

## In de praktijk

## Coworking, de latrelatie van de thuiswerkers

| Gezamenlijke werkplekken doorbreken isolement | Groeiend aanbod in Europa

ACHTERGROND  
BERT VOET

Vanuit je eigen huis werken. Het klinkt aantrekkelijk voor wie dagelijks de files trotseert, maar doorgewinterde freelancers en ondernemers weten dat het niet zaligmakend is. Met coworking, een prille hype, voorkomen ze het dreigende isolement. Coworkingruimtes bieden een kantoor zonder hoge kosten. Ze willen vooral een broedplaats zijn.

Een frivool ingerichte voormalige chocolade-fabriek in Elsene: tafels, stoelen, draadloos internet, fax, koffiemachine. De sfeer is energiek, internationaal en tegelijk wat anarchistisch. Dit is The Hub Brussels, een plek ingericht voor coworking. Het idee erachter is eenvoudig: ondernemers, freelancers of digitale nomaden een werkplek bieden waar ze voor enkele uren niet in hun eentje thuis in een kamertje zitten.

Je eigen baas zijn of losse opdrachten uitvoeren van thuis uit en geholpen door technologie, klinkt super. Maar als je niet oplet, wordt het een bijzonder eenzaam bestaan. 'Mensen die geen klassieke werkomgeving willen, eindigen vaak thuis. Maar daar gaat je concentratie, productiviteit en creativiteit dikwijls naar de haaien. En je ontbeert sociaal contact', verwoordt de Nederlandse Dave Ruzius het.

Ruzius is een overtuigde coworker. Onlangs zakte hij naar Brussel af voor de eerste Europese conferentie over coworking, in The Hub Brussels, dat net een jaar bestaat. De conferentie lokte enthousiaste gebruikers, maar ook ondernemende geesten die zelf een coworkingruimte willen inrichten in binnen- of buitenland. Onder hen Frederik Denkens, die begin oktober Aspace oprichtte in Antwerpen. 'Het gaat om veel meer dan een werkplek huren. Het is een uitvalsbasis voor een netwerk dat dynamiek genereert. Je hebt de voordelen van collega's zonder dat je er de nadelen bij moet nemen.'

**Je hebt de voordelen van collega's zonder dat je er de nadelen bij moet nemen.**

FREDERIK DENKENS,  
oprichter Aspace Antwerpen

Het idee stamt uit 2005, en een jaar later richtten Brad Neuberg, Chris Messina en Tara Hunt in San Francisco The Hat Factory op. Het principe is natuurlijk veel ouder: artiestengemeenschappen in Parijs deden aan het begin van



The Hub Brussels was de eerste coworkingruimte in ons land.

de vorige eeuw in essentie hetzelfde. 'De huidige enorme groei is aangevoerd doordat mensen zoiets nodig hebben', zegt Jacob Sayles, die in 2007 Office Nomads opstartte in Seattle, en straks een tweede vestiging opent. 'De ondernemer behoudt zijn individualiteit zonder in isolement te vervallen.' Hij bevroeg zelf zijn leden: 40 procent komt omdat ze zich geïsoleerd voelden, evenveel om productiever te werken, en 7 procent om te netwerken. 'Iedereen denkt dat thuiswerken ideaal is. Tot je het doet. Sommigen worden gek als ze niemand hebben om mee te praten', zegt Sayles.

Enkele voorbeelden van de groei: in Zuid-Korea plant de overheid om 500 coworkingruimtes in te richten, met technologische steun van Cisco. In Europa zijn er volgens het Engelse onderzoeksbureau Tech42 al zowat 120 ruimtes - twee jaar geleden waren dat er 48. De meeste hebben minder dan twintig werkplekken, al zijn er ook meer dan honderd. Berlijn heeft al tien coworkingruimtes, samen goed voor 400 mensen. Parijs telt er twaalf.

