



university of
 groningen

Het café als werkpleklocatie

DE WERKPLEKKEUZE VAN FLEXWERKERS IN DE STAD
GRONINGEN

Joanne Boonstra
S3537102 | 10 JUNI 2018

Het café als werkpleklocatie

De werkplekkeuze van flexwerkers in de stad Groningen

Auteur:

Joanne Boonstra

S3537102

Onderwijsinstituut:

Bachelor scriptie pre-master Real Estate Studies aan de faculteit Ruimtelijke Wetenschappen,
Rijksuniversiteit Groningen

Begeleider:

Sander van Lanen

Datum:

10 juni 2018

Samenvatting

Zelfstandige ondernemers en werknemers in loondienst staan elke dag voor de keuze hoe en waar ze willen werken. Er zijn verschillende kantoortypen waaronder het semi-openbare kantoor, de traditionele kantoor werkplek, de thuiswerkplek of het flex-kantoor. Volgens diverse onderzoeken is er een stijgende lijn te zien in gebruikers van het café als werkplek, dat wordt gekenmerkt als een semi-openbaar kantoor. Het gaat hierbij om een publieke locatie, dichtbij de privé omgeving. Het doel van dit onderzoek is het verklaren van de werkplekkeuze van flexwerkers die gebruik maken van het café als werkplek, waarin twee doelgroepen zijn te onderscheiden, namelijk, de zelfstandige ondernemer en de werknemer in loondienst. Daarnaast maakt ook de student gebruik van de caféwerkplek. Er zijn diverse onderzoeken gedaan naar de eisen en wensen van gebruikers van 'standaard' kantoorconcepten en van flex-concepten op strategisch niveau vanuit het bedrijfs perspectief. In deze verschillende onderzoeken is het perspectief van de gebruiker onderbelicht. Middels dit onderzoek wordt een verklaring gezocht voor de beweegredenen van flexwerkers om gebruik maken van cafés als werkplek in de stad Groningen. Hierbij is er gebruik gemaakt van een primaire, kwantitatieve, datamethode door het afnemen van enquêtes onder gebruikers van caféwerkplekken in de stad Groningen. Daarnaast is er een kwalitatieve dataverzameling uitgevoerd op basis van persoonlijke gesprekken met de respondenten. De enquêtes zijn geanalyseerd op basis van een statistische analyse en de persoonlijke gesprekken zijn geanalyseerd op basis van de 'empathy map' methode. Op basis van het onderzoek zijn er drie aspecten die de beweegredenen van gebruikers kunnen verklaren. Ten eerste persoonskenmerken; hoogopgeleide mensen die werkzaam zijn in de innovatieve en creatieve sector kiezen vaker voor een caféwerkplek. Ten tweede de locatiefactoren, zo zijn er per doelgroep verschillende locatiefactoren die de keuze van de werkplek bepalen. Ten derde de omgevingsfactoren, waarbij de balans tussen privé en werk een rol speelt voor het kiezen van de caféwerkplek.

Inhoudsopgave

SAMENVATTING	3
INHOUDSOPGAVE	4
HOOFDSTUK 1: INLEIDING	5
HOOFDSTUK 2: THEORETISCHE KADER	6
2.1 FLEXWERKPLEKKEN	6
2.2 WERKPLEKKEUZE.....	8
2.3 CONCEPTUEEL MODEL	10
HOOFDSTUK 3: METHODOLOGIE	12
3.1 HOOFDVRAAG EN DEELVRAGEN	12
3.2 METHODE DATACOLLECTIE	12
3.3 HYPOTHESEN	12
3.4 INSTRUMENT DATACOLLECTIE.....	13
3.5 ANALYSE DATACOLLECTIE	14
3.6 ETHISCHE ASPECTEN.....	14
HOOFDSTUK 4: RESULTATEN	15
4.1 PERSOONSKENMERKEN	15
4.2 LOCATIEFACTOREN	15
4.3 OMGEVINGSFACTOREN.....	17
HOOFDSTUK 5: CONCLUSIES	18
5.1 PERSOONSKENMERKEN	18
5.2 LOCATIEFACTOREN	18
5.3 OMGEVINGSFACTOREN.....	18
5.4 DISCUSSIE.....	19
REFERENTIES	20
BIJLAGEN	22

Hoofdstuk 1: Inleiding

De flexibiliteit in de arbeidsmarkt stijgt. Deze toenemende flexibiliteit wordt gekenmerkt door flexibele werkuren, flexibele werklocaties en flexibele werktijden (wanneer, waar en hoeveel). Er zijn een aantal landelijke ontwikkelingen die een rol spelen bij de opkomende manier van flexibel werken (Mooij, 2002; van Akkeren, 2009; Baane, Houtkamp, & Knotter, 2011; Betlem, 2013). De economische crisis heeft een enorme impact gehad waardoor nieuwe (kostenbesparende) werkvormen en manieren van denken zijn ontstaan (Harms, 2008). Daarnaast liggen ‘werken’ en ‘leven’ tegenwoordig veel dicht bij elkaar dan vroeger. Ze zijn niet meer van elkaar gescheiden, maar ze vloeien in elkaar over. Iedereen werkt op een verschillende manier, op een plaats én tijd die voor hem/haar het beste uitkomt (Berlee, 2012). Daarnaast maken technologische ontwikkelingen het mogelijk om op afstand te werken, functies binnen de organisatie veranderen en de mobiliteit wordt verbeterd. Nieuwe werkplekconcepten, die gebruik maken van flexwerkplekken, worden ingezet om slimmer en efficiënter met (kantoor)ruimte om te gaan. Flexwerken is meer dan alleen een wisseling van bureau in hetzelfde kantoor. Flexwerkers kiezen een werkplek die past op een bepaald moment van de dag aan de hand van de activiteit die ze uitvoeren. Zowel binnen als buiten een organisatie, wat plaats- en tijdonafhankelijk werken mogelijk maakt. Voorbeelden zijn een vergaderruimte om te vergaderen, concentratiewerkplekken, afgesloten telefoerruimten of ‘aanlandplekken’ zoals een café om gemakkelijk mails te beantwoorden (van Akkeren, 2009; Metronieuws, 2017).

In de afgelopen jaren zijn er diverse onderzoeken gedaan naar de eisen- en wensen van gebruikers van werkplekken die betrekking hebben op ‘standaard’ kantoorconcepten (Appel-Meulenbroek, 2008; Arkenbout, Remøy, & Van der Voordt, 2012; Ketting, 2014). De onderzoeken naar het gebruik van ‘flex-concepten’ hebben een strategische insteek, vanuit het organisatieperspectief, voor de optimalisatie van het gebruik van flexwerkplekken (Aalbers, 2012). Het perspectief van de gebruikers van flexwerkplekken buiten organisaties blijft tot dusver echter onderbelicht. Dit onderzoek richt zich op het wetenschappelijke vraagstuk van het gebruik van cafés als semi-openbare kantoorwerkplek. Door het in kaart brengen van de wensen en behoeften van deze gebruikers kan waardeoptimalisatie ontstaan voor cafés door zich aan te passen aan de vraagbehoefte. Dit kan de kwaliteit van de werkomgeving voor flexwerkers verhogen.

Het belangrijkste onderzoeksdoel is het verklaren van de werkplekkeuze van flexwerkers in Groningen die gebruik maken van het café als werkplek. De onderzoeksvraag is als volgt:

“Hoe valt de werkplekkeuze van flexwerkers die gebruik maken van cafés als flexwerkplek in Groningen te verklaren?”

Het onderzoek start bij het opstellen van het theoretisch kader, waarin wordt beschreven wat de definitie is van een caféwerkplek en hoe de werkplekkeuze ontstaat. Vervolgens wordt de methodologie uitgewerkt aan de hand van de onderzoeksopzet, waarbij wordt ingegaan op de onderzoeksvragen, methode van datacollectie en data-analyse. Vervolgens worden de resultaten van de kwantitatieve- en kwalitatieve onderzoeks-analyse beschreven die leiden tot de uiteindelijke conclusie van het onderzoek.

Hoofdstuk 2: Theoretische Kader

De nieuwe vorm van flexibel werken kent een ander kantoorconcept. Samenwerken van organisaties staat voorop en een fysieke scheiding tussen werk en privé is minder noodzakelijk door de mogelijkheden van tijd- en plaats onafhankelijk werken (Arkenbout, Remøy, & Van der Voordt, 2012; Dijst, 2006). Technologische ontwikkelingen versterken de mogelijkheid om fysiek contact te 'vervangen' maar het fysieke aspect blijft belangrijk. Hiervoor bieden nieuwe flex-concepten een uitkomst waardoor er makkelijk en snel geschakeld kan worden tussen het soort werkzaamheden, en waarbij er fysiek contact kan plaatsvinden wanneer dit noodzakelijk is (Berlee, 2012; Redman, Snape, & Ashurst, 2009). De werkplekkeuze wordt hierbij steeds belangrijker. De keuzemogelijkheden zijn ontstaan vanuit zowel de vraag- als de aanbodkant. Vanuit de aanbodkant (werkgevers) is er een toename te zien in het aantal flexibele contracten (arbeidsduur). Vanuit de vraagkant (werknemer) is er meer aandacht voor de balans tussen werk en privé (deeltijd werken, thuiswerken).

2.1 Flexwerkplekken

De rol van de kantoorwerkplek is de afgelopen jaren veranderd. De kantoorwerkplek is niet meer per definitie de plek waar de werknemer het meest efficiënt en effectief zijn/haar taken kan uitvoeren. De flexwerkplek, een werkplek die niet gebonden is aan een vaste plek waardoor werkplekken gemakkelijk kunnen worden gedeeld maar er ook buiten het kantoor een werkplek gezocht kan worden, is in opkomst (Aalbers, 2012; Arkenbout, Remøy, & Van der Voordt, 2012; Berlee, 2012; van Dinteren, 2010). In de afgelopen jaren is het concept vooral ontstaan vanuit de kant van de werkgever, met het oog op kostenbesparing. Als gevolg van een dalend aantal benodigde werkplekken, en daardoor benodigde vierkante meters, dalen de huisvestingslasten voor de organisatie. Daarnaast tonen onderzoeken aan dat zowel productiviteit als tevredenheid van medewerkers stijgen bij invoering van het flexwerkconcept (Twynstra Gudde 2010; Aenova, 2017; Tiem, 2010; van Akkeren, 2009; Chen & Fulmer, 2017). Zo is er tegenwoordig ook vanuit de werknemerskant een beweging te zien waarbij de voorkeur uitgaat naar een flexwerkplek ten opzichte van een 'standaard' kantoorwerkplek (van Dinteren & van der Krabben, 2001; Chen & Fulmer, 2017).

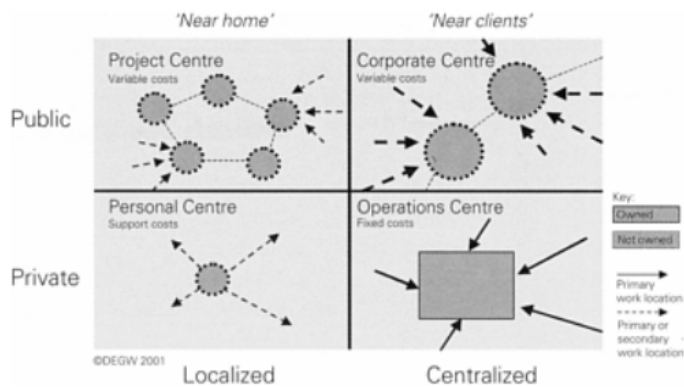
2.1.1 Kantoorconcepten

Het onderzoek van Ouye et al. (2010) onderscheidt vier verschillende type kantoorconcepten. Ten eerste de thuiswerkplek, waarbij grotendeels vanuit eigen huis wordt gewerkt. Ten tweede de kantoorwerkplek, een werkplek vanuit een gesloten, traditioneel kantoor met een traditioneel kantoorconcepten óf flex-concept. Ten derde de flex-locatie, een gesloten kantoor dat flexwerkplekken aanbiedt voor flexibele termijnen. Ontmoeting van andere werknemers en/of de klant staat hierbij centraal. Voorbeelden zijn 'Het Nieuwe kantoor' en het 'Launch Café'. Tot slot het semi-openbare kantoor, een openbare plek gelegen nabij de woonomgeving. Voorbeelden hiervan zijn: cafés, bibliotheken, openbare ruimten of parken waar men mobiel aan het werk is.

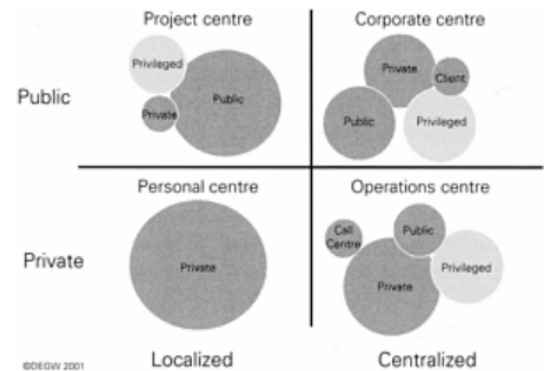
Deze verschillende werkpleklocaties zijn te categoriseren van 'privé-werkplek' naar 'publieke werkplek'. De privé-werkplekvormen zijn de thuiswerkplek (voor zelfstandige ondernemers) en de kantoorwerkplek (voor werknemers in loondienst), waarbij gebruik wordt gemaakt van verbindingen en connecties die privé zijn, of van de organisatie. Bij de publieke werkpleklocaties zoals cafés, bibliotheken en andere openbare ruimten is er sprake van een openbaar netwerk. De flex-locatie, beter bekend als het bedrijfsverzamelgebouw, zit hier tussenin. Daarbij is sprake van een gedeelde ruimte omdat er meerdere organisaties werkzaam zijn, maar wel binnen een gesloten (privé)omgeving (Harrison, Wheeler, & Whitehead, 2004).

2.1.2 Locatietypologie

Naast de verschillende typen kantoorconcepten wordt er onderscheid gemaakt tussen vier locatie categorieën, die weergegeven zijn in figuur 1 (Ouye et al., 2010; Harrison, Wheeler, & Whitehead, 2004). Ten eerste een locatie dichtbij het project (publieke locatie, vlakbij huis). Ten tweede een locatie dichtbij het privéleven (private locatie, vlakbij huis). Ten derde een locatie dichtbij zakelijke diensten (publieke locatie, vlakbij de klant) en tot slot een locatie vanuit een opererend centrum (private locatie, vlakbij de klant).



