierdoor een zinvolle dagbesteding krijgen en een goede kans op een plek op de arbeidsmarkt. Ook zijn afspraken mogelijk met zorginstellingen om door dagbesteding mensen met een handicap te kunnen laten integreren. Inmiddels is er veel ervaring opgedaan om hiermee succesvol te kunnen beginnen.



MIND MAP SERVICE



HORECA

Horeca geeft een belangrijke toegevoegde waarde aan het concept. Wij gaan ervan uit dat de horeca binnen het concept een weergave wordt van het 'Nieuwe Denken'.

Daarbij zal het bijvoorbeeld gaan om het gebruik van lokale producten op een ecologische manier bereidt. Het zal gaan om '(h)eerlijke producten' die voor een 'eerlijke prijs' op tafel komen. Begrippen als 'minimaliseren van de CO2 footprint' zullen in de inrichting, in werkprocessen en producten een vorm moeten krijgen. Via re-integratie en zorgondersteuning zal inhoud gegeven moeten worden aan de arbeidsverdeling.

Een uitdaging is om ambachtelijke producten zelf te maken en te serveren. Te denken valt aan een koffiebrandery, broodbakkerij of bierbrouwerij, waarbij op ingetogen schaal een enorme beleavingsimpuls wordt gegeven aan het concept.

RETAIL

Voor de retail geldt: Cultuur en kwaliteit. Lokaal en lekker.

Veel meer gericht op beleving dan op inkopen. Op het bieden van toegevoegde waarde aan geïnteresseerden. Niet op prijsniveau concurrerend, maar op inhoud.

De units zullen open van structuur zijn, meer een marktformule krijgen in een unieke ambiance. Een nauwe samenwerking met de overige onderwerpen uit het KVL concept is van belang. Vooralsnog geen plek voor grotere formules, er is ruimte voor mooie MKB bedrijven die binding hebben met hun klanten.



CROSSINGS....

Vanuit de hierboven genoemde conceptpartners liggen er veel 'meerwaarde kansen'.

De werkplaatsen kunnen publieksactiviteiten ontwikkelen, producten verkopen in de retail, lezingen houden in het Auditorium, gebruik maken van de horeca, marketing activiteiten ondernemen samen met het Vrijetijdshuis, nieuwe leisure producten ontwikkelen met het 'huis voor de leisure', de vraag naar ondersteunende diensten via het servicebureau organiseren.....en nog veel meer.

Het gezamenlijk initiëren van grotere events behoort tot een 'easy pick up'. Cultuur festivals en biënnales (bv Manifesta), maar ook thema markten en muziekfestivals, kunstexposities en openlucht theater (analoog aan Parade of Oerol).

Een uitermate boeiende samenwerking die zal leiden tot een hechte community met enorm veel mogelijkheden.

manifesta



ONTWIKKELINGSKANSEN

Daarnaast zijn er ontwikkelingskansen. Wanneer het KVL concept zijn vorm krijgt, komen er allerlei partijen langs die een versterkende invloed kunnen geven.

Een paar richtingen die nu al latent aanwezig:

Het Europees Werkplaatsen Instituut (EWI) heeft behoefte aan verblijfsaccommodatie. Voor hun 24 gasten die 3 maanden actief zijn, willen zij gebruik maken van Short Stay-achtige faciliteiten op de locatie. Aangezien het KVL-Concept uitgaat van goede horeca en vele servicediensten is een ontwikkeling van Bed&Breakfast, Short Stay, Pension en Hotel niet vreemd. Aanvankelijk in een beperkte omvang (24*35m² is de wens geuit door EWI), maar later uit te bouwen (na succes) tot grotere omvang. De mogelijkheid voor de vestiging van een hotel wordt door een aantal deskundigen zelfs onderschreven. Er doen zich 'crossings' mogelijkheden voor met het bieden van serviceconcepten aan omliggende (op zorg georiënteerde) woningen.

