

LESSEN UIT DE CRISIS

Doorgaan en geen gekke dingen doen

We hebben een lange economische crisis achter de rug. Heeft die ons uitgavenpatroon veranderd? En het ondernemersbeleid? In de serie 'Lessen uit de crisis' belichten we verschillende consumentensectoren. Vandaag: de huizenmakelaar.

BOUKE NIELSEN

Bij Unistee Makelaars raakten ze niet in de war van de crisis. Hilja Vredeveld en Nienke Poppema, het vrouwelijke makelaarsduo van het Harense kantoor, zijn gepokt en gemazeld in het vak. „We begonnen ons kantoor twee jaar voor de crisis”, zegt Poppema, „en met een nieuw bedrijf hoop je eerst iets op te bouwen. Maar goed, de crisis heeft ons niet geremd. We waren geen nieuwelingen op de markt, we hadden al ruime ervaring.”

Beide vrouwen werkten voorheen bij grotere kantoren en hadden gezamenlijk al zo'n 30 jaar expertise toen ze voor zichzelf begonnen. Poppema: „We kennen elkaar goed. We hoeven elkaar alleen maar aan te kijken om te weten wat er bedoeld wordt.” En Vredeveld vult aan: „We hebben dezelfde ideeën en denken allebei vanuit de klant. Meedenken, aanpassen en flexibiliteit, het staat bij ons voorop.”

Vredeveld en Poppema hebben niet veel tijd nodig gehad om zich in 2008 aan de crisis aan te passen, weten ze nog. Poppema: „De opbrengsten werden natuurlijk minder.” Vredeveld: „We hebben toen meer verhuur gedaan. En daar verdien je minder mee.” Poppema weet nog: „Het maakt je ook actiever. We gingen op een andere manier de huizen aanprijzen. En in ons voordeel was dat we als klein kantoor minder kosten maakten. Er hoefden bij ons geen vier makelaars van te leven.”

Het was ook gunstig dat ze in 2006 niet helemaal nieuw waren. De ervaring die ze bij grote kantoren hadden opgedaan, was mooi meegenomen en huizenverkopers wisten hen ook te vinden. Die ervaring maakt ook dat ze niet zo snel meer ergens van opkijken. Neem de vanaf-prijzen die steeds vaker opduiken, zeker in de stad Groningen. Het hoort bij de overspannen markt in de stad Groningen, maar

het levert hen wel een dubbel gevoel op.

Hilja Vredeveld: „Ik vind dat een makelaar in staat moet zijn een reële prijs te adviseren.” En Nienke Poppema: „Er zijn eigenlijk maar een paar makelaars die met vanaf-prijzen werken. Men lokt de kopers met een lage prijs en uiteindelijk wordt er ruim boven de reële prijs betaald. Het is een verkopersmarkt en dus werkt het. Maar er komt wel steeds minder aanbod en dus wordt de markt minder aantrekkelijk. En uiteindelijk hebben ook makelaarskantoren daar last van.”

Hilja Vredeveld: „Niemand kan in de toekomst kijken, maar 2007 was sky-high. Wie had gedacht dat het tien jaar later weer zo zou zijn? Het grote verschil met toen is de lage rente.” Nienke Poppema: „Maar toen kon ook alles. Je kon van alles mee laten financieren.”

De gekte op de markt uit zich momenteel op verschillende manieren. Ze maken zelf ook wel mee dat een partij het huis van hun klant ongezien wil kopen. Maar daar doen ze niet aan mee. Poppema: „Dat lijkt allemaal mooi, maar je loopt wel het risico dat de koper bij het zien van het huis ineens zegt: mwha, het is toch anders dan ik me voorgesteld had.” Het risico bestaat vervolgens dat de transactie ter discussie komt te staan.

Het makelaarsvak is volgens beiden veranderd. Er zijn nu meer producten en de presentatie van de huizen is geprofessionaliseerd. Vredeveld: „De foto's zijn heel veel langrijker geworden.” Maar een verkoper moet ook meer doen om het huis aan de man te brengen. Het huis moet bijvoorbeeld opgeruimd worden en soms moet er iets veranderd worden.

De les van de crisis is voor beide makelaars: gewoon doorgaan en positief blijven, geen gekke dingen doen. Een nieuwe crisis kunnen ze niet voorkomen, weten ze. „We doen geen dingen die we ons niet kunnen veroorloven”, zegt Vredeveld, „het is een automatisme bij ons. Zo'n eigenschap komt goed van pas.”

De crisis is inmiddels voorbij. Maar gaat het ook weer net zo goed als tien jaar geleden? Hilja Vredeveld: „Jazeker, het gaat zelfs beter dan in 2007. Er is veel nieuwbouw en vanuit de stad Groningen wordt steeds vaker in deze regio gekken.”

Volgende week toerisme

Voor deze serie heeft RegioNoordPannel in samenwerking met Enigma Research 750 Groningers en Drenten van 18 jaar en ouder gepeild over hun bestedingen tijdens en na de crisis. Ze spreken van een representatief onderzoek met een maximale foutmarge van 3,6 procent. De cijfers zijn de komende weken per sector te lezen op de website van Dagblad van het Noorden (www.dvhn.nl/lessenuit-decrisis)



Makelaars Nienke Poppema (rechts) en Hilja Vredeveld. FOTO CORNÉ SPARIDAENS