Figuur 1 Verschillende locatie categorieën (Harrison, Wheeler, & Whitehead, 2004)

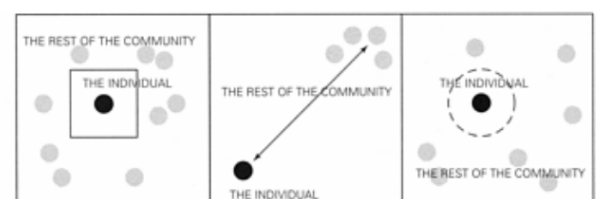


Figuur 2 Kantoorconcepten ingedeeld in locatietypen (Harrison, Wheeler, & Whitehead, 2004)

De verschillende kantoorconcepten worden onderverdeeld in de verschillende locatietypen, die te zien zijn in figuur 2. De thuiswerkplek wordt gezien als een basislocatie vanuit een persoonlijk centrum waarbij het mogelijk is om naar andere (secundaire) werkpleklocaties te gaan om werkzaamheden uit te voeren wanneer hier een bestedingsruimte voor is. Het traditionele kantoor wordt gezien als een opererend centrum, een primaire werklocatie waarbij alle werkzaamheden samenkomen. Het is een private locatie, gelegen vlakbij de klant. Het flex-kantoor is een gebouw waarbij meerdere partijen samenkomen in een zakelijk centrum, waardoor connecties ontstaan. Het kan dienen als primaire- of secundaire werklocatie en is gelegen op een publieke locatie, vlakbij de klant. Het café kan dienen als een primaire- of secundaire werklocatie en is gelegen op een publieke locatie, vlakbij de woonomgeving. De werkzaamheden kunnen in verschillende cafés uitgevoerd worden en er ontstaan connecties tussen de verschillende gebruikers (Ouye et al., 2010; Harrison, Wheeler, & Whitehead, 2004).

2.1.3 Het café als flexwerkplek

De caféwerkplek die centraal staat in dit onderzoek is een *semi-openbaar kantoor*. Door de groei van het gebruik van semi-openbare werkplekken veranderen ook de gedragscodes van gebruikers. Dit heeft zijn weerslag op de werkmogelijkheden en is interessant omdat de werkplekkeuze daardoor veranderd. Men kiest voor een werkplek in een café aangezien deze werkplek zich dichtbij het privéleven bevindt. De kosten zijn variabel en de werkplek kan dienen als een primaire- of secundaire werklocatie. Het café wordt gezien als werkpleklocatie waarbij er een geen controle is over regels. Er is geen sprake van een persoonlijke plek maar als gebruiker maak je deel uit van een community waarin bepaalde protocollen en gedragsregels worden gevormt. Gebruikers staan dichtbij anderen maar hebben weinig invloed om directe controle uit te oefenen op de omgeving, wat schematisch weergegeven is in figuur 3 (Ouye et al., 2010; Harrison, Wheeler, & Whitehead, 2004).



Figuur 3 Toegang en grenscontrole van drie werksituaties: links privé werkplek (thuis/kantoor), midden de gemixte flexwerk-locaties en rechts de semiopenbare kantoren (café, bibliotheek) (Ouye et al., 2010).

2.2 Werkplekkeuze

Bij een flexibele werkplek wordt er, anders dan bij de standaard kantoorwerkplek, door de flexwerker gekozen om gebruik te maken van de werkplek. De werkplekkeuze kan worden verklaard aan de hand van persoonkenmerken, locatiefactoren en omgevingsfactoren (van Arkenbout, Remøy, & Van der Voordt, 2012; Beerle, 2012; Appel-Meulenbroek, 2008; en Ketting, 2014). Deze verklaringen zijn gebaseerd op de theorie van de creative class, de locatietheorie en de sociale gedragstheorie, welke vervolgens gekoppeld kunnen worden aan de werkplekkeuze van het individu, die zelf in staat is om te kiezen hoe en waar gewerkt wordt.

2.2.1 Creative class

De 'creative class' theorie van Richard Florida sluit aan bij de manier van flexibel werken en toont aan dat individuen, voornamelijk hoogopgeleide, zich clusteren om voordelen te behalen op het gebied van productiviteit en financiële groei (Gabe & Abel, 2011). De theorie is gebaseerd op het delen van kennis in een creatieve samenleving vanuit het perspectief van het individu en beschrijft de motor van een succesvolle kenniseconomie. Creativiteit is niet gebaseerd op materiële zaken en de concurrentie tussen bedrijven, maar op de mensen die in een bedrijf werken. Talent aantrekken is het belangrijkste element dat kan leiden tot nieuwe ontwikkelingen en economische groei (Florida, 2014; Florida, 2005). Opkomende flexwerkmogelijkheden maken plaats voor het delen van kennis, die gefaciliteerd wordt door het samenkomen van flexwerkers in een bepaalde ruimte. Er ontstaat een creatieve industrie die andere primaire wensen heeft. De 'creatieve industrie', die hoogopgeleide beroepen omvat in de creatieve en innovatieve sector, is de industrie die het meeste ingaat op deze manier van werken (Gabe & Abel, 2011).

Volgens Van Dinteren (2010) wordt het individu belangrijker met betrekking tot de werkplekkeuze. Het aantal zelfstandige ondernemers, dat in 2018 met 31 procent is gegroeid ten opzichte van 5 jaar geleden, speelt hierin een belangrijke rol (Kamer van Koophandel, 2018). Daarnaast krijgen toekomstige werknemers meer invloed op de werkplekmogelijkheden van de organisatie in de vorm van secundaire arbeidsvoorwaarden. De werkplekkeuze van het individu kan worden bepaald op basis van de locatietheorie en sociale gedragstheorie, waarbij de voorwaarde is dat de populatie die beschreven wordt de kenmerken heeft van de 'creative class', als criteria van de verderop besproken theorieën. Binnen deze doelgroep gaat het over hoogopgeleide werkenden, die een opleiding hebben gevolgd in het Hoger Beroepsonderwijs of hoger. Daarnaast zijn deze personen actief in 'innovatieve' en 'creatieve' branches waaronder: Kunst, Cultuur & Media, de zakelijke (financiële) dienstverlening, ICT en onderzoek (Gabe & Abel, 2011).

2.2.2 Locatie theorieën

De locatietheorie biedt een duidelijk perspectief voor de situering van werkplekken in de ruimte en verklaart daarmee het locatiegedrag van bedrijven. Agglomeratie van bedrijvigheid kent statische lokalisatievoordelen (verlaging van de kosten of verhoging van de productiviteit) en dynamische locatievoordelen (sectorale product- en procesinnovaties) (Parr, 2002; Alcácer & Chung, 2009; Pen, 2002). Agglomeratie kan leiden tot kwalitatief hoogwaardiger personeel, kennisoverdracht en uitbesteding. Daarnaast kan het zorgen voor verlaging van de huisvestingslasten en een bijdrage leveren aan de productiviteitsstijging van medewerkers. Ook urbanisatie, waarbij bedrijven uit verschillende sectoren zich vestigen in dezelfde stad, kan verklaard worden aan de hand van de theorie, die een belangrijke input kan geven voor het locatiegedrag (Aalbers, 2012). Voordelen die ontstaan bij het gebruik van flexibele werkplekconcepten in de praktijk ontstaan door kennisoverdracht, uitbesteding en urbanisatiepatronen. Door het stimuleren van tijd- en plaatsafhankelijk werken ontstaan clusteringen die kunnen zorgen voor de verhoging van productiviteit. Daarnaast ontstaan er schaalvoordelen, en worden kosten bespaard (Aalbers, 2012; Weterings, Dammers, Breedijk, Boschman, & Wijngaarden, 2009).

De locatietheorie is oorspronkelijk ontstaan vanuit het bedrijfs perspectief en beschrijft het effect van 'agglomeratie', de clustering van bedrijven waardoor 'knowledge spillovers' en kostenvoordelen ontstaan. Het agglomeratie-effect komt niet alleen voort uit de locatietheorie, maar is ook in lijn met de theorie van de 'creative class'. Niet alleen bedrijven clusteren zich in geografische zin. Ook mensen, voornamelijk hoogopgeleide werkenden, komen samen om te profiteren van agglomeratievoordelen. In de vroegere productiemaatschappij waren grote organisaties nodig om concurrentievoordeel te behalen. Tegenwoordig wordt dit resultaat ook behaald door kleine- en middelgrote organisaties die samenwerken en profiteren van kennisdeling. Flexibiliteit, het stimuleren van ontmoetingen en het overdragen van kennis zijn hiervoor belangrijkste speerpunten (Arkenbout, Remøy, & Van der Voordt, 2012; Gabe & Abel, 2011). Locatietheorieën van Glaeser, Jacobs en Marshall die ingaan op agglomeratievoordelen geven aan dat de aantrekkingskracht voor hoogopgeleide personen ligt in het samenkomen van andere creatieve en innovatieve personen om kennis te delen (Parr, 2002; Alcácer & Chung, 2009). Agglomeratievoordelen kunnen echter alleen ontstaan tussen personen met gelijkwaardige kennisniveaus. Dit is het geval bij de hoger geschoolde beroepen in de innovatie en creatieve sector. Daartegenover profiteren medische beroepen, of beroepen met veel persoonlijk contact met de klant (met gevoelige informatie) en lager geschoolde beroepen niet van deze voordelen. De locatietheorie kan daarom alleen de werkplekkeuze verklaren voor kleine- en middelgrote organisaties óf vanuit een individueel perspectief waarbij moet worden voldaan aan de kenmerken van de 'creative class' (Gabe & Abel, 2011). Zowel zelfstandige ondernemers als medewerkers in loondienst zien de voordelen van flexwerken waarbij kennisdeling voorop staat. Samenwerken met andere creatieve professionals op hetzelfde werk- en denkniveau werkt stimulerend en verhoogt de productiviteit (Gabe & Abel, 2011; Redman, Snape, & Ashurst, 2009).

Agglomeratie en kennisdeling staan voorop wanneer de locatietheorie vertaald wordt naar de werkplekkeuze van individuen. De architectuur van het gebouw en de loopafstand naar stationslocaties staan niet meer bovenaan de wensenlijst als er naar de werkplek gekeken wordt. De belangrijkste wens is dat de werkplek de werkactiviteiten kan optimaliseren. De belangrijkste faciliteiten hiervoor zijn ontmoetingsplekken, de gemeenschappelijke ruimten die samenwerkingen mogelijk maken en waarvoor de kosten worden gedeeld. Daarnaast is flexibiliteit gewenst, wanneer het gaat om het gebruik van de werkplek. Het gaat hierbij om de indelingsflexibiliteit, waaronder flexibele mogelijkheden worden ontstaan omtrent het gebruik van een werkplek (termijn en kosten), én de mogelijkheden voor activiteiten die op de werkplek kunnen worden uitgevoerd (soort werkplek). Daarnaast blijven draadloos internet en beveiligingsvoorzieningen belangrijke voorzieningen. Tot slot zijn de representativiteit, uitstraling en imago van de werkplek belangrijk waarbij de herkenbaarheid en zichtbaarheid binnen het gebouw belangrijker zijn dan buiten het gebouw (Appel-Meulenbroek, 2008; Ketting, 2014; Arkenbout, Remøy, & Van der Voordt, 2012).

2.2.3 Sociale gedragstheorie

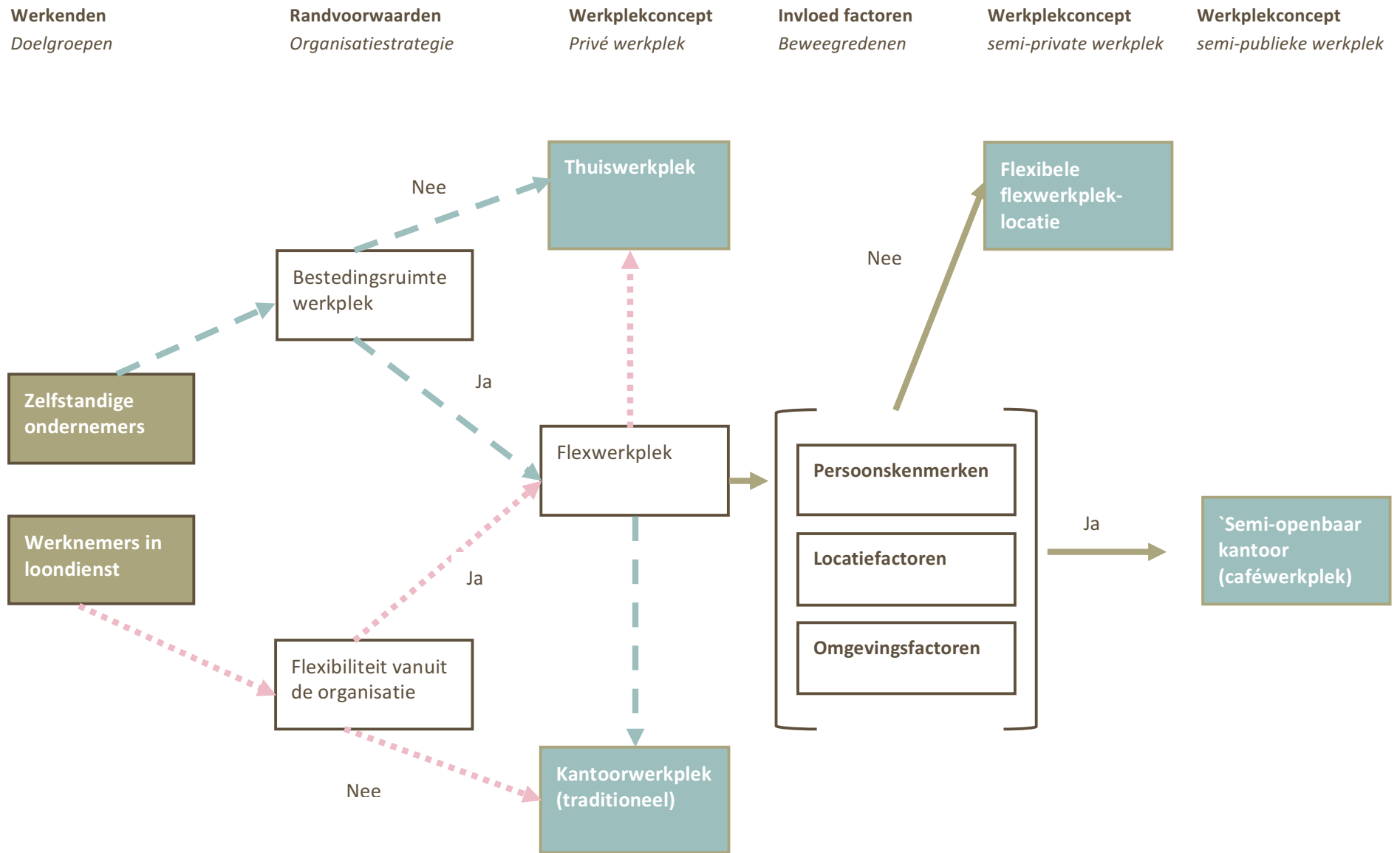
Naast de locatietheorieën, die gebaseerd zijn op economische keuzes, geeft de sociale gedragstheorie een andere verklaring voor de werkplekkeuze van het individu. De sociale gedragstheorie laat zien dat er een sterke relatie is tussen de twee verschillende domeinen 'werk' en 'privé' die met elkaar kunnen overlappen en welke elke dag opnieuw in balans zullen moeten worden gebracht (Campbell Clark, 2000). Het onderzoek van Campbell Clark (2000) laat zien dat het gebruik van flexwerkplekken deze relatie in balans kan brengen door de mogelijkheden van plaats- en tijdsafhankelijk werken, waardoor een werkplek vlakbij de privé omgeving als aantrekkelijk wordt gezien. De impact van de sociale gedragstheorie verschilt per individu. De grootste ontwikkeling in de westerse wereld is het werken van de vrouw in een huishouden, waardoor flexibel werken noodzakelijk is geworden voor het opvoeden van het gezin. Het familieperspectief is hierdoor belangrijker geworden dan de keuze van het individu. Dit wordt ook bevestigd door andere

onderzoeken, die aangeven dat de rol van het werk een andere relatie heeft gekregen ten opzichte van het familieperspectief (Chang, McDonald, & Burton, 2010; Papalexandris & Kramar, 1997; Ferber & O'Farrell, 1991). Zelfstandige ondernemers werken vanuit de basis thuis en kunnen voor een scheiding van werk en privé kiezen voor een werkplek buiten de deur. Werknemers in loondienst kunnen kiezen voor een werkplek vlakbij huis of privéactiviteiten in plaats van de vestiging van de organisatie waar hij/zij werkzaam is om de scheiding te verkleinen (Crompton, 2002).