Zowat driekwart van de ruimtes wordt commercieel gerund, andere noemen zich non-profit of publiek. Ook opmerkelijk: 13 procent van de leden heeft onderling ooit al een project opgestart. De informatici, consultants, architecten, bloggers, designers, art directors, copywriters en journalisten die er samenzitten om te werken, wisselen ideeën uit of doen zaken.

## UNIEK

Elke ruimte voor coworking is uniek, afhankelijk van de mensen die erachter zitten. The Hub Brussels is nogal geënt op duurzaam ondernemen. 'Hier begon het met vier oprichters die hun contacten bijeengooiden, waarna architecten en designers lid werden', vertelt Antoine Van den Bogaert. 'The Hub Brussels maakt deel uit van het Hub-netwerk, dat in 2005 startte in Londen en inmiddels in 24 steden loopt.' The Hub Brussels is een coöperatieve met 55 eigenaars - alle leden kunnen een aandeel kopen. 'Er zijn nu zowat 150 leden, het doel is 200 tot 250', zegt Van den Bogaert.

De meerderheid van de coworkingruimtes werkt met lidgeld en bijdragen voor evenementen. In The Hub Brussels kost 25 uur komen werken per maand 85 euro, 50 uur kost 150 euro en voor 100 uur betaal je 225 euro. Een onbeperkt lidmaatschap met enkele extra diensten komt op 300 euro. Frederik Denkens hanteert in Antwerpen drie formules, van 60 tot 295 euro per maand. Voor die laatste som mag je ook een vaste werkplek kiezen en krijg

je een sleutel voor 's nachts. 'De aanzet was eigenlijk dat ik een groter pand zocht voor mijn eigen webhostbedrijf', vertelt hij. 'We werken nu met z'n vieren maar ik neem ook freelancers aan. Ik wilde een plek waar ik zelf graag werk en kan netwerken, en eigenlijk wilde ik ook iets voor Antwerpen doen. Met 300 m<sup>2</sup> is er plaats voor twintig mensen, en ik wil dertig tot 35 leden. We draaien ongeveer break even, maar er zijn nog investeringen te doen. Als commercieel project geloof ik er niet in. Ik wil vooral een gemeenschap vormen, een oprechte beweging. De droom is dat die zelf de regels bepaalt. Op termijn wordt het wellicht een vzw. In het coworkingmilieu zie je vooral mensen die de oude economie wat moe zijn.'

## DIGITALE HIPPIE

Sociaal ondernemerschap, zo zien ze het haast allemaal. Coworkers spreken graag over hoe ze de wereld beter gaan maken. De laptopondernemer lijkt een digitale hippie. Het maakt meteen ook het grote verschil met business centers duidelijk: daar staat de kantoorruimte centraal, bij coworking is dat de gemeenschap van kenniswerkers en creatieven. Het

is sociale innovatie, een beetje volgens de open source-filosofie.

Dave Ruzius van The Works gaat het verst in de gemeenschapsgedachte. In Praag organiseert hij geregeld jelly's: coworkingsessies in koffiehuisen, museumcafés of galeriën. 'Een tafel, een stoel en wifi, meer heb je niet nodig. Ik geloof niet in de nood aan een vaste ruimte. Al te vaak ligt daar te veel nadruk op. Je kan net zo goed op verschillende plaatsen werken, als je maar een sterke community hebt.'

**Door ondernemende mensen samen te voegen, kan je business creëren.**

DAVE RUZIUS,  
initiatiefnemer The Works

'De ruimtes op zich vormen ook geen business. Die moeten vooral goedkoop zijn, want het jonge doelpubliek heeft niet veel geld. En een tafel verhuren is geen business runnen maar een clubhuis uitbaten', zegt Ruzius. 'Maar door ondernemende mensen samen te voegen kan je wel business creëren.'

Ruzius' doel is dagelijks jelly's te organiseren. 'Na de Verenigde Staten groeit coworking nu in West-Europa. Het is een beweging met vijf pijlers: openheid, samenwerking, gemeenschap, duurzaamheid en toegankelijkheid. Die komen overeen met de karaktereigenschappen van de mensen die eraan meedoen.'