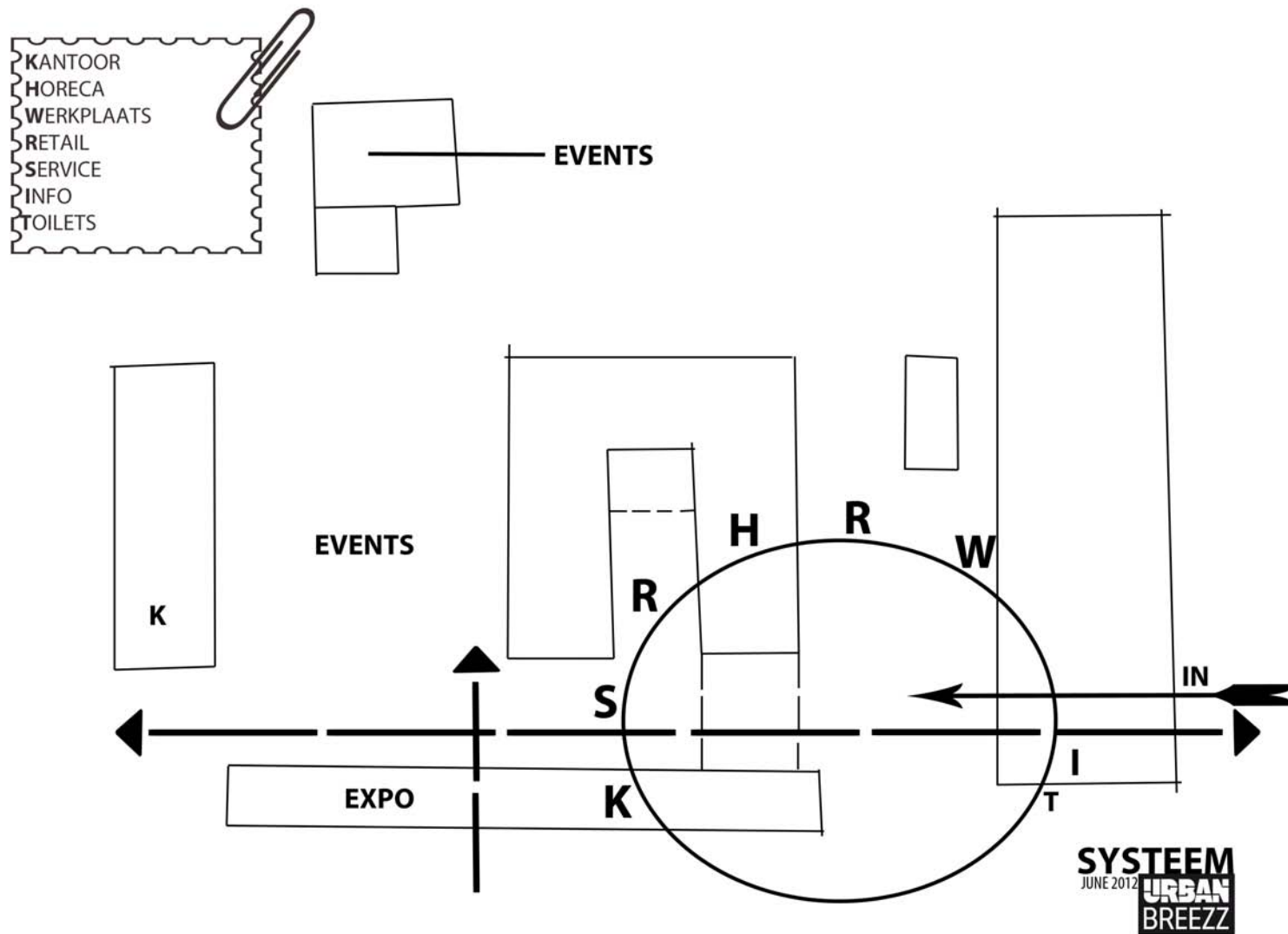
Een opkomend fenomeen (zoals reeds eerder aangeven 'van Vet naar Fit') is Leisure4health. Hierin komen zeer veel richtingen uit de zorg/medische/leisure/sportwereld samen. Allereerst is er behoefte aan denktankkracht vervolgens aan 'proef, experiment en pilot'. Om daarna succesvolle businessmodellen uit te kunnen rollen. Het KVL concept zou heel goed als een Levend Laboratorium voor die richting kunnen dienen.