De omgeving van het gebouw wordt bij de keuze van een werkplek als minder belangrijk beschouwd dan de gebouweigenschappen, die worden verklaard door de locatietheorie. De sociale gedragstheorie beschrijft het belang van het kiezen van een werkpleklocatie die zich dichtbij de privé omgeving bevindt. Een goede bereikbaarheid is belangrijk. Daarnaast is ook de sociale veiligheid belangrijk, wat inhoudt dat de omgeving van het gebouw veilig moet aanvoelen. Dit geeft aan dat de omgeving van het gebouw wel degelijk een rol speelt bij de werkplekkeuze. Hierdoor wordt de nabijheid van andere voorzieningen relevant om de leefbaarheid van de locatie te vergroten en de sociale veiligheid te verbeteren (Appel-Meulenbroek, 2008; Ketting, 2014; Arkenbout, Remøy, & Van der Voordt, 2012).

2.3 Conceptueel model

Op basis van het literatuuronderzoek is er een conceptueel model opgesteld, welke in figuur 4 schematisch is weergegeven. De verschillende doelgroepen hebben ieder een aantal randvoorwaarden om te kunnen kiezen voor een (flex)werkplek. Wanneer er aan deze randvoorwaarden is voldaan hebben ze de vrije keuze voor een werkplek. Wanneer er wordt voldaan aan de beschreven persoonskenmerken van de 'creative class' kiest men volgens de locatietheorie en de sociale gedragstheorie voor het café als flexwerkplek.



Figuur 4 Conceptueel model

Hoofdstuk 3: Methodologie

3.1 Hoofdvraag en deelvragen

De onderzoeksopzet begint bij de deelvragen voor het empirische onderzoek welke zijn ontstaan naar aanleiding van het literatuuronderzoek en het conceptueel model, vanuit de opgestelde hoofdvraag:

“Hoe valt de werkplekkeuze van flexwerkers die gebruik maken van cafés als flexwerkplek in Groningen te verklaren?”

Om antwoord te geven op de hoofdvraag wordt gekeken naar de drie verklarende factoren voor de werkplekkeuze; de persoonskenmerken, de locatiefactoren en de omgevingsfactoren. De deelvragen zijn als volgt:

1. *Welke persoonskenmerken hebben de gebruikers van flexibele werkplekken in cafés in Groningen?*
2. *Welke locatiefactoren zijn van invloed op de keuze voor een flexibele caféwerkplek in Groningen?*
3. *Welke omgevingsfactoren zijn van invloed op de keuze voor een flexibele caféwerkplek in Groningen?*

3.2 Methode datacollectie

Een antwoord op de onderzoeksvraag wordt gevonden door middel van primaire datacollectie. Er is gekozen voor een basis van kwantitatief dataonderzoek voor de analyse van abstracte verbanden tussen verschillende doelgroepen (de zelfstandige ondernemer en de werknemer in loondienst). Daarnaast wordt er voor achterliggende beweegredenen van gebruikers een gesprek met respondenten gevoerd, waarna er een kwalitatieve analyse uitgevoerd kan worden. Dit is deels een vorm van triangulatie, om de representativiteit van de onderzoeksresultaten te versterken. Daarnaast kan er op basis van het kwantitatieve onderzoek geen volledig beeld van de beweegredenen worden ontdekt in relatie tot de theorie, waarvoor het kwalitatieve element een uitkomst biedt (Clifford, French, & Valentine, 2012).

3.3 Hypothesen

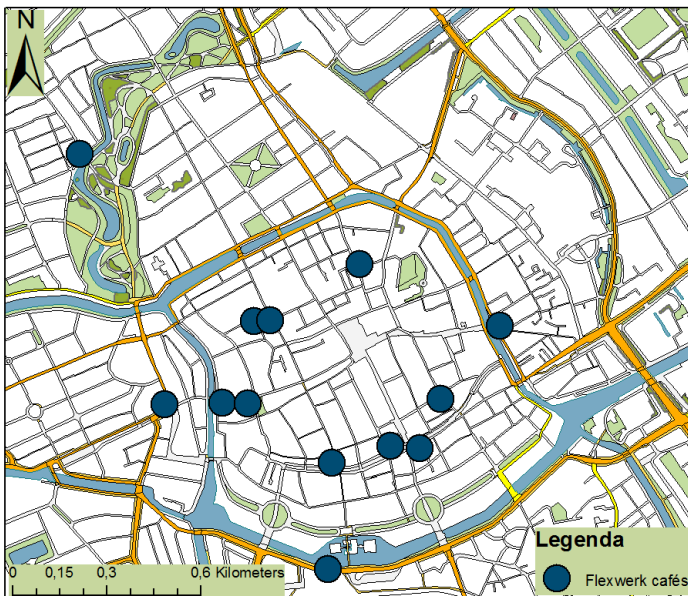
Per deelvraag zijn hypothesen opgesteld. Op basis van de ‘creative class’ hebben gebruikers van flexwerkplekken in het café bepaalde persoonlijke kenmerken, die overeenkomen. De verwachting is, dat er geen verschil is tussen de twee groepen gebruikers, de zelfstandige ondernemer en de werknemer in loondienst. Deze zullen allen hoogopgeleid en werkzaam zijn in de innovatieve en creatieve sector. De verwachting is dat de nulhypothese van de chikwadraattoets, ‘In de populatie is er geen verschil in de verdeling tussen de veronderstelde groepen werknemer in loondienst en zelfstandige ondernemers’, niet wordt verworpen. De theorie verklaart dat bij het gebruik van flexibele werkplekken de ‘creative class’ theorie kan worden toegepast op de locatietheorie, waardoor kennisdeling en ontmoeting naar verwachting verklarende variabelen zijn om de caféwerkplek te bezoeken. Dit wordt getoetst met een regressieanalyse waarvan de nulhypothese is opgesteld: ‘Er is geen lineair verband tussen de belangrijkheid van kennisdeling en het aantal bezoeken aan het café’. De verwachting is dat deze tweede nulhypothese wordt verworpen. Vanuit de sociale gedragstheorie kan er een verklaring worden gevonden voor het bezoeken van het café als werkplek om de balans tussen privé en werk te waarborgen. De verwachting is dat er gekozen wordt voor de caféwerkplek aangezien deze werkplek zich dichtbij de privé omgeving bevindt. Deze hypothese wordt getoetst door het kwalitatieve gedeelte van het onderzoek op basis van korte interviews met de respondenten.

3.4 Instrument datacollectie

De enquête is zowel digitaal verspreid onder gebruikers van caféwerkplekken in de stad Groningen als fysiek afgenomen. De enquêtevragen zijn weergegeven in bijlage 1. Voor de digitale enquête is gekozen omdat dit een efficiënte manier is van dataverzameling, onder een doelgroep die veel online actief is. De doelgroep is makkelijk bereikbaar en er is geen vorm van barrière. Het nadeel van een online enquête is het bereik van de juiste doelgroep, aangezien deze specifiek te omschrijven valt: 'flexwerkers (1), werkzaam in een café (2), in de stad Groningen (3)'. Daarom is ervoor gekozen om ook fysiek langs werkpleklocaties te gaan om enquêtes af te nemen. Een nadeel hiervan kan het persoonlijke contact zijn, waardoor de respondent zich niet anoniem voelt en niet naar waarheid zou antwoorden. Een voordeel is een directe respons waardoor het aantal responses wordt verhoogd. Daarnaast wordt er op deze wijze meer informatie gehaald uit het persoonlijke gesprek met de respondent, wat de enquêteantwoorden kan ondersteunen of kan constateren dat er meer beweegredenen zijn. Deze manier van dataverzameling zorgt voor een kwalitatief element, hetgeen de kwaliteit van de onderzoeksresultaten versterkt (Clifford, French, & Valentine, 2012).

De dataverzameling heeft plaatsgevonden in cafés in Groningen, welke voornamelijk zijn gelegen in het centrum, vlakbij woningen, zoals is gebleken uit het theoretisch kader. Er is sprake van een publieke werkplek aangezien de cafés zich zodanig profileren op verschillende internetplatforms. Op basis van bronnen is een selectie gemaakt van de caféwerkplekken, welke schematisch zijn weergegeven in figuur 5 en terug te vinden zijn in bijlage 2 (ZZP Barometer, 2017; Intermediair, 2013). Daarnaast is er in de bijlage weergegeven op welke momenten de dataverzameling heeft plaatsgevonden. Om de kwaliteit en representativiteit van de resultaten te waarborgen is gekozen voor enquêteafname op elk dagdeel van de week (maandag t/m vrijdag zowel in de ochtend als de middag) (Clifford, French, & Valentine, 2012).

Caféwerkplekken Groningen



Figuur 5 Overzichtkaart Caféwerkplekken in de stad Groningen (GIS, basiskaart Esri Nederland, 2018).

3.5 Analyse datacollectie

In totaal zijn er 136 ingevulde enquêtes waarvan er circa 100 fysiek zijn afgenomen. De kwantitatieve analyse is uitgevoerd in het programma SPSS op basis van twee verschillende testen (Norusis, 2008). Er is gekeken of er een verschil bestaat tussen de twee groepen, de zelfstandige ondernemer en de werknemer in loondienst, op basis van de chikwadraattoets. Daarnaast is er tijdens het dataverzamelingsproces een derde groep ontstaan, namelijk, studenten. Zij zijn in hoofdzaak student en werken daarnaast ook (< 20 uur per week) als zelfstandige ondernemer of als werknemer in loondienst. Deze groep is, waar mogelijk, ook in de analyse meegenomen. Daarnaast is er gekeken naar het verband tussen 'het aantal bezoeken' als uitkomst en de onderliggende variabelen hiervan als verklaring. Dit is gedaan door middel van een meervoudige regressieanalyse (Burt, Barber, & Rigby, 2009). Het analyseschema van de enquêtevragen is weergegeven in bijlagen 3 en 4.

De kwalitatieve resultaten, die voortgekomen zijn uit de gesprekken met respondenten, zijn geanalyseerd op basis van een 'empathie map' die is opgesteld in samenwerking met student Liese de Roo (afstuderend student Small Business and Retail Management aan de Hanzehogeschool Groningen), die een volledig kwalitatief onderzoek heeft uitgevoerd onder dezelfde populatie. De resultaten van beide onderzoeken zijn samengevoegd aan de hand van een empathy map waarbij inzicht is verkregen in de beweegredenen van respondenten. Door het gebruik van de empathy map verplaatst de onderzoeker zich in de belevingswereld van de respondent waardoor beweegredenen makkelijker worden ontdekt en er een diepzinniger inzicht ontstaat die een belangrijke bijdrage kan leveren aan het onderzoeksresultaat (Osterwalder , Pigneur, Bernarda , & Smith, 2014).

3.6 Ethische aspecten

Voor de ethische aspecten van dit onderzoek wordt gekeken naar de manier van dataverzameling. De online enquêtes zijn vrijwillig ingevuld waardoor ethiek geen rol speelt. Bij het afnemen van de enquêtes in de cafés speelt ethiek echter wel een rol. Café-eigenaren hebben soms moeite met de afname van enquêtes in zijn/haar café, omdat het indirect iets zegt over het café en klanten kunnen worden gestoord. Daarnaast worden de cafégebruikers gestoord tijdens hun werkzaamheden. De enquête is daarom enkel afgenomen bij cafés-eigenaren en klanten waarbij toestemming is geweest voor het afnemen van de enquête(s). Daarnaast is er aan de mensen waarbij een persoonlijk gesprek is geweest gevraagd of de resultaten meegenomen mogen worden in het onderzoek, waardoor ethische aspecten worden verminderd. Het laatste aandachtspunt is de samenwerking met de andere studente. Door het samenvoegen van resultaten is er deels voortgebouwd op een secundaire dataverzameling waardoor het kwalitatieve gedeelte van het onderzoek als minder betrouwbaar geacht kan worden. Echter zijn er veel gesprekken gevoerd en zijn de verslagleggingen van interviews gelezen, waardoor er nauwelijks fouten in de data hebben kunnen ontstaan.

Hoofdstuk 4: Resultaten

Tijdens het dataverzamelingsproces is gebleken dat er drie groepen gebruikers zijn van de caféwerkplek; de zelfstandige ondernemer, de werknemer in loondienst en de student. De verklaringen die de theorie geeft voor het gebruik van het café als werkplek zijn getoetst aan de resultaten van het primaire dataonderzoek. Er is gekeken of de persoonskenmerken van de groepen gebruikers gelijk zijn aan elkaar en voldoen aan de kenmerken van de 'creative class'. Vervolgens is gekeken of gebruikers kiezen voor deze werkplek om kennisdeling en ontmoeting te stimuleren. Tot slot is geanalyseerd in hoeverre de balans tussen het werk- en privéleven centraal staat bij de keuze van de werkplek. Verdere uitwerking van de uitkomsten van de statistische testen zijn terug te vinden in bijlage 5 en 6. De uitkomsten van de enquêtevragen zijn te vinden in bijlage 7 en de volledig ingevulde empathy map voor de kwalitatieve analyse is te vinden in bijlage 8.

4.1 Persoonskenmerken

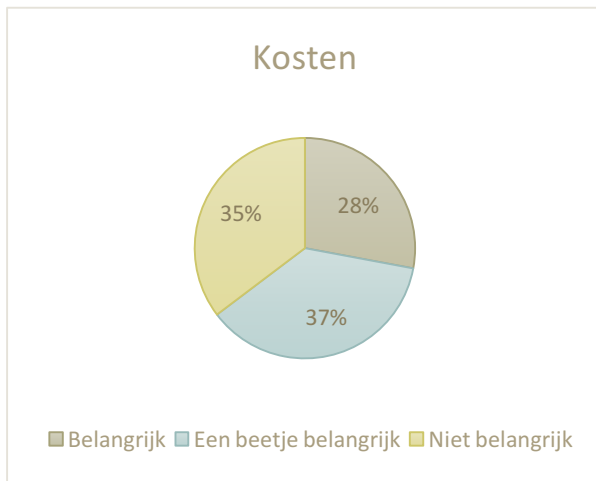
Uit de theoretische analyse is gebleken dat de voornaamste gebruikers van caféwerkplekken gebruikers zijn met persoonskenmerken op basis van de 'creative class' en daarmee worden gekenmerkt door een hoog opleidingsniveau en werkzaam zijn in een innovatieve en creatieve sector. Wanneer er gekeken wordt naar de steekproef, is 92% hoger opgeleid (hbo niveau of hoger) en 8% lager opgeleid. 74% van de respondenten is werkzaam in een innovatieve en creatieve sector. Dit zijn de sectoren: Advies & Onderzoek, Onderwijs, ICT, Kunst, Cultuur & Media, Marketing & design, Sport & Gezondheid en de zakelijke (financiële) dienstverlening. 26% is werkzaam in een andere sector, waaronder de medische industrie, branches met veel persoonlijk en vertrouwelijk contact en de lagere beroepssectoren. Hieronder vallen de volgende sectoren: Bouwnijverheid, Horeca & Recreatie, Psychologie & sociale zorg, de publieke sector en Zorg & Welzijn. Op basis van de chikwadraattoets zijn er geen significante verschillen tussen de groepen aangetoond op basis van deze persoonskenmerken. De nulhypothese, die verwacht dat gebruikers van caféwerkplekken op basis van persoonskenmerken aan elkaar gelijk zijn (geen verschil tussen groepen), wordt hierbij niet verworpen.

