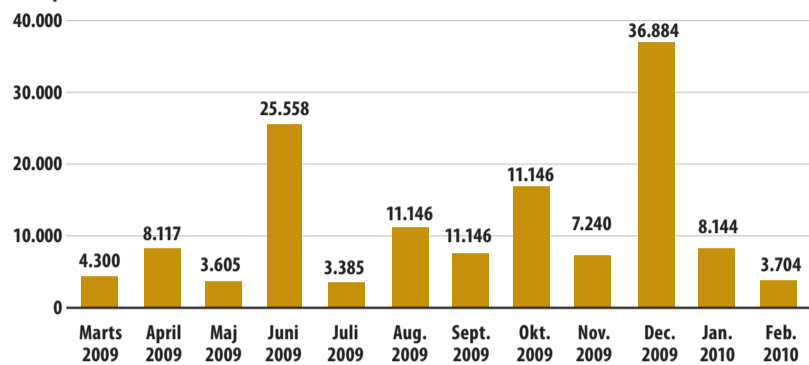


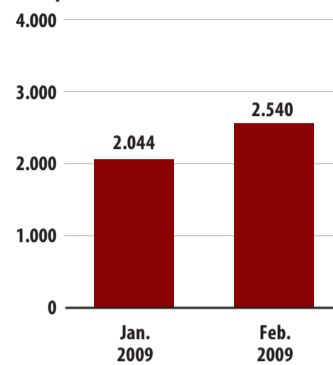
Planlagte byggerier 12 mdr. frem

Totalpris i mio. kr.

CRM
BYGGEFAKTAInformationerne er leveret af CRM - Byggefakta A/S www.byggefakta.dk

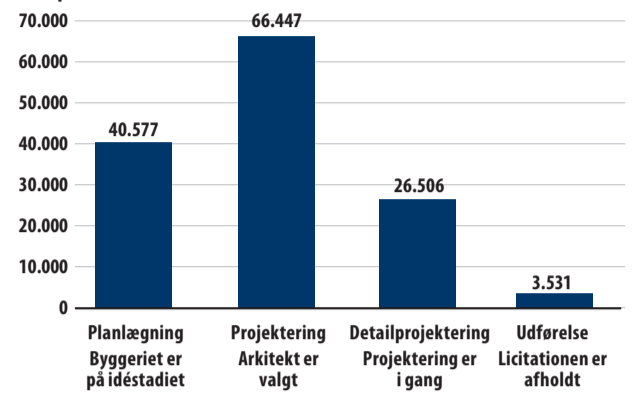
Igangsatte byggerier 2009

Totalpris i mio. kr.



Planlagte byggerier fordelt på stadier 12 mdr. frem

Totalpris i mio. kr.



BERLINGSKE TIDENDE GRAFIK / IDA JERICHOW

Prisbevidste kunder vil ind på kontorhoteller

Krisen får virksomhederne til at efterspørge fleksibilitet, når de søger lokaler. Det giver tilstrømning til kontorhotellerne. Men det er kræsne og prisbevidste kunder, og mange af dem ender med at springe fra.

Af Sten Thorup Kristensen

Det er med store forhåbninger for fremtiden, at FirstClients mellem oktober i år og april næste år etablerer sig med tre nye kontorhoteller i hovedstadsområdet. Det helt nye selskab har nemlig etableret sig i flere østeuropæiske lande, og her har man oplevet, at finanskrisen ikke svækker, men styrker branchen. Det var i hvert fald tilfældet i Warszawa, hvor man åbnede i november.

»Normalt tager det omkring ni måneder at opnå en belægning på 80 procent af nye centre. FirstClients opnåede en belægning på næsten 100 procent på mindre end to måneder, hvilket er helt enestående i en tid, hvor krisen kradser de fleste andre ste-

der,« siger administrerende direktør Kenneth Ohlendorff.

»Mange virksomheder er usikre på markedet og fremtiden. Derfor prøver de fleste at undgå ufleksible og langsigtede lejekontrakter og store investeringer i møblement og andet udstyr. Flexibilitet og lave startomkostninger er nøgleordene i øjeblikket,« uddyber Kenneth Ohlendorff, der i grundtræk forudsiger det samme billede herhjemme.