De historie van de KVL ligt in de leerindustrie. Een natuurproduct dat vele toepassingen kent. Nog lang niet alle gebruiksmogelijkheden van dit materiaal zijn uitgedacht. In de wereld is van een veranderende focus sprake, waarbij materialen een duurzaamheidslag ondergaan en er allerlei nieuwe typen van gebruik ontdekt worden. In de wereld van het leer is hier nog maar zeer beperkt sprake van. Ook een Levend laboratorium op dit vlak behoort tot de kansrijke ontwikkelingsrichtingen voor KVL.

Als de eerder genoemde 'crossovers' een succes worden, is er meer event/exporuimte nodig voor grootschaligere activiteiten. Wellicht niet permanent, maar wel snel en eenvoudig realiseerbaar.

Een potentie ligt er in ieder geval!

HET KVL CONCEPT OP DE LOCATIE



Organische groei is de basis voor moderne op interactie gebaseerde concepten. Het project zal groeien in de richting van het licht, de 'stip op de horizon'. Echter hoe de stam zich ontwikkelt en welke zijtakken er aan komen, baseren we nu nog op ervaring, inzicht en vermoedens. Gedurende een periode van 5 jaar zal er een goede basis ontstaan die het fundament zal vormen voor verdere doorgroei.

We hebben het KVL concept met haar uitgangspunten op het terrein gelegd en passend gemaakt. Twee perioden hebben we geïdentificeerd, Fase I tot 2,5jr en Fase II tot 5jr.

Aangezien er een saneringsproject voor bodem en asbest loopt via de gemeente, zullen de gebouwen pas in het najaar van 2013 beschikbaar komen. Tot dat moment zal het KVL concept verder volmaakt worden, de contracten vorm krijgen, de marketing en communicatie opgestart worden, de re-integratie partij langszij komen etc etc.

Het liefst starten we 'Bottum Up' met het maken van de plek (placemaking) per direct. Er zijn hiervoor een aantal mogelijkheden.

In het gebouw van de Stoommachine is de horecaondernemer 'de Leerfabriek' actief. Hij heeft een contract voor 5 jaar met de gemeente afgesloten tot exploitatie van een multifunctionele ruimte en de provincie respecteert deze. Op deze plek kunnen verdere activiteiten worden vormgegeven. Van belang is dat met 'de Leerfabriek' duidelijke afspraken worden gemaakt omtrent de wederzijdse versterking (Leerfabriek en KVL concept), marketing, communicatie, veiligheid en overlast.

Het kantoorgebouw (gebouw 28) wordt momenteel door anti-kraak beheerd. Dit gebouw heeft een beperkte asbest sanering te ondergaan en is voorzien van kantoorplekken met karakter, omdat de voormalige directie daar resideerde. Op een relatief korte termijn zou hierin het Vrijetijdshuis Brabant een plek kunnen krijgen, omdat zij het liefst voor 1 januari 2013 weg willen uit hun huidige omgeving. De begane grond beslaat een 800m² en derhalve groot genoeg om naast het Vrijetijdshuis diverse kwartiermakersfuncties te kunnen herbergen, zoals bv Projectbureau Erfgoed en KVL uitvoeringsorganisatie.