## Plato-coaches bewijzen hun nut

| Klankbord voor startende ondernemers

KARIN EECKHOUT

Wie een beginnende onderneming leidt, heeft meestal geen managementteam om op terug te vallen. Nochtans heb je net in die fase nood aan een klankbord. Organisaties als Voka en SPK proberen die leemte al 15 jaar op te vullen met Plato-coaches. En dat lukt aardig.

Bij een Plato-project wordt een groep van tien tot 15 kmo's een jaar begeleid door twee of drie meters/peters. Dat zijn ondernemers of kaderleden uit grotere bedrijven. De Plato-groep komt één keer per maand samen om een thema te behandelen, zoals productie, logistiek, transport, marketing en financiering. De Plato-deelnemers kunnen met al hun vragen terecht bij hun coaches, die hun ervaring, kennis en netwerk ter beschikking stellen.

Volgens de organisatoren levert Plato voor starters veel voordelen op. Een studie van de Universiteit Antwerpen geeft aan dat Plato-deelnemers een betere liquiditeit, een lagere schuldgraad, een grotere financiële onafhankelijkheid en vooral een toegenomen rendabiliteit kunnen voorleggen. En ook de deelnemers zijn enthousiast.

Boris Schipper van het modelabel Schipper/Arques nam twee jaar geleden deel aan Plato Mode, een project van Voka - Kamer van Koophandel Antwerpen-Waasland en het Flanders Fashion Institute. 'Sinds onze deelname zitten de aanvragen om ons label te mogen verkopen in de lift', zegt hij.

Samen met zijn zakenpartner Tomas Pedrosa Arques runde Boris Schipper vóór zijn deelname aan Plato al Art of Vanity, een label met vooral artiesten- en avondkleding. Toen de twee ook een lijn van dameskleding op de markt wilden brengen, besloten ze dat onder een nieuw label te doen.

'Met Art of Vanity was alles spontaan gegroeid. Maar met Schipper/Arques wilden we niets aan het toeval overlaten. Zo zijn we bij Plato terechtgekomen. Daar hadden we het geluk te worden bijgestaan door Anne Chapelle, het zakelijk brein achter

modeontwerpster Ann Demeulemeester', vertelt Schippers.

'Op een aantal punten bleek dat wat we instinctmatig deden niet zo slecht was, waaronder onze beslissing om ondanks het veel hogere prijskaartje uitsluitend in België te produceren. Die bevestiging was goed voor ons zelfvertrouwen. Ook onze keuze om uitsluitend met freelancers te werken, was de juiste, wisten we na de sessie over personeelszaken.'

## DE BOER OP

'Op andere punten bleek dat we nog veel te leren hadden. Neem nu de verkoop: die had ik nooit zelf gedaan. Omdat ik mezelf geen goede verkoper vond, maar vooral omdat wij dachten dat het onprofessioneel over-

kwam als ik zelf de boer op zou gaan met mijn ontwerpen. Tijdens een van de Plato-sessies kwamen we erachter dat dat net erg geapprecieerd wordt in de sector.'

'Ik durf nu ook veel meer, dankzij de verhalen van Anne Chapelle. Zij vertelde hoe ze in haar beginperiode winkels benaderde: ze ging op het trottoir zitten wachten tot de eigenaar kwam. Als zij zich daar niet te goed voor voelde, waarom zouden wij het dan niet op die manier proberen?'

'Ook nieuw voor ons was dat je met transportfirma's kan onderhandelen over de prijs. Tot dan hadden wij altijd braaf betaald wat ze ons aanrekenden. Ook tijdens de sessie over export heb ik met flapperende oren zitten luisteren. Ik wist wel dat de Verenigde Staten hun markt goed afschermen, maar dat elke kippenpluim of elk piepklein stukje leer in je kledingstuk perfect traceerbaar moet zijn, daar had ik geen idee van.'