Uit de meervoudige regressieanalyse blijkt dat persoonlijke kenmerken het aantal bezoeken per maand aan het café kunnen verklaren, waaronder; of de gebruiker nog studeert, zijn/haar leeftijd of zijn/haar geslacht. Het cafégebruik in aantal keren per maand wordt 3,9 keer groter wanneer men nog studeert. Het aantal bezoeken stijgt ook wanneer men ouder is, namelijk een toename van 0,18 keer per leeftijdsjaar. Daarnaast bezoeken vrouwen 3,5 keer per maand minder een café dan mannen, blijkt uit de analyse.

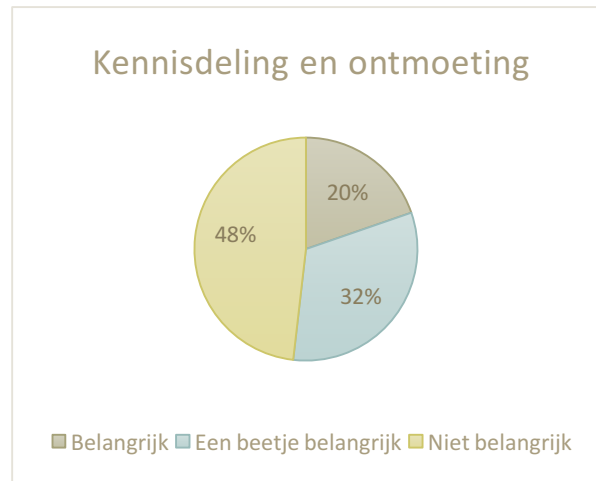
4.2 Locatiefactoren

Op basis van de locatietheorie wordt er gekozen voor een caféwerkplek door eenzelfde groep personen om agglomeratievoordelen te behalen. Uit de chikwadraattoets is gebleken dat er inderdaad geen significante verschillen zijn aan te tonen tussen de verschillende groepen wanneer er wordt gekeken naar belangrijke locatiefactoren. De mogelijkheid voor kennisdeling en ontmoeting is de belangrijkste locatiefactor voor de werkplekkeuze. Daarnaast spelen de aanwezigheid van faciliteiten en de kosten van de werkplek een rol. De Faciliteiten blijken inderdaad erg belangrijk te zijn. 88% van de respondenten geeft aan dat werkplekfaciliteiten zoals wifi en stopcontacten erg belangrijk zijn. 10% vindt het een beetje belangrijk en slechts 2% vindt het niet belangrijk. Zo ook horecafaciliteiten, die door 79% als belangrijk worden geacht, 16% vindt het een beetje belangrijk en 5% vindt het niet belangrijk. De kosten daarentegen worden niet door iedereen als belangrijk geacht, zoals te zien is in figuur 6. Uit de theorie blijkt dat kennisdeling en ontmoeting een belangrijke locatiefactor is, maar uit de praktijk blijkt 48% dit niet belangrijk te vinden, zoals terug te zien is in figuur 7. Op basis van de regressieanalyse blijkt dat er geen sprake is van een lineair verband tussen

kennisdeling en ontmoeting en het gebruik van de caféwerkplek. Kennisdeling en ontmoeting is daarom geen verklarende variabele van het gebruik van de caféwerkplek, zoals de theorie verklaart.

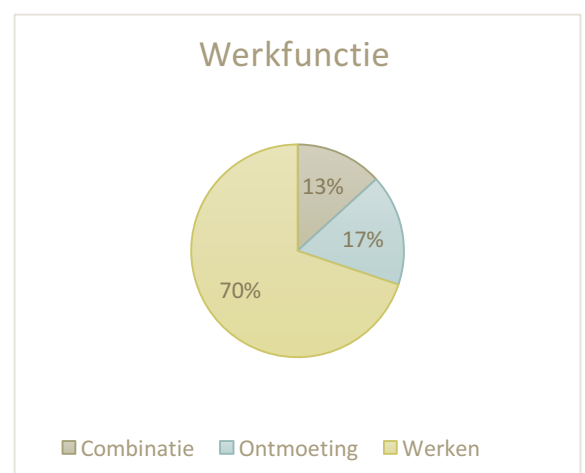


Figuur 6 Resultaten belangrijkheid kosten (SPSS)



Figuur 7 Resultaten belangrijkheid kennisdeling en ontmoeting (SPSS)

Vervolgens is er gekeken naar het voornaamste functie gebruik van een caféwerkplek. Op basis van de chikwadraattoets blijkt er een matig, significant, verband te zijn tussen het functiegebruik en de doelgroep. Dit betekent dat er een verschil tussen groepen kan worden aangetoond, anders dan de verklaring van de theorie, die verklaart dat elke gebruiker het café bezoekt om verschillende werkfuncties uit te oefenen. Slechts 13% van de respondenten geeft aan het café voor meerdere doeleinden te gebruiken, zie figuur 8. Op basis van de kwalitatieve analyse maakt de zelfstandige ondernemer gebruik van de caféwerkplek voor verschillende doeleinden. De werkplek dient als concentratiewerkplek en als ontmoetingsplek voor afspraken met de klant of andere ondernemers. Werknemers in loondienst komen naar het café om te werken. Ze komen niet voor afspraken of andere ontmoetingen maar gebruiken de caféwerkplek om ongestoord te kunnen werken (zonder collega's) op een flexibele manier. De student gebruikt het café voor een gemixte functie, namelijk, om te studeren of om te werken aan een groepsopdracht met collega studenten.



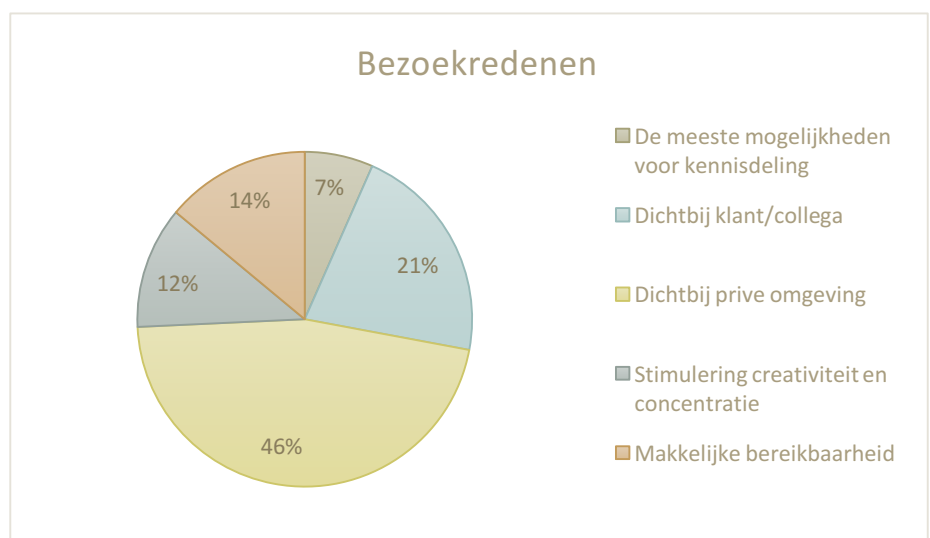
Figuur 8 Resultaten werkfunctie caféwerkplek (SPSS)

4.3 Omgevingsfactoren

De sociale gedragstheorie verklaart de werkplekkeuze van het individu aan de hand van omgevingsfactoren, waarbij de balans tussen werk en privé centraal staat. Belangrijke omgevingsfactoren hiervoor zijn de bereikbaarheid, nabijheid van andere voorzieningen en de voornaamste reden voor het kiezen van de werkplek. Bereikbaarheid blijkt inderdaad voor 66% van de respondenten belangrijk te zijn. 30% vindt de bereikbaarheid een beetje belangrijk en slechts 4% vindt het niet belangrijk. De nabijheid van andere voorzieningen blijkt, anders dan de verwachting op basis van de theorie, niet belangrijk te zijn. 52% gaf aan dat dit geen belangrijke factor is voor het kiezen van een werkplek en slechts 24% acht het als belangrijk. 24% van de respondenten vindt het een beetje belangrijk. Op basis van de chikwadraattoets zijn er geen significante verschillen aangetoond tussen groepen op basis van belangrijkheid van de bereikbaarheid en de nabijheid van andere voorzieningen.

Uit de theorie blijkt dat men voornamelijk kiest voor de caféwerkplek omdat deze zich dichtbij de privé omgeving bevindt. Uit de enquête is inderdaad gebleken dat het merendeel van de respondenten het café bezoekt om deze reden. Daarnaast blijken echter ook andere aspecten een rol te spelen. Stimulering van de creativiteit en concentratie, de mogelijkheden voor kennisdeling, makkelijke bereikbaarheid en dichtbij de klant/collega. Bovengenoemde aspecten zijn ook uit de theorie naar voren gekomen als belangrijke aspecten en lijken daarom een logische verklaring. Een weergave van de resultaten is te zien in figuur 9. Uit de chikwadraattoets is gebleken dat de voornaamste reden voor het kiezen van een caféwerkplek per doelgroep verschilt op basis van een matig verband. Daarnaast bleek tijdens de gesprekken met respondenten dat er meerdere redenen zijn om te kiezen voor de werkplek. De belangrijkste redenen voor de zelfstandige ondernemers om te kiezen voor de caféwerkplek is om even 'uit huis' te zijn. Ze hebben behoefte aan een andere omgeving waar ze kunnen werken en niet snel afgeleid zijn, maar óók een omgeving waar ze wel onder de mensen kunnen blijven. Ze zijn op zoek naar een plek met een gezellige sfeer in plaats van een werksfeer. De belangrijkste reden voor werknemers in loondienst om te kiezen voor de caféwerkplek is om geconcentreerd te kunnen werken, in een andere omgeving dan op kantoor. Ze zoeken een stimulerende omgeving, waar geen werksfeer hangt, maar een prettige, gezellige, motiverende, sfeer. De meeste werknemers werken liever in een café dan op het kantoor van de organisatie. Ze hechten daarbij wel waarde aan het 'anoniem' blijven. De student komt voornamelijk naar het café om te studeren of te ontmoeten met collega studenten. De student komt naar het café omdat de openbare-/universiteitsbibliotheken vol zijn, geeft voorkeur aan een gratis werkplek, maar zoekt wel de sfeer van een café/bibliotheek op, omdat deze anders is dan thuis. De student kiest wel een werkplek dichtbij huis en gaat niet te ver reizen voor een werkplek.

*Figuur 9 Resultaten
bezoekredenen caféwerkplek
(SPSS)*



Hoofdstuk 5: Conclusies

Het café is een nieuwe werkplek voor verschillende doelgroepen. Op basis van het conceptueel model zijn deze groepen onder te verdelen in zelfstandige ondernemers en werknemers in loondienst. Vervolgens bleek tijdens de dataverzameling dat ook studenten gebruik maken van de werkplek. Er zijn drie verklaarbare aspecten die de beweegredenen van gebruikers bepalen, namelijk, persoonskenmerken, locatiefactoren en omgevingsfactoren. Het conceptueel model is hierdoor in lijn met de onderzoeksresultaten, enkel zal er een andere inhoudelijk invulling gegeven moeten worden aan de beweegredenen zoals blijkt uit de data-analyse.

5.1 Persoonskenmerken

De persoonskenmerken spelen volgens de 'creative class' theorie en de statistische analyse een belangrijke rol. De gebruikers van de caféwerkplek zijn hoogopgeleid (hbo of wo niveau) en voornamelijk werkzaam in innovatieve en creatieve sectoren. Zoals kan worden verklaard op basis van de theorie van de 'creative class' zijn er geen verschillen tussen de doelgroepen op basis van persoonskenmerken. Zo kiest elke doelgroep voor de caféwerkplek op basis van dezelfde voordelen die te behalen zijn door middel van deze persoonskenmerken. De eerste hypothese, die verwacht dat er geen verschil is tussen de gebruikers van flexibele werkplekken in cafés op basis van persoonskenmerken, kan worden verklaard aan de hand van de onderzoeksresultaten die in lijn zijn met de theorie van de 'creative class'.

5.2 Locatiefactoren

Het café dient als belangrijk locatieonderdeel in het werkproces. De werkzaamheden worden in verschillende cafés uitgevoerd en er ontstaan connecties tussen verschillende gebruikers. Kennisdeling en het stimuleren van ontmoetingen blijkt volgens de locatietheorie een belangrijk aspect voor het kiezen van het café als werkplek. Uit de data-analyse blijkt echter dat dit enkel van toepassing is op zelfstandige ondernemers, maar niet geldt voor werknemers in loondienst en studenten. De zelfstandige ondernemer bezoekt het café voor het uitvoeren van werkzaamheden in een andere setting dan thuis, of voor een afspraak met de klant en kiest hierbij voor een combinatie van werkzaamheden, zoals ook in de literatuur wordt beweert. De werknemer in loondienst komt vooral om eigen werkzaamheden uit te voeren, en niet om mensen te ontmoeten, hetgeen anders is dan de locatietheorie verklaart. De student komt om te studeren, individueel of in een groep. De tweede hypothese, die een verband verwacht tussen kennisdeling en het aantal bezoeken aan het café, kan op basis van de statistische testen niet worden geaccepteerd. Op basis van de kwalitatieve analyse kan worden geconcludeerd dat het agglomeratievoordeel, wat wordt beschreven door de locatietheorie, alleen van toepassing is op zelfstandige ondernemers.

5.3 Omgevingsfactoren

De verhouding tussen privé en werk wordt steeds belangrijker en het café is een gemakkelijke werkplek om de balans tussen deze domeinen te bewaren. Er kan worden geconcludeerd dat zelfstandige ondernemers en studenten kiezen voor een caféwerkplek in plaats van de thuiswerkplek om de scheiding tussen deze domeinen te waarborgen terwijl werknemers in loondienst deze scheiding juist willen verkleinen bij het kiezen van een caféwerkplek die zich dichtbij de privé omgeving bevindt. De doelgroepen hebben verschillende perspectieven bij het kiezen van de caféwerkplek met het oog op de balans tussen werk en privé. Echter voor alle doelgroepen is het belangrijk dat het café zich dichtbij de privé omgeving bevindt om de domeinen in balans te houden, zoals is verwacht op basis van de derde hypothese.

5.4 Discussie

Het onderzoek is uitgevoerd onder gebruikers van flexwerkplekken in cafés in de stad Groningen. Er is met meerdere doelgroepen contact gemaakt offline of online, op verschillende tijdstippen en locaties. Aan de hand van het toepassen van zowel een kwantitatieve- als kwalitatieve analyse op de data is de kwaliteit en representativiteit van het onderzoek vergroot. Een opmerking van het dataproces kan zijn dat er niet met alle gebruikers is gesproken waardoor er meer beweegredenen kunnen zijn om het café te gebruiken als werkplek dan in dit onderzoek aan bod zijn gekomen.