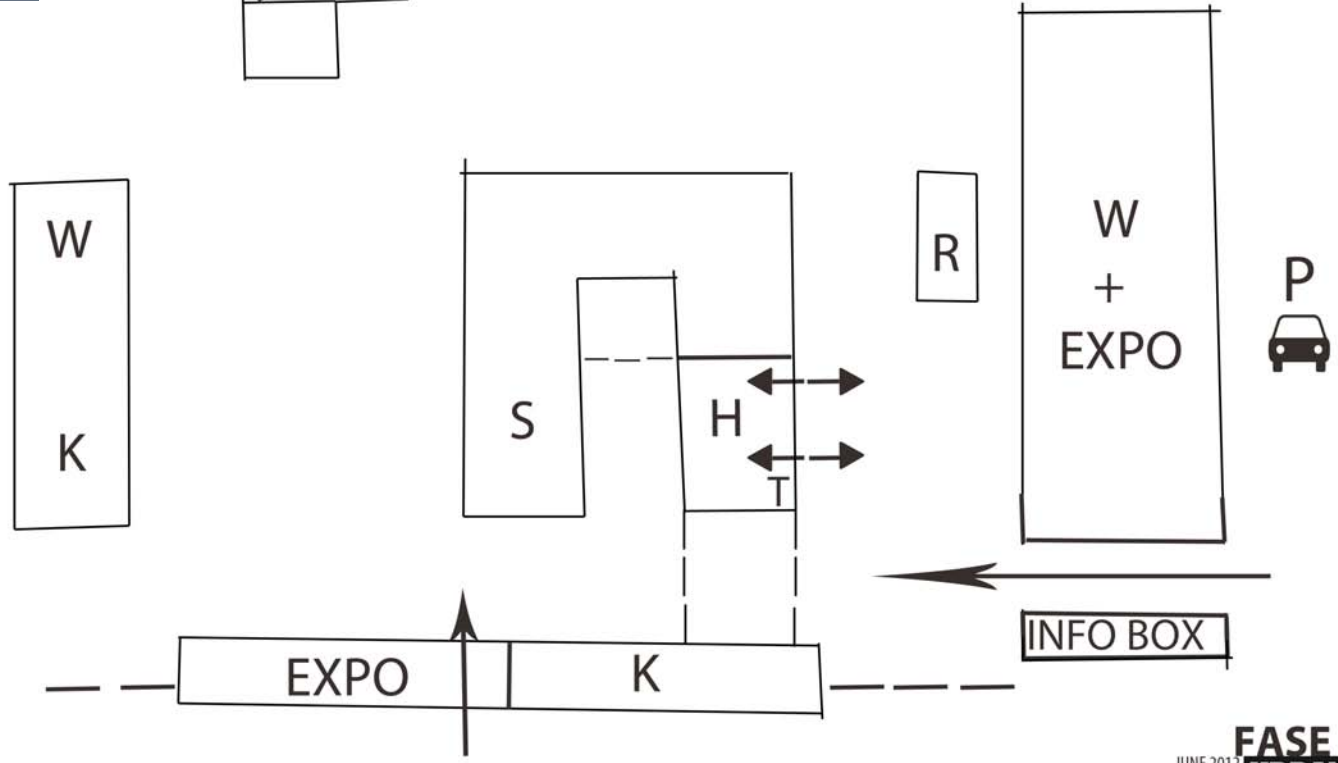
Er zal direct synergie kunnen ontstaan, omdat er voor de placemaking, 'leven' op de plek nodig is. Ook is er het nodige marketing en communicatie werk te verrichten voor het KVL concept hetgeen een core business is van het Vrijetijdshuis.

Wanneer de sanering afgerond is, kunnen we doorontwikkelen conform model Fase I, zoals weergegeven in het schema op de volgende pagina.





FASE I (TOT 2,5 JR)



FASE 1

Fase I kenmerkt zich door het plaats bieden aan de early adopters. Het beeld is in de rauwheid van het verleden nieuw leven laten ontstaan. De gebouwen zijn veilig (geen asbest/valgaten/ losse dakdelen etc) en schoon. Ze stralen de authenticiteit van het verleden uit. Dus geen pluche vloerbedekking, afgezonderde kamertjes of 'goud' omrande tegeltjes in de toiletten. Functioneel en authentiek.

De toegang KVL zal vanuit het oosten plaatsvinden. De gemeente is voornemens aan die zijde parkeergelegenheid aan te leggen en de voor de verdere ontsluiting zorg te dragen. Wij stellen voor een toegang niet door gebouw 3 de Schaverij, maar door gebouw 2 de Ververij te laten plaatsvinden. Dit gebouw leent er zich voor om tot een ludieke en spannende toegang om gevormd te worden. Het is een monument, ontwikkelingen zoals voorgesteld, kunnen zorgdragen voor een passende functie en behoud. Door de toegang ontstaat een ruimte aan de zuidkant in gebouw 2 die we als INFO BOX inrichten en de mogelijkheid tot een 1^e EXPO ruimte voor EWI aan de Noordzijde in gebouw 2. De toegang komt uit op een centraal gelegen ontvangstplein bij het monument van KVL en er ontstaat zo ook een belangrijke zichtlijn door de poort van Oostvleugel.