»Dynamikken omkring finanskrisen er den samme i Danmark som i udlandet. Der er pres på prisen, men det er ikke svært at få erhvervscentre fyldt op,« siger han og understreger i samme åndedrag, at det ikke er sådan, at han decideret foretrækker det nuværende marked frem for et marked under almindelige eller gode konjunkturer.

»Der er mange interesserede, men der er også mange, der ender med ikke at blive kunder. De kigger sig omkring, og aftaler skal godkendes højere oppe i systemet. Hvor det tidligere tog 30-40 dage at indgå en kontrakt, tager det nu dobbelt så lang tid,« siger Kenneth Ohlendorff.

Kræsne kunder

Keld Hilmar Hansen, direktør i Copenhagen Office Hotels, bekræfter billedet af mange potentielle, men også kræsne kunder.

»Det er et slid for øjeblikket, hvor alle gerne vil spare penge. Der er flere forespørgsler, men det tager længere tid at få blæk på kontrakten,« siger han.

»Vi ligger ikke i det højeste



Kenneth Ohlendorff, administrerende direktør i FirstClients, har ambitioner om, at firmaet skal være nummer to på verdensplan efter markedsførende Regus. Foto: FirstClients

segment, og vi nyder godt af, at mange, der tidligere har siddet i de meget dyre, traditionelle kontorhoteller, leder efter billigere lokaler og kommer til os. Omvendt kan vi også mærke, at der er blevet længere mellem iværksætterne,« siger Keld Hilmar Hansen.

50 erhvervscentre

Kenneth Ohlendorff har sin erfaring fra det danske marked fra sin tid som direktør i konkurrenten Regus. Det er også på grund af dette tidligere ansættelsesforhold, at FirstClients ikke allerede er etableret i Danmark. En konkurrenceklausul forhindrer, at man blander sig på markedet før til oktober.

Kenneth Ohlendorff og hans to partnere i FirstClients

»For os skaber krisen en stærkt voksende efterspørgsel på lige netop vores produkt og en yderst favorabel forhandlingsituation. Ud over virksomhedernes stigende efterspørgsel på fleksibel kontorplads er det netop nu, vi kan finde lokaler på attraktive adresser på lukrative vilkår.

KENNETH OHLENDORFF, adm. direktør i FirstClients

har ambitiøse planer, der ikke blot omfatter Danmark.

»Der findes kun én international spiller, og det er Regus. Udover det findes der kun lokale aktører, selv om enkelte har erhvervscentre i flere lande. Der mangler en nummer to på det internationale marked, og det vil vi være,« siger Kenneth Ohlendorff.

FirstClients har en målsetting om at råde over 50

erhvervscentre inden for fem år. Efter etableringen i Polen i november åbner man centre i Tjekkiet og Ungarn i forårsmånederne. Derefter skal blandt andre Dubai, Abu Dhabi, Moskva, nogle tyske byer og altså København med på landkortet.

Og hvis krisesituationen mere er anderledes end egentlig bedre for et én gang kørende kontorhotel, så er

den i hvert fald meget bekvem i den omfattende etablering, man skal ud i.

»For os skaber krisen en stærkt voksende efterspørgsel på lige netop vores produkt og en yderst favorabel forhandlingsituation. Ud over virksomhedernes stigende efterspørgsel på fleksibel kontorplads er det netop nu, vi kan finde lokaler på attraktive adresser på lukrative vilkår. Det skaber en yderst gunstig forretning for os og sikrer en høj profitabilitet på både den korte og den lange bane,« siger Kenneth Ohlendorff.

business@berlingske.dk

LÆS MERE OM KONTORHOTELLER PÅ BAGSIDEN

FAKTA

SVÆRE PRISTJEK

■ Det er ikke helt enkelt at være kunde på jagt efter de billigste lokaler. Man skal se sig for. Der er nemlig betydelig forskel på, hvad der er med i prisen, og hvad kontorhotellerne tager penge for, oplyser direktør Keld Hilmar Hansen fra Copenhagen Office Hotels.

■ Ydelser som rengøring over brug af mødelokaler og helt ned til kaffe på kanden kan være enten med i eller uden for listeprisen. Dertil kommer, at man for eksempel må vælge, om man ønsker en betjent reception med folk, der tager telefonen og tager imod gæster.