In dit onderzoek zijn drie doelgroepen te onderscheiden, waar mogelijk meerdere doelgroepen te onderscheiden zouden zijn. In dit onderzoek is gekeken naar de theorie van de 'creative class', naar hoogopgeleide beroepen en een populatie die werkzaam is in de creatieve en innovatieve sector. Lager opgeleiden, werkzaam in een andere sector, kunnen ook kiezen voor het café als werkplek of juist kiezen voor een andere werkplek, waarvoor vervolgonderzoek noodzakelijk is. Aangezien het onderzoek is uitgevoerd in diverse cafés, op verschillende tijdstippen en met verschillende respondenten, kan de uitkomst gegeneraliseerd worden naar andere, vergelijkbare steden. In Groningen is er sprake van clustering van cafés in de stad, waardoor deze automatisch zijn gekoppeld aan de centrumlocatie. In grotere steden kan dit echter anders zijn. De uitkomsten van dit onderzoek bieden kansen om de resultaten te genereren naar de gehele werkende populatie in Nederland op het gebied van het gebruik van het café als nieuwe flexwerkplek.

Referenties

- Aalbers, F. (2012). *Het Nieuwe Werken*. Radboud Universiteit te Nijmegen, Faculteit der Managementwetenschappen. Nijmegen: Radboud Universiteit te Nijmegen.
- Aenova. (2017). *Flexibel werken is het nieuwe werken*. Opgeroepen op februari 21, 2018, van <http://www.aenova.nl/flexibel-werken/>
- Alcácer, J., & Chung, W. (2009, November). Location Strategies for Agglomeration Economies. *Harvard Business School*.
- Appel-Meulenbroek, R. (2008). Managing “keep” factors of office tenants to raise satisfaction and loyalty. *Property Management*, 26(1), pp. 43-55.
- Arkenbout, R., Remøy, H., & Van der Voordt, T. (2012, Juni). Kantoren binnenste buiten gekeerd. *Real Estate het nieuwe werken*, 82(36).
- Baane, R., Houtkamp, P., & Knotter, M. (2011). Het nieuwe werken ontrafeld. In K. V. Gorcum (Red.). Assen: Koninklijke Van Gorcum.
- Berlee, M. (2012). *De geschiktheid van bestaand kantoorvastgoed voor een nieuwe, opkomende manier van werken*. Faculteit Architecture, Building and Planning, Master Real Estate Management and Development. Eindhoven: Technische Universiteit Eindhoven.
- Betlem, R. (2013, juni 3). Het statussymbool van het eigen kantoor verdwijnt. *Financieel Dagblad*.
- Campbell Clark, S. (2000). Work/Family Border Theory: A New Theory of Work/Family Balance. *Human Relations*, 53(6), 747-770.
- Chang, A., McDonald, P., & Burton, P. (2010, Oktober). Methodological choices in work-life balance research 1987 to 2006: a critical review. *The International Journal of Human Resource Management*, 21(13), pp. 2381–2413.
- Chen, Y., & Fulmer, I. (2017, September 26). Fine-tuning what we know about employees’ experience with flexible work arrangements and their job attitudes. *Human Resource Management*, 57(1), 381-395.
- Crompton, R. (2002, December). Employment, flexible working and the family. *British Journal of Sociology*, 53(4), pp. 537–558.
- Dijst, M. (2006). *Stilstaan bij beweging*. Faculteit Geowetenschappen, GeoMedia. Utrecht: Universiteit Utrecht.
- Esri Nederland op basis van BRT, BGT, BAG en DTB. (2018, april 20). Basiskaart Topo RD.
- Ferber, M., & O’Farrell, B. (1991, januari 1). *Work and Family : Policies for a Changing Work Force*. United States: National Academies Press.
- Florida, R. (2005). Review Roundtable - Response - Florida: Cities and the Creative Class. *Journal of the American Planning Association*, 71(2), 218.
- Florida, R. (2014, July). The Creative Class and Economic Development. *Economic Development Quarterly*, 28(3), 196-205.
- Gabe, T., & Abel, J. (2011, Mei). Agglomeration of Knowledge. *Urban Studies*, 48(1), 1353-1371.
- Harms, L. (2008). *Mostly mobile. Life situation and mobility in the Netherlands*. Universiteit Utrecht . Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Harrison, A., Wheeler, P., & Whitehead, C. (2004). *The distributed workplace: sustainable work environments*. London ; New York: Spon Press.
- Intermediair. (2013, februari 25). *De beste buiten-de-deur-werkplek van Groningen* . Opgehaald van https://www.intermediair.nl/werk-privabalans/flexwerken/de-beste-buiten-de-deur-werkplek-van-groningen?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F

- Kamer van Koophandel. (2018, februari 27). *Zzp'ers beslaan tweederde van alle ondernemingen*. Opgeroepen op maart 15, 2018, van <https://zypbarometer.nl/2018/02/27/zypers-beslaan-tweederde-van-alle-ondernemingen/#.Wq6t9RPOXBI>
- Ketting, J. (2014). *Het bedrijfsverzamelgebouw*. Real Estate & Housing , Real Estate Management. Delft: Technische Universiteit Delft, faculteit Bouwkunde.
- Metronieuws. (2017, februari 9). *WERKEN BUITEN HET KANTOOR PRIMA, MAAR IN HET CAFÉ?* Opgehaald van <https://www.metronieuws.nl/nieuws/binnenland/2017/02/werken-buiten-het-kantoor-prima-maar-in-het-cafe>
- Mooij, M. (2002). Kantoorinnovatie. In *Kantoorinnovatie* (p. 87). Wolters Kluwer.
- Osterwalder , A., Pigneur, Y., Bernarda , G., & Smith, A. (2014). *Value Proposition Design : How to Make Stuff People Want*. New Jersey, Canada: Joh Wiley & Sons.
- Ouye, J., Nagy, G., Slinger, B., & Langhoff, J. (2010). *Alternative Workplace Strategies in the Current Economy*. Alternative Workplace Benchmark Study. NEWWOW.
- Papalexandris, N., & Kramar, R. (1997). "Flexible working patterns: towards reconciliation of family and work",. *Employee Relations*, 19(6), pp. 581-595.
- Parr, J. (2002). Agglomeration economies: ambiguities and confusions. *Environment and Planning*, 34, 717-731.
- Pen, C.-J. (2002). *Wat beweegt bedrijven: besluitvormingsprocessen bij verplaatste bedrijven*. Utrecht: Koninklijk Nederlands Aardrijkskundig Genootschap.
- Tiem. (2010). Opgeroepen op februari 20, 2018, van http://www.goudappel.nl/media/files/uploads/Tiem_HetNieuweWerken.pdf.
- Twynstra Gudde. (2010, juli 8). *Nationaal Kantorenmarktonderzoek 2010*. Opgeroepen op februari 21, 2018, van <https://www.consultancy.nl/nieuws/twynstra-gudde-nationaal-kantorenmarktonderzoek-2010>
- van Akkeren, S. (2009). *Flexwrken in een academische werkomgeving*. Bouwkunde, Real Estate and Housing. Delft: Rechnische Universiteit Delft.
- van Dinteren, J. (2010). Hoe werken we straks? En waar? *Stedebouw + Ruimtelijke Ordening*, 4.
- van Dinteren, J., & van der Krabben, E. (2001, Januari). het nieuwe werken: méér dan werkplek en inrichting. p. 4.
- Weterings, A., Dammers, E., Breedijk, M., Boschman, S., & Wijngaarden, P. (2009). *De waarde van de kantooromgeving*. Planbureau voor de Leefomgeving. Den Haag/Bilthoven: Planbureau voor de Leefomgeving (PBL).
- ZZP Barometer. (2015, september 22). *Infographic: hoe regelt de zyp'er zijn flexwerkplek?* Opgehaald van ZYP Barometer: <https://zypbarometer.nl/2015/09/22/infographic-zyp-flexwerkplekken/#.WqpywxPOXBI>
- ZZP Barometer. (2017, 21 juni). *De 8 beste flexwerkplekken in Groningen*. Opgeroepen op maart 2, 2018, van <https://zypbarometer.nl/2017/06/21/zyp-besteflexwerkplekken-groningen/#.WqpyZxPOXBI>

Bijlagen

Bijlage 1: Enquêtevragen

Het gebruik van cafés in Groningen als flexibele kantoorruimte

Persoonskenmerken

1. **In welk werkverband bent u hoofdzakelijk actief?**
 - Zelfstandige ondernemer
 - Werknemer in loondienst fulltime of parttime (bijbaan)

2. Hoeveel uur per week bent u werkzaam in dit werkverband?
... uur

3. Bent u op dit moment nog aan het studeren?
 - Ja
 - Nee

4. Wat is uw leeftijd (in jaren)?
....

5. Wat is uw geslacht?
 - Man
 - Vrouw

6. Wat is je hoogst genoten opleiding?
 - Basis onderwijs
 - Voortgezet onderwijs (vmbo, havo, vwo)
 - Middelbaar beroepsonderwijs (MBO)
 - Hoger beroepsonderwijs (HBO)
 - Wetenschappelijk Onderzoek (WO)

7. In welke branche bent u actief?
 - Zakelijke (financiële) dienstverlening
 - Onderwijs
 - Kunst, cultuur en media
 - ICT
 - Publieke sector
 - Industrie en landbouw
 - Bouwnijverheid
 - Transport
 - Zorg en welzijn
 - Horeca en recreatie
 - Advies & Onderzoek
 - Anders: ...

Werkplekvoorkeuren

8. Naar welke werkplek gaat uw voorkeur uit om uw normale werkzaamheden uit te voeren?
- Thuiswerkplek
 - Werkplek in een café (onbetaalde, openbare, flexwerkplek)
 - Werkplek op een andere flex-locatie (betaalde, semi-openbare, flexwerkplek)
 - Kantoorwerkplek
 - Anders: ...
9. Voor welke locatie zou u kiezen als u de keuze had voor een (flex)werkplek?
- Centrumlocatie
 - Kennisomgeving
 - Stationslocatie
 - Industriële omgeving (buiten stadscentra)
 - Anders:

Het café als (flex)werkplek

10. Hoeveel keer per maand maakt u gebruik van een café als werkplek (in aantal bezoeken)?
...
11. Hoe lang duurt een gemiddeld bezoek (per keer) aan een caféwerkplek (in uren)?
...
12. Welk vervoersmiddel gebruikt u om op de locatie van de werkplek te komen?
- Lopen/fietsen
 - Openbaar Vervoer
 - Auto
 - Anders:
13. Hoe lang bent u (vanaf uw woning gemeten) gemiddeld aan het reizen om bij een caféwerkplek te komen (in minuten)
..... minuten
14. Hoe lang duurt een gemiddeld bezoek (per keer) aan een caféwerkplek (in uren)?
... uren
15. Hoe belangrijk is de 'locatie' van de werkplek in vergelijking met de werkplek zelf?
- Niet belangrijk
 - Een beetje belangrijk
 - Belangrijk
16. Hoe belangrijk is de bereikbaarheid van het café?
- Niet belangrijk
 - Een beetje belangrijk
 - Belangrijk

17. Hoe belangrijk is de nabijheid van andere voorzieningen (cafés, restaurants, winkels, openbare ruimten)
- Niet belangrijk
 - Een beetje belangrijk
 - Belangrijk
18. Wat is de voornaamste reden van het kiezen van een café als werkplek?
- Dichtbij de klant / collega
 - De meeste mogelijkheden voor kennisdeling
 - Makkelijke bereikbaarheid
 - Dichtbij privé omgeving (thuis)
 - Anders:...
19. De voornaamste functie waarvoor ik deze werkplek gebruik is als:
- Ontmoetingsfunctie: Gemak voor een afspraak met een klant/collega
 - Werkfunctie: Een locatie om te werken als vervanging van thuiswerkplek of kantoorwerkplek
 - Anders:...
20. Hoe belangrijk is de mogelijkheid voor kennisdeling (ontmoetingen)?
- Niet belangrijk
 - Een beetje belangrijk
 - Belangrijk
21. Hoe belangrijk zijn de werkvoorzieningen op de locatie (Wifi/stopcontacten etc.)?
- Niet belangrijk
 - Een beetje belangrijk
 - Belangrijk
22. Hoe belangrijk zijn de horecafaciliteiten op de locatie (koffie/thee, kwaliteit van het eten etc.)?
- Niet belangrijk
 - Een beetje belangrijk
 - Belangrijk
23. Hoe belangrijk zijn de kosten voor het gebruik van de locatie?
- Niet belangrijk
 - Een beetje belangrijk
 - Belangrijk

Enquêtetool

De enquête is afgenomen via het programma: Google Forms.

Introductietekst: De afgelopen jaren is 'flexwerken' een nieuwe trend geworden. Ook cafés worden steeds vaker gebruikt als werkplek. Maar waarom kiest u er voor om gebruik te maken van het café als werkplek? De resultaten van deze enquête worden meegenomen in mijn onderzoek met het onderwerp: 'Het Café als nieuwe kantoorwerkplek' waarbij ik onderzoek waarom flexwerkers hier gebruik van maken. Het onderzoek voer ik uit voor mijn bachelorscriptie aan de faculteit ruimtelijke wetenschappen bij de Rijksuniversiteit Groningen. Ik wil u alvast hartelijk bedanken voor uw deelname.

Bijlage 2: Locatie en tijdstip datacollectie

Lijst flexwerkcafés in Groningen

- De Uurwerker, Uurwerkersplein 1
- Flinders café, Schuitendiep 54
- Bakkerij Blanche, Brugstraat 28
- De Holtbar, Oude Kijk in Het Jatstraat 20
- Doppio, Brugstraat 6 & Gedempte Zuiderdiep 87
- Pernikkel, Aweg 2
- Coffee Company, Oude Ebbingestraat 99
- Coffee Brack, Gedemte zuiderdiep 26
- Wadapartja, Gedempte zuiderdiep

Meetmomenten

Maandag t/m vrijdag van 10:00 – 12:00 (ochtend) & 14:00 – 16:00 (middag).