In gebouw 9 (U-gebouw) komt op de begane grond de horeca en vinden we ruimte voor vergaderen in het (eenvoudige) auditorium. In het kantoorgebouw zitten de kwartiermakers en is een ruimte beschikbaar voor exposities/galeries. De eerste retail kan zich vestigen dicht tegen de werkplaatsen aan om de synergie te bewerkstelligen. De lakfabriek (gebouw 32) nodigt in deze fase uit voor werkruimten in ateliervorm en in het ketelhuis (gebouw 15) vinden de grotere evenementen plaats.



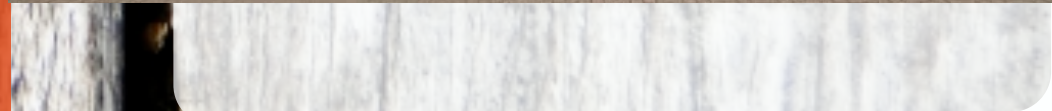


WERKPLAATS



KANTOOR

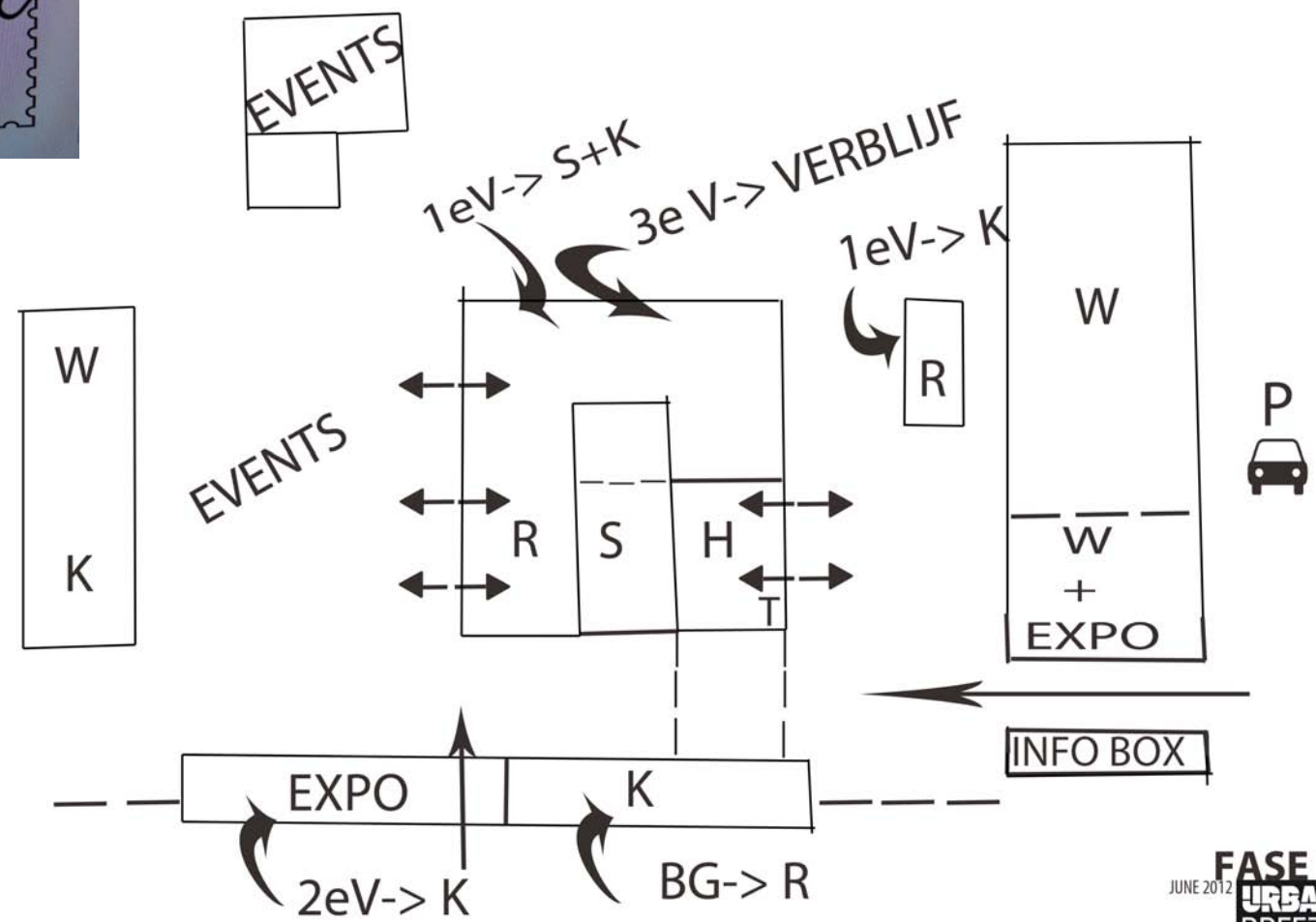
EXPO







FASE II (TOT 5 JR)



FASE II

De vervolmaking komt in Fase II.

Met de publieksfuncties rond het 'denkbeeldige plein' gaan de backoffice plekken verder van de begane grond weg meer naar boven in de gebouwen.

Bij de werkplaatsen liggen intussen de meer open plekken nabij de ingang (plafondhoogte is daar ideaal) en de ateliers meer achter in het gebouw.

De binnenplaats van het U-gebouw is inmiddels overkapt en heeft een belangrijke ontmoetingsfunctie gekregen. Het auditorium en de vergaderfaciliteiten zijn meer verspreid over het gebied. De begane grond van het U-gebouw wordt nu voor een groot deel vrij gemaakt voor retailfuncties. Een aandachtspunt is; hoe de connectie ontstaat tussen het U-gebouw en haar omgeving, zoals evenementen plek (pit). De leefbaarheid van het terrein met monumentale bomen wordt pas echt sterk, wanneer die connectie er fysiek is (openingen in de gevel). De 3^e verdieping zou ingericht kunnen worden voor de verblijfsfunctie. De afmetingen van het gebouw leent zich voor hotelaccommodatie.