## LANGE TERMIJN

'Steeds meer winkels willen ons label verkopen. Maar we gaan alleen in zee met de 'juiste'. Want ook dat hebben we dankzij Plato geleerd: dat je een langtermijnplan moet hebben, en dat je elke beslissing in functie daarvan moet nemen.'

Schipper/Arques is intussen te koop in exclusieve boetieks in het Verenigd Koninkrijk, Spanje, Zwitserland en Oostenrijk. In eigen land voorlopig nog niet. 'We mikken op twee bepaalde winkels. We hopen dat ze een dezer dagen toehappen.'



## RECHTUIT FAMILIEBEDRIJF

JOZEF LIEVENS

## Governance is goed voor de nachtrust



In deze rubriek bespreekt een expert actuele juridische thema's. Vandaag is dat Jozef Lievens, gedelegeerd bestuurder van het Instituut voor het Familiebedrijf en advocaat-vennoot bij Eubelius.

Waarvan ligt een familiale ondernemer wakker? Die vraag stond centraal in een recent onderzoek van professor Johan Lambrecht (HUBrussel). Hij voerde het uit in opdracht van het Instituut de l'Entreprise Familiale, de Waalse tegenhanger van het Instituut voor het Familiebedrijf.

Met stip op één staat het vinden van personeel. Net als in Vlaanderen is dat blijkbaar een erg heikel punt voor de Waalse familiebedrijven. In tweede instantie voelt de ondernemer zich erg eenzaam. Ook dat thema is bekend. Ondernemers zijn erg op zichzelf aangewezen om belangrijke beslissingen te nemen. Sommigen missen op chronische wijze een klankbord. Bovendien voel-

den ze zich soms te beroerd om toe te geven dat ze niet voor alles een oplossing hebben, wat hen nog meer isoleert.

Vervolgens is de familiale ondernemer bezorgd omdat het beloofde werk niet op tijd klaar zal zijn. Het verband met de eerste oorzaak ligt voor de hand: de personeelskrachte heeft tot gevolg

dat vaak tot het uiterste moet worden gegaan om de deadlines te halen.

Op de vierde plaats komt overwerk. Ook hier is de link met de vorige oorzaken duidelijk. Ten slotte laat de ondernemer zijn nachtrust omdat hij vreest dat zijn klanten niet zullen betalen.

Het is interessant vast te stel-

len dat de ondernemers blijkbaar veel minder wakker liggen van opvolging en andere familie thema's, hoewel een op de vijf in de komende jaren zijn opvolging zal moeten regelen.

Dat alles heeft een negatieve invloed op de gezondheid van de familiale ondernemers. Voor 39 procent is constante zenuw-

achtigheid een groot probleem. 36 procent heeft slaapproblemen en 27 procent voelt zich de hele dag vermoeid. 28 procent klaagt over rugproblemen.

Hoe pakken ondernemers die ongemakken aan? 55 procent zegt dat een doorgedreven delegatie van werk aan medewerkers de oplossing is. Daarnaast probeert 52 procent aan sport te doen om het hoofd te bieden aan de lichamelijke problemen. 33 procent zoekt zijn heil in een betere planning en een efficiënter time-management.

Volgens het empirisch onderzoek van professor Lambrecht is er voor familiale ondernemers echter nog een andere methode om hun zorgen te pakken. Ze be-

staat erin dat de ondernemers een meer doorgedreven beroep doen op derden. Dat kan een vertrouwenspersoon zijn, met wie ze op regelmatige tijdstippen van gedachten wisselen. De ondernemer gaat nog verder wanneer hij een raad van advies installeert, die als een klankbord kan formuleren. Unizo heeft een uitstekende handleiding voor de raad van advies beschikbaar.

Ten slotte kan de familiale ondernemer ervoor kiezen externe bestuurders in zijn raad van bestuur te benoemen, zodat de raad van bestuur een structureel klankbord wordt waar de ondernemer met zijn zorgen terecht kan. Zo wordt governance goed voor de nachtrust.