Dag	Ochtend	Middag
Maandag	16 april 2018 23 april 2018	16 april 2018
Dinsdag	10 april 2018 17 april 2018 26 april 2018	10 april 2018
Woensdag	25 april 2018	11 april 2018
Donderdag	12 april 2018	12 april 2018
Vrijdag	20 april 2018	20 april 2018

Bijlage 3: Toetsingsmanieren theorie

Doelgroep	Testen van de theorie: <ul style="list-style-type: none"> • Hoogopgeleide mensen; • Werkzaam in innovatieve branchesectoren; • Schakelen tussen werkfuncties. 	Enquêtevragen: <ul style="list-style-type: none"> • Vraag 6: hoogst genoten opleiding; • Vraag 7: actief in welke branchesector; • Vraag 19: voornaamste functie die wordt uitgeoefend. 	Toetsing: <ul style="list-style-type: none"> • Filteren op hoogopgeleide mensen: hbo of wo; • Filteren op branchesector Zakelijke (financiële dienstverlening), Kunst, Cultuur & Media, ICT, Onderwijs en Advies & Onderzoek. • Testen of er sprake is van een combinatie van meerdere functies (werken en ontmoeten).
Locatiefactoren	Testen van de theorie: <ul style="list-style-type: none"> • Statische locatiefactoren: <ul style="list-style-type: none"> ○ Kostendaling ○ Productiviteitsstijging • Dynamische locatiefactoren: <ul style="list-style-type: none"> ○ Innovatie & motivatie belangrijk • Kennisoverdracht belangrijk • Ontmoeting belangrijk • Faciliteiten belangrijk 	Enquêtevragen: <ul style="list-style-type: none"> • Vraag 23: belangrijkheid kosten werklocatie; • De productiviteitsstijging en belangrijkheid van innovatie en motivatie worden getoetst in een kwalitatieve analyse; • Vraag 20: Belangrijkheid van kennisdeling en ontmoeting; • Vraag 20 & 21: Belangrijkheid faciliteiten werkvoorzieningen en horeca. 	Toetsing: <ul style="list-style-type: none"> • Achten de respondenten de kosten als belangrijk? • Achten de respondenten kennisdeling en ontmoeting als belangrijk? • Achten de respondenten de werkvoorzieningen en horecafaciliteiten als belangrijk?
Omgevingsfactoren	Testen van de theorie: <ul style="list-style-type: none"> • Dichtbij privé omgeving • Bereikbaarheid belangrijk • Nabijheid voorzieningen belangrijk 	Enquêtevragen: <ul style="list-style-type: none"> • Vraag 18: voornaamste reden kiezen van de werkplek is omdat het dichtbij huis is; • Vraag 16: Belangrijkheid bereikbaarheid café; • Vraag 17: belangrijkheid nabijheid andere voorzieningen. 	Toetsing: <ul style="list-style-type: none"> • Bezoeken respondenten het café omdat het dichtbij huis is? • Achten de respondenten de bereikbaarheid als belangrijk? • Achten de respondenten de nabijheid van andere voorzieningen als belangrijk?

Bijlage 4: Analyseschema SPSS

Enquêtevraag	Meetniveau	Nodig voor	Toets
1. Werkverband	Nominaal (dummy)	Groepsindeling	Kruistabel
2. Werkuren	Ratio	Verschil tussen groepen	Chikwadraattoets
3. Studerend	Nominaal (dummy)	Groepsindeling	Kruistabel
4. Leeftijd	Ratio	Verklarende variabele cafégebruik	Meervoudige lineaire regressie
5. Geslacht	Nominaal (dummy)	Verklarende variabele cafégebruik	Meervoudige lineaire regressie
6. Hoogst genoten opleiding	Nominaal	Verklarende variabele cafégebruik	Meervoudige lineaire regressie
7. Branche	Nominaal		
8. Werkplekvoorkeuren	Nominaal	Verschil tussen groepen	Chikwadraattoets
9. Locatievoorkeuren	Nominaal	Verschil tussen groepen	Chikwadraattoets
10. Cafégebruik	Ratio	Uitkomst voor verklarende variabelen	Meervoudige lineaire regressie
11. Lengte bezoek	Ratio	Uitkomst voor verklarende variabelen	Meervoudige lineaire regressie
12. Vervoersmiddel	Nominaal	Verklarende variabele cafégebruik	Meervoudige lineaire regressie
13. Reistijd	Ratio	Verklarende variabele cafégebruik	Meervoudige lineaire regressie
14. Belangrijk locatie	Ordinaal	Verschil tussen groepen	Chikwadraattoets
15. Belangrijk bereikbaarheid	Ordinaal	Verschil tussen groepen	Chikwadraattoets
16. Belangrijk nabijheid voorzieningen	Ordinaal	Verschil tussen groepen	Chikwadraattoets
17. Voornaamste reden kiezen café	Nominaal	Verschil tussen groepen	Chikwadraattoets
18. Voornaamste functie gebruik café	Nominaal	Verschil tussen groepen	Chikwadraattoets
19. Belangrijk kennisdeling	Ordinaal	Verschil tussen groepen	Chikwadraattoets
20. Belangrijk werkvoorzieningen	Ordinaal	Verschil tussen groepen	Chikwadraattoets
21. Belangrijk horecafaciliteiten	Ordinaal	Verschil tussen groepen	Chikwadraattoets
22. Belangrijk kosten	Ordinaal	Verschil tussen groepen	Chikwadraattoets

Bijlage 5: Uitkomst chikwadraattoetsen

Nulhypothese: In de populatie is er geen verschil tussen de waargenomen groepen, werknemers in loondienst (parttime of fulltime) en zelfstandige ondernemers. Om dit verschil tussen groepen te meten zijn er chikwadraattoetsen uitgevoerd. De onafhankelijke variabele is de groepsindeling (het voornaamste werkverband). De afhankelijke variabelen zijn de geteste variabelen die hieronder per variabele besproken worden. De voorwaarden om de test uit te mogen voeren zijn hierbij meegenomen (20% van de cases experts counts less than 5 and the minimum expected count no less than 1).

Aantal keer gebruik van het café als werkplek

Er wordt voldaan aan de voorwaarden om de test uit te voeren. De uitkomst van de toets is $>0,05$. De toets is niet significant, H_0 kan niet verworpen worden. Als we kijken naar hoe vaak de verschillende groepen gebruik maken van een café als werkplek, is er geen significant verschil aan te tonen door middel van de chikwadraattoets.

Locatie belangrijk

Er wordt voldaan aan de voorwaarden om de test uit te voeren. De uitkomst van de toets is $>0,05$. De toets is niet significant, H_0 kan niet verworpen worden. Als we kijken naar hoe belangrijk de verschillende groepen de locatie vinden t.o.v. de werkplek, is er geen significant verschil aan te tonen door middel van de chikwadraattoets.

Chi-Square Tests

	Value	df.	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,477 ^a	2	,290
Likelihood Ratio	2,587	2	,274
Linear-by-Linear Association	,001	1	,973
N of Valid Cases	136		

a. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,77.

Chi-Square Tests

	Value	df.	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,666 ^a	2	,435
Likelihood Ratio	1,670	2	,434
Linear-by-Linear Association	,645	1	,422
N of Valid Cases	136		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 12,15.

Bereikbaarheid belangrijk

Er wordt voldaan aan de voorwaarden om de test uit te voeren. Hiervoor zijn 2 categorieën samengevoegd: 'niet belangrijk' en 'een beetje belangrijk'. De uitkomst van de toets is $>0,05$. De toets is niet significant, H_0 kan niet verworpen worden. Als we kijken naar hoe vaak belangrijk de verschillende groepen de bereikbaarheid vinden, is er geen significant verschil aan te tonen door middel van de chikwadraattoets.

Nabijheid van andere voorzieningen

Er wordt voldaan aan de voorwaarden om de test uit te voeren. De uitkomst van de toets is $<0,05$. De toets is significant, H_0 kan verworpen worden. Als we kijken hoe belangrijk de verschillende groepen de nabijheid van andere voorzieningen vinden, is er een significant verschil aan te tonen door middel van de chikwadraattoets. De uitkomst van de lambda is 0,000. Dit geeft aan dat er een (zeer)zwak verband kan worden aangetoond. Ook de andere associatiematen (phi, Cramer's V en contingency coëfficiënt geven een (zeer)zwak verband aan.

Directional Measures

			Value
Nominal by Nominal	Lambda	Symmetric	,057
		Voornaamste werkverband. Dependent	,123
	Hoe belangrijk is de nabijheid van andere voorzieningen	Dependent	,000

Chi-Square Tests

	Value	df.	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,340 ^a	1	,560		
Continuity Correction ^b	,150	1	,698		
Likelihood Ratio	,338	1	,561		
Fisher's Exact Test				,565	,348
Linear-by-Linear Association	,337	1	,561		
N of Valid Cases	136				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15,51.

b. Computed only for a 2x2 table

Chi-Square Tests

	Value	df.	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,423 ^a	2	,024
Likelihood Ratio	7,417	2	,025
Linear-by-Linear Association	2,396	1	,122
N of Valid Cases	136		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13,41.

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	,234	,024
	Cramer's V	,234	,024
	Contingency Coefficient	,228	,024
N of Valid Cases		136	

Kennisdeling ontmoeting

Er wordt voldaan aan de voorwaarden om de test uit te voeren. Hiervoor zijn 2 categorieën samengevoegd: 'niet belangrijk' en 'een beetje belangrijk'. De uitkomst van de toets is $>0,05$. De toets is niet significant, H_0 kan niet verworpen worden. Als we kijken naar de belangrijkheid van kennisdeling en ontmoeting, is er geen significant verschil aan te tonen door middel van de chikwadrattoets.

Werkvoorzieningen op locatie

Er wordt voldaan aan de voorwaarden om de test uit te voeren. Hiervoor zijn 2 categorieën samengevoegd: 'niet belangrijk' en 'een beetje belangrijk'. De uitkomst van de toets is $>0,05$. De toets is niet significant, H_0 kan niet verworpen worden. Als we kijken hoe belangrijk werkvoorzieningen op de locatie zijn, is er geen significant verschil aan te tonen door middel van de chikwadrattoets.

Horecafaciliteiten

Er wordt voldaan aan de voorwaarden om de test uit te voeren. Hiervoor zijn 2 categorieën samengevoegd: 'niet belangrijk' en 'een beetje belangrijk'. De uitkomst van de toets is $<0,05$. De toets is significant, H_0 kan verworpen worden. Als we kijken hoe belangrijk de verschillende groepen horecafaciliteiten vinden, is er een significant verschil aan te tonen door middel van de chikwadrattoets. De uitkomst van de Lambda is 0,000, en dus kleiner dan 0,3. De uitkomsten van de Phi, Contingency Coefficient en de Cramer's V zijn ook kleiner dan 0,03. Daarom is er sprake van een (zeer)zwak verband.

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	4,142 ^a	1	,042		
Continuity Correction ^b	3,314	1	,069		
Likelihood Ratio	4,344	1	,037		
Fisher's Exact Test				,053	,032
Linear-by-Linear Association	4,112	1	,043		
N of Valid Cases	136				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,74.

b. Computed only for a 2x2 table

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,935 ^a	2	,230
Likelihood Ratio	2,940	2	,230
Linear-by-Linear Association	1,424	1	,233
N of Valid Cases	136		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,282 ^a	1	,131		
Continuity Correction ^b	1,558	1	,212		
Likelihood Ratio	2,249	1	,134		
Fisher's Exact Test				,188	,107
Linear-by-Linear Association	2,266	1	,132		
N of Valid Cases	136				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,13.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

	Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal		
Phi	-,175	,042
Cramer's V	,175	,042
Contingency Coefficient	,172	,042
N of Valid Cases	136	

Kosten

Er wordt voldaan aan de voorwaarden om de test uit te voeren. De uitkomst van de toets is $>0,05$. De toets is niet significant, H_0 kan niet verworpen worden. Als we kijken naar hoe belangrijk de kosten van de locatie zijn in een vergelijking tussen de groepen, is er geen significant verschil aan te tonen door middel van de chikwadraattoets.

Voornaamste reden kiezen werkplek

Er wordt voldaan aan de voorwaarden om de test uit te voeren. De uitkomst van de toets is $<0,05$. De toets is significant, H_0 kan verworpen worden. Als we kijken hoe belangrijk de verschillende groepen de nabijheid van andere voorzieningen vinden, is er een significant verschil aan te tonen door middel van de chikwadraattoets. De uitkomst van de lambda is 0,000. Dit geeft aan dat er een (zeer)zwak verband kan worden aangetoond. De andere associatiematen (phi, Cramer's V en contingency coëfficiënt) geven een matig verband aan.

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	,360	,001
	Cramer's V	,360	,001
	Contingency Coefficient	,339	,001
N of Valid Cases		136	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,594 ^a	2	,451
Likelihood Ratio	1,600	2	,449
Linear-by-Linear Association	,487	1	,485
N of Valid Cases		136	

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 15,93.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	17,610 ^a	4	,001
Likelihood Ratio	18,419	4	,001
Linear-by-Linear Association	,003	1	,957
N of Valid Cases		136	

a. 1 cells (10,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,77.

Directional Measures

			Value
Nominal by Nominal	Lambda	Symmetric	,092
		Voornaamste werkverband Dependent	,211
		Voornaamste reden voor het kiezen van cafe als werkplek Dependent	,000

Functiegebruik

Er wordt voldaan aan de voorwaarden om de test uit te voeren. De uitkomst van de toets is $<0,05$. De toets is significant, H_0 kan verworpen worden. Als we kijken naar welke functie de verschillende groepen uitoefenen op locatie, is er een significant verschil aan te tonen door middel van de chikwadraattoets. De uitkomst van de lambda is 0,000. Dit geeft aan dat er een (zeer)zwak verband kan worden aangetoond. De andere associatiematen (phi, Cramer's V en contingency coëfficiënt) geven een matig verband aan.

Directional Measures

			Value
Nominal by Nominal	Lambda	Symmetric	,112
		Voornaamste werkverband Dependent	,193
		Functiegebruik cafewerkplek Dependent	,000

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	,315	,001
	Cramer's V	,315	,001
	Contingency Coefficient	,301	,001
N of Valid Cases		136	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	13,519 ^a	2	,001
Likelihood Ratio	13,613	2	,001
Linear-by-Linear Association	3,483	1	,062
N of Valid Cases	136		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,54.

Verschil tussen groepen (werknemer, ZZP'er en studenten)

Nabijheid van andere voorzieningen

De belangrijkheid van de nabijheid van andere voorzieningen is na het uitsplitsen van de groepen niet meer significant.

Horecafaciliteiten

De belangrijkheid van de horecafaciliteiten is na het uitsplitsen van de groepen niet meer significant.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,766 ^a	2	,056
Likelihood Ratio	5,868	2	,053
Linear-by-Linear Association	,712	1	,399
N of Valid Cases	136		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,00.

Voornaamste reden kiezen werkplek

Er wordt voldaan aan de voorwaarden om de test uit te voeren na het samenvoegen van de categorieën 'De meeste mogelijkheden voor kennisdeling' en 'Stimulering creativiteit en concentratie in een andere omgeving' naar 'stimulering van de productiviteit d.m.v. de werkomgeving'. De uitkomst van de toets is $<0,05$. De toets is significant, H_0 kan verworpen worden. Als we kijken naar welke functie de verschillende groepen uitoefenen op locatie, is er een significant verschil aan te tonen door middel van de chikwadraattoets. De uitkomst van de lambda is 0,000. Dit geeft aan dat er een (zeer)zwak verband kan worden aangetoond. De andere associatiematen (phi, Cramer's V en contingency coëfficiënt) geven een (zeer)zwak tot matig verband aan.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,432 ^a	4	,169
Likelihood Ratio	6,570	4	,160
Linear-by-Linear Association	,587	1	,444
N of Valid Cases	136		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,00.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	13,805 ^a	6	,032
Likelihood Ratio	14,051	6	,029
Linear-by-Linear Association	,078	1	,781
N of Valid Cases	136		

a. 1 cells (8,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,75.

j

Directional Measures

		Value	
Nominal by Nominal	Lambda	Symmetric	,083
		Voornaamste werkverband Dependent	,157
		Voornaamste reden voor het kiezen van cafe als werkplek Dependent	,000

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	,319	,032
	Cramer's V	,225	,032
	Contingency Coefficient	,304	,032
N of Valid Cases		136	

Voornaamste functiegebruik

Er wordt voldaan aan de voorwaarden om de test uit te voeren. De uitkomst van de toets is $<0,05$. De toets is significant, H_0 kan verworpen worden. Als we kijken naar welke functie de verschillende groepen uitoefenen op locatie, is er een significant verschil aan te tonen door middel van de chikwadraattoets. De uitkomst van de lambda is 0,000. Dit geeft aan dat er een (zeer)zwak verband kan worden aangetoond. De andere associatiematen (phi, Cramer's V en contingency coëfficiënt) geven een (zeer)zwak tot matig verband aan.

j

Directional Measures

		Value	
Nominal by Nominal	Lambda	Symmetric	,121
		Voornaamste werkverband Dependent	,181
		Functiegebruik cafe werkplek Dependent	,000

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	16,814 ^a	4	,002
Likelihood Ratio	17,338	4	,002
Linear-by-Linear Association	,085	1	,770
N of Valid Cases	136		

a. 1 cells (11,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,50.