Ook de begane grond van het kantoorgebouw zou, wanneer er voldoende animo is, een retailfunctie kunnen krijgen. Waarbij dan de kantoren hoger in het gebouw terecht komen. Doordat de beleving van het gebied in deze fase al sterk is, kan dit zonder moeite worden uitgevoerd. Rond deze tijd is het nodig een juiste afweging te maken m.b.t. de functie van de lakfabriek, ketelhuis en pit. De plek leent zich er goed voor om Mediterrane beelden op te roepen van pleinen met kapitale bomen erop die een sterke verbindende functie hebben. Ook woonfuncties aan het plein zijn natuurlijk mogelijk.





7. KVL CONCEPT BUSINESS MODEL

Het KVL business model is gebaseerd op het bieden van een uniek werklandschap waarin ruimte is voor experiment en flexibiliteit. Het verdienmodel bestaat uit:

- het verhuren van kantoor/werkplaats/winkel/horeca ruimten
- het verhuren van vergader/symposia/expositie ruimten
- het leveren van diensten
- het organiseren van evenementen
- het verkopen van producten
- het verkopen van licenties

Het business model richt zich op veel verschillende opbrengst segmenten, waarbij de opbrengst per segment in het begin niet groot is. We kiezen er voor om met lage huren etc. te beginnen zodat er direct deelnemers zijn en de cash flow op gang komt.

Flexibele en omzetafhankelijke contracten hebben de voorkeur. In de loop van de fasen zal het niveau naar boven bijgesteld worden, wanneer het concept zich bewijst en het ook goed gaat met de deelnemers/participanten.



