

Mannen moeten maar ergens anders een werkplek zoeken

Emilie Sobels (31) verhuurt met haar bedrijf Hashtag Workmode werkplekken aan alleen vrouwen. Dat zorgt voor een sterke verbondenheid onder haar huurders.

Langs bij FD Jonge Talenten 2019

Vijf beloften uit de special FD Jonge Talenten 2019 van FD Persoonlijk openen deze zomer de deuren van hun bedrijven voor FD-redacteurs. Ze laten zien hoe ze werken, wat hen drijft en waar ze tegenaan lopen. Meer lezen over de talenten? Bekijk de special op www.fd.nl/talenten2019

Thomas de Heide
Rotterdam

Het perfecte plaatje. Die woorden kenmerken de werkplekken van Emilie Sobels. Het interieur smeekt er bijna om gedeeld te worden op Instagram. De okergele muren, vazen vol bloemen, de roze loungestoel met voetenbank: lopend door de vestiging in het historische Scheepvaartkwartier in Rotterdam struikel je over de blikvangers.

Dan zijn er nog snoepjes in hartjesvorm, een gouden keukenkraan en boeken met titels zoals *Just f*cking do it* en *Anti glamour*. Deze opzet slaat aan bij millennials, oftewel: de Instagram-generatie.

Haar werkplekken trekken dan ook over het algemeen jonge vrouwen, met enkele jaren werkervaring. Het zijn veelal zzp'ers met snelgroeiende bedrijven in de creatieve sector. Ze huren gemiddeld anderhalf jaar een bureau, totdat ze groot genoeg zijn om een eigen kantoor te betrekken.

Sobels is met Hashtag Workmode een kleine speler in de wereld van kantoorverhuurbedrijven, waar Regus, Spaces en WeWork de dienst uitmaken. De in Amsterdam wonende ondernemer kwam vier jaar geleden bij toeval op het idee werkplekken te verhuren toen ze door de hoofdstad fietste. Op de Brouwersgracht, midden in de grachtengordel, viel haar oog op een bord 'te huur'.

ZONDER LANG NADENKEN

In het pand bleek de benedenverdieping beschikbaar. Zonder er lang over na te denken — 'Ik maak heel snel keuzes' — besloot ze er een bureau voor haarzelf neer te zetten en de rest aan anderen te verhuren.

Ze werkte in die tijd als freelancer en had behoefte aan mensen om zich heen. 'Thuis achter de laptop aan de keukentafel bleek niets voor mij', vertelt ze vanaf een houten bank op het dakterras van de vestiging in Rotterdam. 'Ik miste collega's om me heen en kon me niet concentreren.'

Bovendien kon Sobels met de verhuur ongeacht haar aantal opdrachten een vast inkomen vergaren. Ze leegde haar spaarrekening en stopte €15.000 in de verbouwing en inrichting, die ze grotendeels liet sponsoren door meubelmerken.

Dat ze alleen werkplekken aan vrouwen zou gaan verhuren was toen nog niet bij haar opgekomen. Toch waren het vrijwel alleen vrouwen die vanaf dag één bij haar aan de slag gingen. Voor de eerste lichting huurders putte Sobels uit de eigen contactenlijst, die door haar eerdere werk bij onlinemodeplatform Fashiolista vooral bestond uit vrouwelijke bloggers, de voorlopers van influencers.

Al snel bestempelde modetijdschrift Elle de ruimte als ideale kantoorplek voor vrouwen. Het deed Sobels beseffen dat ze op die weg verder moest en ze spitste haar werkplekken toe op een duidelijk afgebakende doelgroep. Alleen vrouwen dus, mannen komen er niet in. Tegelijkertijd wilde ze ondernemende vrouwen op weg helpen. 'Ik heb nooit het gevoel gehad dat ik ben tegen-gewerkt omdat ik vrouw ben, maar ik merk wel dat mannen vaak andere verwachtingen hebben', licht ze toe.

Als voorbeeld haalt ze de verbouwing aan van de locatie in Rotterdam. 'Toen ik kwam binnenlopen, keken de schilders me aan met een blik van: wat kom jij hier doen? Ze verwachten niet dat ik als vrouw de baas ben.'

Juist omdat mannen bij Sobels geen werkplek mogen betrekken ontstaat een clubgevoel, vindt huurder Diente Jacobs (29). Ze biedt gepersonaliseerde golfreizen aan en heeft altijd in een mannenwereld gewerkt. Jacobs ervaart het als een groot pluspunt om nu eens alleen vrouwen om zich heen te hebben. 'Wij zijn goed in elkaar motiveren en in-

spireren', zegt ze terwijl haar hond Sjors zich onder tafel nestelt.

Marketeer Vyella Kaptein (28) ondervindt dat vrouwen anders ondernemen. 'Ik werk ook veel met mannen, maar wij vrouwen gunnen elkaar meer', zegt ze vanachter haar zilvergrijze MacBook. 'Als een klus niet bij mij past, geef ik die aan een van de anderen hier. Mannen zeggen eerder "nee" tegen een klant en daar blijft het dan bij.'

Ook de omgang is beleefder. 'Mannen zijn over het algemeen recht door zee, laten hun emoties los en staan eerder op hun strepen. Dat heeft ook voordelen, maar wij brengen een minder leuke boodschap vriendelijk over. En we hechten aan een goede sfeer.' Wat mannen en vrouwen gemeen hebben: graag over andere zaken praten. Lachend: 'Zij hebben het dan over voetbal, wij bespreken vakanties en webshops.'

In totaal betrekken nu 150 vrouwen een werkplek bij Sobels' bedrijf, dat vijf vestigingen telt op centrale locaties in Amsterdam, Rotterdam, Utrecht en Groningen. Een dag per week werkt Sobels vanuit een andere locatie dan Amsterdam om zo binding te houden met haar huurders. Die kunnen kiezen uit een abonnement van drie, zes of twaalf maanden. Afhankelijk van het bedrag dat ze maandelijks willen betalen kunnen ze per



Emilie Sobels tijdens een telefonisch overleg voor de ingang van de Rotterdamse vestiging van Hashtag Workmode FOTO: PETER BOER VOOR HET FINANCIEELE DAGBLAD

“**‘Thuis achter de laptop aan de keukentafel was niets voor mij. Ik miste collega's om me heen’**

Emilie Sobels
oprichter Hashtag Workmode

week één dag (vanaf €110), drie dagen (vanaf €160) of fulltime (vanaf €215) van een locatie gebruikmaken.

REGIONALE WENSEN

Regionaal kunnen klanten heel andere wensen hebben, leerde Sobels al snel. Amsterdammers wonen kleiner en hebben daardoor eerder behoefte aan werkruimte buitenhuis dan Rotterdammers. Ook reizen haar klanten in de hoofdstad meestal met openbaar vervoer of de fiets naar kantoor, terwijl Rotterdammers een parkeerplek belangrijk vinden.

Ook een wijze les: bind je niet aan lange huurcontracten. Haar eerdere locatie in Rotterdam, waarbij de keuken gedeeld moest worden gedeeld met een ander bedrijf, was niet wat ze er vooraf van verwacht had. 'Maar toen zat ik nog wel drie jaar aan het contract vast.'

Ondertussen speurt Sobels alweer naar een extra locatie, dit keer gaat ze voor echt groot. 'Zodat we ook evenementen in huis kunnen organiseren.' Dat zou zomaar kunnen gaan om de tweede editie van The Self-Made Summit, het door haarzelf opgerichte carrière-evenement voor ambitieuze vrouwen. Want als het aan Sobels ligt, is dit pas het begin van haar vrouwennetwerk.