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	,352	,002
	Cramer's V	,249	,002
	Contingency Coefficient	,332	,002
N of Valid Cases		136	

Bijlage 6: analyse regressieanalyse

Er is een regressieanalyse uitgevoerd met als afhankelijke variabele, de uitkomst, het gebruik van het café als werkplek (in aantal keren per maand). De onafhankelijke, verklarende, variabelen die zijn meegenomen zijn vastgesteld op basis van de theorie:

- Het voornaamste werkverband (werknemer vs ZZP'er);
- Studerend (ja of nee);
- Leeftijd in jaren;
- Geslacht (man/vrouw);
- Reistijd naar het café in minuten vanaf de woning;
- Hoogst genoten opleiding (hbo, mbo, vo en referentiecategorie is WO);
- Vervoersmiddel (auto, openbaar vervoer en referentiecategorie lopen/fietsen).

Het model is significant. Uit de regressieanalyse is gebleken dat er een significant verband bestaat tussen of men studeert ja of nee, tussen de leeftijd in jaren en het geslacht ten opzichte van het aantal keren dat het café per maand wordt gebruikt, gezien de andere factoren.

Daarna is het model herhaald zonder de insignificant factoren.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1194,986	10	119,499	2,883	,003 ^b
	Residual	5056,984	122	41,451		
	Total	6251,970	132			

a. Dependent Variable: Gebruik van café als werkplek (keer per maand)

b. Predictors: (Constant), GROUP2OV, Voornaamste werkverband, GROUP2MBO, GROUP3VO, GesN, GROUP1HBO, GROUP1AUTO, Studerend, Reistijd naar het café in minuten (vanaf woning), Leeftijd in jaren

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,420	2,815		1,570	,119
	Voornaamste werkverband	-,813	1,335	-,058	-,609	,544
	Studerend	3,212	1,390	,233	2,311	,022
	Leeftijd in jaren	,195	,072	,273	2,717	,008
	GesN	-3,549	1,212	-,259	-2,929	,004
	Reistijd naar het cafe in minuten (vanaf woning)	-,106	,057	-,174	-1,857	,066
	GROUP1HBO	-,827	1,212	-,060	-,682	,497
	GROUP2MBO	-2,118	4,035	-,046	-,525	,601
	GROUP3VO	2,519	2,653	,087	,950	,344
	GROUP1AUTO	-1,820	2,270	-,073	-,802	,424
	GROUP2OV	1,188	2,789	,039	,426	,671

a. Dependent Variable: Gebruik van café als werkplek (keer per maand)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	GesN, Studerend, Leeftijd in jaren ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Gebruik van café als werkplek (keer per maand)

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,374 ^a	,140	,120	6,412

a. Predictors: (Constant), GesN, Studerend, Leeftijd in jaren

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	874,881	3	291,627	7,093	,000 ^b
	Residual	5385,934	131	41,114		
	Total	6260,815	134			

a. Dependent Variable: Gebruik van café als werkplek (keer per maand)

b. Predictors: (Constant), GesN, Studerend, Leeftijd in jaren

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,431	2,647		,918	,360
	Studerend	3,938	1,310	,287	3,006	,003
	Leeftijd in jaren	,181	,068	,256	2,662	,009
	GesN	-3,515	1,139	-,258	-3,085	,002

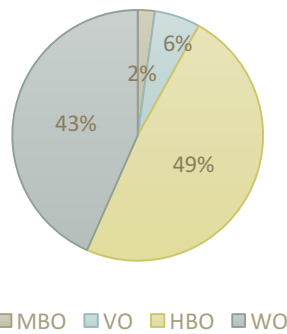
a. Dependent Variable: Gebruik van café als werkplek (keer per maand)

Het model en de verklarende variabelen zijn significant. Het aantal bezoeken per maand (afhankelijke variabele) is dus afhankelijk van of men studeert, de leeftijd en het geslacht. $Y = 2,431 + 3,938$ (wanneer studerend) $+ 0,181$ keer de leeftijd $-3,515$ (wanneer vrouw).

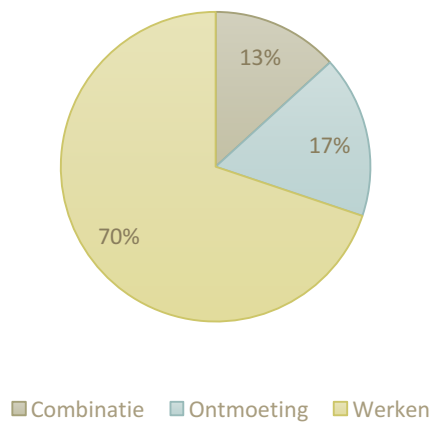
Bijlage 7: Enquêteresultaten

Persoonskenmerken

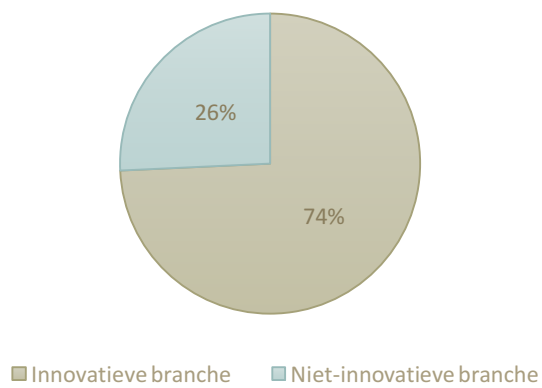
Opleidingsniveau (hoogst genoten opleiding)



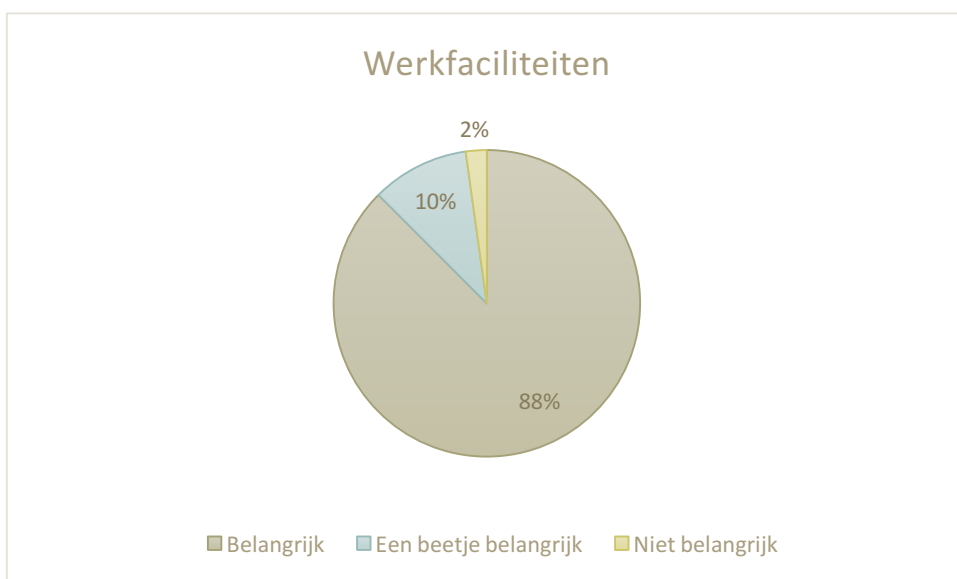
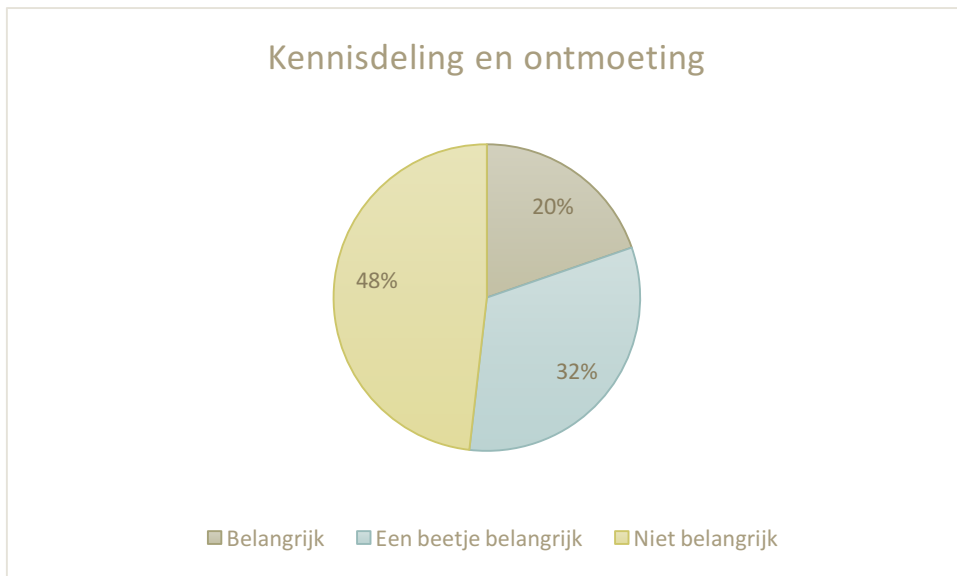
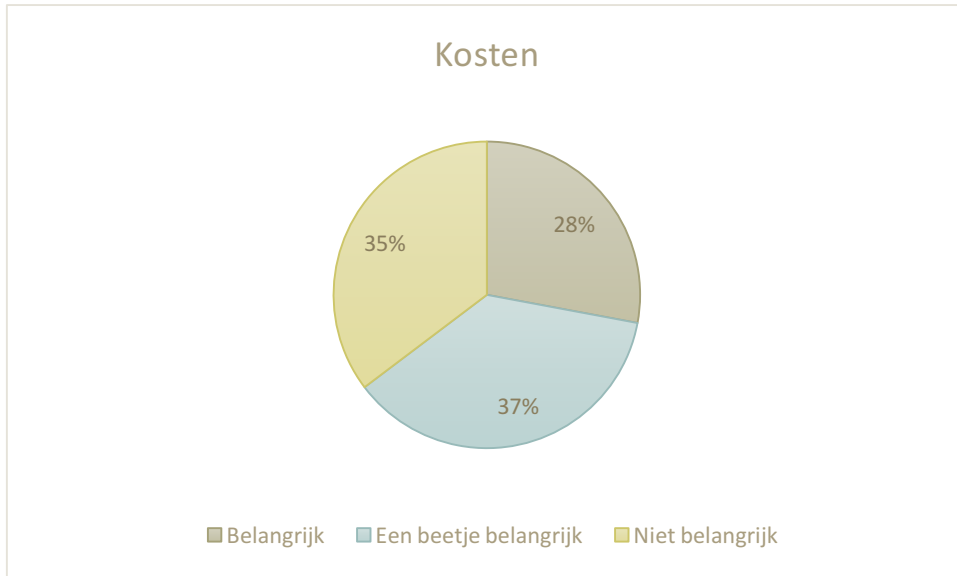
Werkfunctie



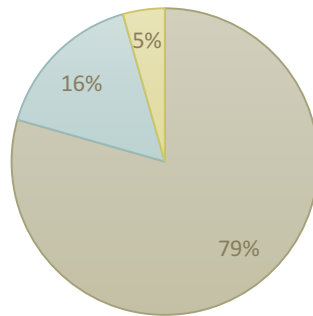
Branchesector



Locatiefactoren



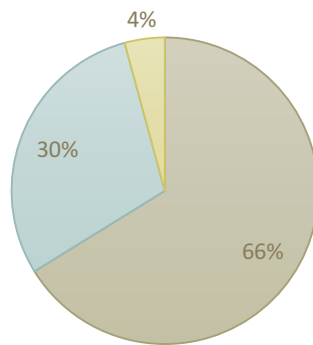
Horecafaciliteiten



■ Belangrijk ■ Een beetje belangrijk ■ Niet belangrijk

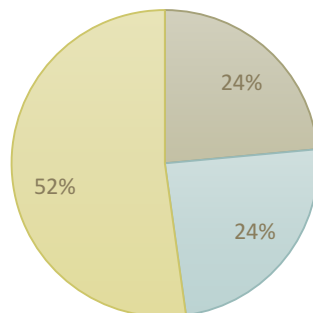
Omgevingsfactoren

Bereikbaarheid



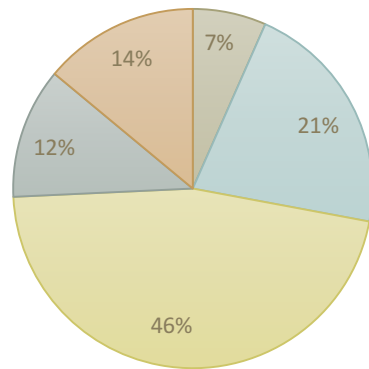
■ Belangrijk ■ Een beetje belangrijk ■ Niet belangrijk

Nabijheid van andere voorzieningen



■ Belangrijk ■ Een beetje belangrijk ■ Niet belangrijk

Bezoekredenen



■ De meeste mogelijkheden voor kennisdeling

■ Dichtbij klant/collega

■ Dichtbij prive omgeving

■ Stimulering creativiteit en concentratie

■ Makkelijke bereikbaarheid

Bijlage 8: Empathy map

Designed for:
Designed by:
Date:
Version:

Empathy Map Canvas

1 WHO are we empathizing with?
 Who is the person we want to understand?
 What is the situation they are in?
 What is their role in the situation?

GOAL

2 What do they need to DO?
 What do they need to do differently?
 What job(s) do they want or need to get done?
 What decision(s) do they need to make?
 How will we know they were successful?

6 What do they HEAR?
 What are they hearing others say?
 What are they hearing from friends?
 What are they hearing from colleagues?
 What are they hearing second-hand?

7 What do they THINK and FEEL?

PAINS
 What are their fears, frustrations, and anxieties?

GAINS
 What are their wants, needs, hopes and dreams?

What other thoughts and feelings might motivate their behavior?

3 What do they SEE?
 What do they see in the marketplace?
 What do they see in their immediate environment?
 What do they see others saying and doing?
 What are they watching and reading?