Opbrengsten voor het KVL terrein

	standaard m2opbrengst	standaard BAR	fase 1	fase 2	fase1 m2	fase 2 m2	opbrengst fase 1	opbrengst fase 2
Kantoren	€130,00	9,0%	€75,00	€110,00	2500	5000	€187.500,00	€550.000,00
Retail	€160,00	6,9%	€80,00	€120,00	1500	2500	€120.000,00	€300.000,00
Horeca	€160,00	6,9%	€80,00	€120,00	500	1000	€40.000,00	€120.000,00
Cultuur	€100,00	6,9%	€50,00	€85,00		1000	€0,00	€85.000,00
Wonen	€120,00	5,5%	€75,00	€100,00			€0,00	€0,00
Service	€100,00	5,5%	€50,00	€85,00	1500	3000	€75.000,00	€255.000,00
Werkplaats	€100,00	8,0%	€50,00	€80,00	5000	7000	€250.000,00	€560.000,00
Expo ruimte	€100,00	7,0%	€50,00	€80,00	500	1000	€25.000,00	€80.000,00
Verblijfsacco	€160,00	6,9%	€75,00	€120,00		2500	€0,00	€300.000,00
					11500	23000	€697.500,00	€2.250.000,00

INVESTERINGSKOSTEN

Om de gebouwen in gebruik te nemen, zullen er werkzaamheden moeten worden uitgevoerd.

Allereerst moeten veiligheidsmaatregelen genomen worden. Asbest vrij, en geen gevaarlijke situaties mogen er ontstaan. Deze werkzaamheden zullen gedeeltelijk door de gemeente worden uitgevoerd (asbest sanering) en zullen na september 2013 gereed zijn.

Vervolgens moet er een zeer grondige schoonmaak plaatsvinden. Met de inzet van re-integratie kunnen we dit voor een fors deel in eigen beheer oplossen. Voor het gangbaar maken van toiletten, liften, deuren, het water/winddicht maken en het repareren van de elektrische installatie zal een regulier aannemingsbedrijf worden ingezet.

Er heeft nog geen bouwkundige rapportage plaatsgevonden. We hebben alleen een vermoeden welke aanpassingen en renovaties uitgevoerd moeten worden. Een externe adviseur is momenteel bezig op basis van renovatie een onderzoek uit te voeren.

Er is een methode om op basis van de huuropbrengsten in te schatten welke budgetten je zou kunnen aanwenden voor de technische aanpassing van het gebouw.

De methode gebaseerd op het Bruto Aanvang Rendement (BAR) is vaak gehanteerd en geeft voor de 5 hoofdbestanddelen van het KVL concept de volgende cijfers.



Investeringsbudget voor het KVL terrein
op basis van BAR prognose

	standaard	prognose BAR	voor KVL fase 1	voor KVL fase 2	m2 fase 1	m2 fase 2	investeringsbudget fase 1	investeringsbudget fase 2
Kantoren	€130,00	9,0%	€75,00	€110,00	2500	5000	€2.083.333,33	€6.111.111,11
Retail	€160,00	6,9%	€80,00	€120,00	1500	2500	€1.739.130,43	€4.347.826,09
Horeca	€160,00	6,9%	€80,00	€120,00	500	1000	€579.710,14	€1.739.130,43
Cultuur	€100,00	6,9%	€50,00	€85,00		1000	€0,00	€1.231.884,06
Wonen	€120,00	5,5%	€75,00	€100,00			€0,00	€0,00
Service	€100,00	5,5%	€50,00	€85,00	1500	3000	€1.363.636,36	€4.636.363,64
Werkplaats	€100,00	8,0%	€50,00	€80,00	5000	7000	€3.125.000,00	€7.000.000,00
Expo ruimte	€100,00	7,0%	€50,00	€80,00	500	1000	€357.142,86	€1.142.857,14
Verblijfsacco	€160,00	6,9%	€75,00	€120,00		2500	€0,00	€4.347.826,09
					11500	23000	€9.247.953,13	€30.556.998,56

8. ORGANISATIE

Er dienen zich inmiddels een aantal samenwerkingspartners aan. Partijen die geloven in het concept en de meerwaarde die ontstaat. Die meerwaarde ontstaat alleen wanneer alle partijen betrokken blijven en zich blijven inzetten voor het concept. Regelmatig zullen afstemmomenten ontstaan waarbij bijvoorbeeld de vrijheid van een gebruiker beïnvloed wordt door een nieuwkomer. Om een juiste afweging te maken en het principe van 'value for many' hoog te houden, is het instellen van een onafhankelijke exploitatiemaatschappij (EM) een waarborg.

Deze EM verhuurt voor de eigenaar de ruimten, stuurt het servicebureau aan, programmeert de ruimten, organiseert evenementen, weegt belangen af, geeft de marketing en communicatie de juiste impuls, ontwikkelt het KVL concept verder uit, onderhoudt alle huurders contacten en contracten etc etc.

Maar vooral is de EM het 'gezicht' van de KVL en heet iedereen op elk moment van de dag welkom en biedt een kop koffie aan!

Een EM kan een juridisch onafhankelijke status krijgen van een stichting, maar kan ook een meer ondernemingsgezinde vorm krijgen in de vorm van CV of BV.

De juiste delegatie van bevoegdheden maakt het sturen binnen de EM mogelijk. Binnen de EM zijn een aantal functies nodig.

Een Planmaster die leiding geeft, verantwoordelijk is voor het programmeren, de contracten, de afstemming met de omgeving en de Storyteller en verbinder is van het KVL concept.

Een operationeel manager die alle uitvoerende zaken coördineert en leiding geeft aan het servicebureau.

Een marketing communicatie medewerker die op alle denkbare communicatie kanalen uitzendt, de basis is voor social media content, huurders gesprekken heeft, evenementen organiseert en de look & feel van het concept in de gaten houdt.

En administratieve ondersteuning, voor rapportages en contractbewaking. Er lopen veel contracten als het KVL concept straks volop in bedrijf is. Zeker omdat er een hoge mate van flexibiliteit nodig is, vraagt dit om continue administratieve vastlegging.

De EM ontvangt, beheert en geeft alle gelden uit voor het concept en draagt af aan de eigenaar conform een afgesproken timing. Als zekerheid worden alle huur/gebruikscontracten verpand naar de eigenaar en voert de EM een transparante boekhouding.

Strong....

Authentieke monumentale omgeving

KVL historie

Een impuls voor de 'Agenda van Brabant'

Samenwerkingspartners met flinke potentie

Nabij centrum Oisterwijk

Weak....

Authentieke leer ambachtswerk en schoenen
naar Waalwijk

De technische situatie van de gebouwen

De provincie heeft dit soort ontwikkelingen niet
eerder bij de hand gehad

Door saneringen vindt start 'placemaking' pas
eind 2013 plaats

Oppertunities

Authentieke en monumentale gebouwen erg interessant
voor Nieuwe Economie

Gunstige ontwikkeling van huurprijsniveau als het KVL
concept een fenomeen wordt

Bezoekers aantallen van meer dan 50.000/jaar

De 'door-ontwikkeling' van het KVL concept biedt vele
kansen

Threads....

Sanering en planning

Marktvertrouwen is momenteel niet positief gestemd in
het algemeen

Kunnen we voldoende tempo maken om de beoogde
samenwerkingspartijen aan boord te houden.

Samenwerking Provincie – Gemeente is op deze manier erg
vernieuwend. Blijven zijn gebonden?

*Hoe bouw je een
fenomeen?*

*Door te verbinden
Door je in dienst te
stellen van het
concept*

*Door continue uit te
zenden op alle M&C
kanalen*

*Door niet voor het
snelle geld te gaan*

*Door grote
maatschappelijke
betrokkenheid*

*Door zuiver, eerlijk en
transparant te zijn*

KM concept

De ambachtsplaats voor creativiTijd

*“Niet aflatende zorg voor de
kwaliteit in al haar aspecten
zal de KVL en haar
medewerkers in het jaar 2016,
bij het 100jarig bestaan weer
de wereldfaam geven die hen
toekomt”*

1991 bij het 75jarig jubileum