5 What do they DO?
 What do they do today?
 What behavior have we observed?
 What can we imagine them doing?

4 What do they SAY?
 What have we heard them say?
 What can we imagine them saying?

Last updated on 16 July 2017. Download a copy of this canvas at <http://gamestorming.com/empathy-map/>
© 2017 Dave Gray, xplane.com

ZZP'er	Werknemer in loondienst	Student
53 respondenten	50 respondenten	34 respondenten
<p>Wie Zelfstandige ondernemers die gemiddeld gezien fulltime werken, met een werkweek van 39,4 uur. De gemiddelde leeftijd is 36,6. De meest voorkomende branches waarin de respondenten werkzaam zijn, zijn de ICT branche, Kunst, cultuur & media en zakelijke dienstverlening. De ZZP'er heeft geen vaste werkplek, of heeft behoefte aan een veranderende omgeving als werkplek. Het overgrote deel van de zzp'ers komt om in het café te werken (28). Daarnaast komen ze om collega's/klanten te ontmoeten (16) of een combinatie daarvan (9). De rol is dus afhankelijk van de situatie, de branche waarin de persoon werkzaam is en de voorkeur voor het gebruik van het café van een bepaalde persoon.</p> <p>Verwachten De Zelfstandige ondernemer moet zijn brood verdienen met zijn onderneming. Hij moet geconcentreerd kunnen werken en taken (op tijd) kunnen volbrengen. Dit lukt het beste in een omgeving met andere mensen, maar zonder een échte werksfeer (zoals een kantoor). Hierdoor wordt de motivatie het meeste geprikkeld en de productiviteit, als resultaat daarvan, verhoogd. Het verschil met een werknemer in loondienst is dat een ZZP'er eigen klanten heeft, en deze persoonlijk spreekt. Daarom is klantenbinding en klantenontmoeting (persoonlijk contact) belangrijk. Zijn taak is dus óf werken óf klantenontmoeting óf een combinatie van beiden.</p> <p>De belangrijkste beslissing is: Waar wil de ZZP'er het liefste werken? Thuis, of buiten de deur? Kiest hij</p>	<p>Wie Werknemers in loondienst werken gemiddeld gezien 33 uur in de week. De gemiddelde leeftijd is 31,2 jaar. Deze groep is iets jonger dan de gemiddelde ZZP'er. Er zijn geen specifieke branches die veel meer voorkomen dan anderen. Belangrijke branches zijn het onderwijs, ICT, Kunst, Cultuur & Media, zakelijke (financiële) dienstverlening en zorg & welzijn. Opvallend is dat onderwijs en zorg & welzijn hier opkomend zijn, en er niet uitspringen bij zelfstandige ondernemers. Werknemers in loondienst komen voornamelijk naar het café om te werken (45) daarnaast een aantal om te ontmoeten (3) en combinatie daarvan (2).</p> <p>Verwachten De werknemer in loondienst wil geconcentreerd werken in een omgeving waar hij anoniem kan zijn maar wel onder de mensen. Dichtbij de privé omgeving is belangrijk, op een centrumlocatie. Ze hebben op het kantoor andere collega's waarmee veel contact is en gaan juist naar het café om zelf te werken, ongestoord. De keuze ligt hem vooral in de mogelijkheden van het bedrijf.</p> <p>De belangrijkste beslissing is: Is het mogelijk om in een café te werken vanuit het werkverband? Dan kiezen ze voor een werkplek in het café. Ongeacht de kosten, ook als ze deze zelf moeten dragen.</p>	<p>Wie Studenten studeren, en werken daarnaast 13 uur in de week. De gemiddelde leeftijd is 22,4 jaar en de maximale leeftijd 28. Het zijn voornamelijk studenten die studierend zijn aan RUG en daarnaast studenten van Hanzehogeschool. De student volgt een opleiding en is het grootste gedeelte van de week bezig met studeren. Daarnaast is hij/zij voornamelijk werkzaam in loondienst, maximaal 20 uur per week (30 studenten). 4 studenten zijn op dit moment ZZP'er. De rol van de student is het maken van studieopdrachten (deadlines halen) en daarnaast werkend om de maandelijkse kosten van het studeren te dekken. De student werkt in het café alleen of zit met een (project)groep in overleg, vaak voor studiedoeleinden.</p> <p>Verwachten De student trekt naar het café om te studeren. Het liefst doet hij/zij dit gratis. Er is wel een gevoel ontstaan dat het wenselijk is dat hij/zij meer moet besteden als hij/zij er langer zit. Daarnaast wordt van de student verwacht dat hij/zij zich meer aanpast aan de sociale wenselijkheid in zijn/haar omgeving. Realiseren dat ze zich in een openbare ruimte bevinden, waar interactie wenselijk kan zijn. Daarom zie je vaak dat studenten vragen aan het personeel of de manier van werken gewenst is. Daarnaast zijn er ook bepaalde cafés in de stad waar deze manier van werken al duidelijk is, en studenten trekken daar dan ook vaak naartoe.</p> <p>De belangrijkste beslissing is: Is dit de juiste plek voor mij om te studeren? Voldoet deze plek aan de eisen die ik stel aan mijn werkplek? Heb ik het</p>

<p>voor een vaste werkplek of een flexibele werkplek? De conclusie is dat dit afhankelijk is van de werkzaamheden van de ZZP'er en de branche waarin hij/zij werkzaam is.</p> <p>Zien ZZP'ers zien dat het wordt geaccepteerd om in een café te werken. Meer mensen maken gebruik van het café als werkplek en trekken daardoor ook zelf sneller naar het café toe. De keuze die ze hierdoor moeten maken tussen thuiswerken, een kantoor of naar een koffietent gaan wordt hierdoor makkelijker.</p> <p>De kosten spelen een bijzondere rol. De plek zelf mag niet veel geld kosten, bij voorkeur gratis (openbare locatie). De service, sfeer, horecafaciliteiten, daarvan maakt het (in principe) niet uit hoeveel het kost.</p> <p>ZZP'ers zijn aan het experimenteren en observeren in de zoektocht naar de ideale werkplek.</p> <p>Zelfstandig werken speelt hierbij een belangrijke rol. Kennisdeling en ontmoeting is minder belangrijk. Ontmoeting is wel belangrijk wanneer het de hoofdzaak is, dus wanneer er afspraken staan met klanten, maar anders speelt dit geen rol en wil men juist rustig kunnen werken.</p> <p>Zeggen ZZP'ers komen naar het café om uit de dagelijkse sfeer van thuis te zijn of omdat het een prettige ontmoetingslocatie is om de klant te ontmoeten. Een kantoor/werkplek huren is te duur daarom kiezen ze hier niet voor. Ze kiezen juist voor het café om de sfeer, het 'onder de mensen zijn' maar wel goed kunnen concentreren. Ze zeggen dat bereikbaarheid een belangrijke rol speelt (en dichtbij privé woning). Daarnaast is service een belangrijke rol, werkfaciliteiten en de</p>	<p>Zien Werknemers in loondienst zien dat collega's ook gebruik kunnen maken van een werkplek buiten de deur en volgen dit patroon. Ook zien ze zelf mensen in cafés werken waardoor ze hier de voorkeur aan geven i.p.v. de kantoorwerkplek of thuiswerkplek. Flexibel werken moet wel mogelijk zijn binnen de organisatie, dat is een voorwaarde. Zelf stimuleren ze dit wel, omdat ze merken dat ze deze flexibiliteit graag willen.</p> <p>De kosten spelen geen belangrijke rol in de keuze van de werkplek. Werknemers in loondienst zijn bereid te betalen voor de mogelijke manier van werken in een café.</p> <p>Zeggen De werkplekvoorkeur van de respondenten in loondienst gaat uit naar een werkplek in een café (onbetaalde, openbare, flexwerkplek). Deze voorkeur komt zelfs vaker voor dan een standaard kantoorwerkplek of thuiswerkplek. Geen enkele respondent kiest bij voorkeur voor een betaalde flexwerkplek. Dit kan zijn door de persoonlijke voorkeur maar dit kan ook afhangen van de mogelijkheden van het bedrijf (betaalde werkplek). De werkplek moet vooral dichtbij de privé omgeving gesitueerd zijn.</p>	<p>geld er voor over om gebruik te maken van deze plek?</p> <p>Zien Studenten zien dat collega-studenten buitenshuis werken. Dit kan in een koffiezaak of in een openbare bibliotheek. Ze zien dat er veel koffiezaken zijn waar mensen zitten (in elke zaak is een koffiezaak te vinden). Ze zien bekenden werken buiten de deur en trekken hier naar toe. Of ze komen mensen tegen, waarna ze vervolgens aansluiten in het café. Locatievoorstellen van andere mensen die gevolgd wordt (direct of indirect) brengt hun vaak naar het café. Studenten worden dur vooral door de omgeving geïntroduceerd met nieuwe locaties en gestimuleerd om hier te gaan werken. Onbewust kan sociale media een grote rol spelen maar er wordt niet actief naar gezocht.</p> <p>De kosten spelen voor de student een rol. Ze willen liever een gratis werkplek, maar als ze kiezen voor een café, dan maken de kosten niet veel uit.</p> <p>Zeggen Ze zeggen dat ze zich goed kunnen concentreren, dat ze komen om buiten de deur te werken op een plek waar een fijne sfeer hangt en onder de mensen te kunnen zijn. Sfeer: ruimte, licht, gezellig en druk. Daarnaast is de koffie erg goed. Ze gaan naar een café omdat de UB/OB vol zit. Daarnaast komen ze ook als ze willen samenwerken/overleggen.</p>
---	--	--

<p>mogelijkheden voor het afspreken met klanten.</p> <p>Doen Ze komen gemiddeld 7,9 keer per maand en ze zijn er gemiddeld 3,7 uur per keer. Ze komen voornamelijk lopend of op de fiets en zijn gemiddeld een kwartier onderweg.</p> <p>Ze gebruiken de werkplek om geconcentreerd te werken of een afspraak te hebben met een klant. Ze maken enkel gebruik van kennisdeling in de vorm van georganiseerde afspraken. Spontane kennisdeling is niet waarvoor ze komen, en ook niet waar ze behoefte aan hebben.</p> <p>Horen Van concullega's horen ze de plus- en minpunten van verschillende werkpleklocaties omdat ze allen flexibel werken. Ze spreken voornamelijk met medeondernemers die ze meerdere malen zijn tegen gekomen op dezelfde werkplek. Tijdens afname van de enquête geven ze aan dat ze niet naar het café gaan voor kennisdeling (naast vaste afspraken om) maar dit gebeurt wel in de praktijk blijkt uit diepgaandere gesprekken. Het ontmoeten blijft een trigger is om terug te komen naar het café, ze blijven elkaar indirect dus wel opzoeken.</p> <p>Denken en voelen <i>Pijn/frustratie</i> De frustraties van ZZP'ers zijn niet te vinden in het gebruik van de caféwerkplek, want ze kiezen hier het liefste voor. Wel hangt de keuze van de werkplek af van de werkzaamheden. Ze kunnen gemotiveerd raken door de omgeving. Ze kunnen niet altijd even geconcentreerd werken (dit hangt af van de bezoekers) maar krijgen meer inspiratie dan de 'sleur' van thuis. Dit zijn de variabelen die ze niet altijd zelf in de</p>	<p>Doen Ze komen gemiddeld 8,5 keer per maand en zijn er gemiddeld 4 uur per keer. Ze komen voornamelijk lopend of op de fiets en zijn gemiddeld 10 minuten onderweg.</p> <p>De bereikbaarheid is belangrijk en het liefste werken ze dichtbij huis. De werkvoorzieningen zijn erg belangrijk, de nabijheid van andere voorzieningen in de omgeving speelt geen rol.</p> <p>Horen Ze horen over flexwerken, implementatie hiervan binnen andere bedrijven of hun eigen bedrijf en willen hierin meegaan. Ze horen van collega's of andere mensen dat in een café werken ook mogelijk is bij een flexwerkconstructie. Dit stimuleert hen om het zelf ook uit te proberen.</p> <p>Denken en voelen <i>Pijn/frustratie</i> Hun frustratie is dat ze niet altijd in het café kunnen werken. Het aantal uren wordt (in sommige gevallen) beperkt door de mogelijkheden van het bedrijf in geoorlooftheid (sociaal wenselijkheid van aanwezigheid) maar ook bijvoorbeeld mogelijke kostenvergoedingen en daarnaast ook door de branche waarin ze werkzaam zijn. De pijn/frustratie zit hem er dus vooral in dat ze niet altijd invloed kunnen uitoefenen op</p>	<p>Doen Ze studeren gemiddeld 7,2 keer per maand en zijn hier dan gemiddeld 3,5 uur per keer. Ze open voornamelijk lopend of op de fiets en zijn gemiddeld 12 minuten onderweg.</p> <p>Ze maken gebruik van de WIFI en de stopcontacten met hun laptop als ze er alleen zitten. Daarnaast overleggen ze met anderen. Koffie is belangrijk als ze kiezen voor een café. Daarnaast speelt muziek een belangrijke rol (voor de sfeer).</p> <p>Horen Ze horen van collega-studenten dat werken in de Universitaire- of openbare bibliotheek gangbaar is. Een café is minder gebruikelijk. Wanneer ze wel besluiten om naar het café te gaan komen ze daar vaak omdat ze meegaan met iemand anders óf omdat ze er al eens eerder zijn geweest (met iemand anders) en het is destijds is bevallen. Wanneer de Universitaire- en openbare bibliotheken vol zijn, worden ze door het personeel naar de koffiezaakjes doorverwezen. Dit kan ook een belangrijke reden zijn voor het bezoek aan het café.</p> <p>Denken en voelen <i>Pijn/frustratie</i> Een consumptie is noodzakelijk om van de openbare werkplek in een café gebruik te maken. Dit kost geld en het merendeel van de studenten geven aan dat dit een rol speelt in het kiezen van de werkplek. Het is een frustratie als de Universitaire- of openbare bibliotheek vol zit en ze naar een café 'moeten' waarbij een consumptie noodzakelijk is. Daarnaast zijn de openingstijden een frustratie, omdat het café niet 'altijd' openbaar toegankelijk is, terwijl dit</p>
---	--	---

<p>hand hebben, en dat is hun enige frustratie. De koffiezaak biedt een werkplek voor één bepaalde sfeer en omgeving. Er is geen concentratiewerkplek bijvoorbeeld. Dit maakt dat juist de combinatie tussen thuis, en een café belangrijk is, en dat ze niet alleen in een café óf thuis kunnen werken.</p> <p><i>Winst/succes</i> Werkplekvoorkeur gaat uit naar of een thuiswerkplek óf een openbare werkplek en het liefste een combinatie van beiden. Als ze kiezen voor een café, kiezen ze voor een levendige werkplek met een goede sfeer, goede werkfaciliteiten en goede koffie. Gratis werkplekken zijn belangrijk, aangezien dit de grootste kostenpost zou zijn in de meeste branches die hier gebruik van maken.</p>	<p>de mogelijkheden om in een café te kunnen werken, vanuit de organisatie waarbij ze werkzaam zijn.</p> <p><i>Winst/succes</i> Mensen in loondienst hebben op het kantoor al sociaal contact. Als ze kiezen voor een café dan kiezen ze hiervoor omdat ze niet gestoord willen worden. Ze kiezen hier wel voor, boven een thuiswerkplek of kantooruimte. Hun winst/succes is dat ze juist een voorkeur geven aan een caféwerkplek, de informele werksfeer maar wel een geconcentreerde plek om te kunnen werken.</p>	<p>bij de Universitaire- of openbare bibliotheek wel het geval is.</p> <p><i>Winst/succes</i> De droom van studenten is om ergens te zitten en te overleggen óf om geconcentreerd te kunnen werken, in een ruimte met een fijne sfeer en andere mensen om zich heen, zonder de verplichting te voelen om consumpties af te nemen.</p>
--	---	--