



HoGent
NATUUR
EN
TECHNIEK

De aankoopmakelaar in de Vlaamse vastgoedmarkt.

Joost Kuppens en Matthew Illegems

Bachelorproef voorgedragen tot het behalen van de graad van

Bachelor in het vastgoed

Afstudeerrichting: Makelaardij

Promotor : Ronny De Meyer

Tweede beoordelaar: Anne-Marie Bourivin

Instelling: stageplaats Mark Spain

Academiejaar 2014-2015

Examenkans 1 – Examenperiode 2



HoGent
NATUUR
EN
TECHNIEK

De aankoopmakelaar in de Vlaamse vastgoedmarkt.

Joost Kuppens en Matthew Illegems

Bachelorproef voorgedragen tot het behalen van de graad van

Bachelor in het vastgoed

Afstudeerrichting: Makelaardij

Promotor : Ronny De Meyer

Tweede beoordelaar: Anne-Marie Bourivin

Instelling: stageplaats Mark Spain

Academiejaar 2014-2015

Examenkans 1 – Examenperiode 2

Samenvatting

Het onderzoeken van de mogelijkheden van een aankoopmakelaar werd hoofdzakelijk uitgevoerd via:

- Enquêtes: bij twee doelgroepen, met name professionele makelaars en particulieren.
- verschillende interviews met makelaars in Vlaanderen en Amerika
- het onderzoeken van het concept “Buyer Agent”, zoals dit momenteel geldt in Amerika.

Uit de enquêtes blijkt dat particulieren een verschillende opinie hebben over de makelaar zoals ze die nu kennen en ook over de mogelijkheden van een aankoopmakelaar.

We hebben gemerkt dat de bevolking positief staat ten opzichte van het gebruik van een aankoopmakelaar, zelfs positiever dan veel makelaars zelf. Deze laatste hebben vaak schrik dat een aankoopmakelaar voor extra concurrentie zal zorgen –of erger - dat een deel van hun commissie onder druk zal komen te staan. De makelaars die al eens samenwerkten met een aankoopmakelaar waren daarentegen tevreden omwille van de professionaliteit bij de transacties.

De onbekendheid, het verschillend aanbod en de talrijke naamkeuzes bleken in het verleden een belemmering om potentiële kopers te overtuigen een beroep te doen op de diensten van een aankoopmakelaar. Het is natuurlijk ook moeilijk om professioneel over te komen als de eigen beroepsorganisaties het grotendeels zelf beschouwen als ‘nog niet belangrijk genoeg’.

Al meerdere personen zijn vol goede moed begonnen en hebben geprobeerd om als aankoopmakelaar te slagen, telkens onder een andere naam, met een andere manier van verloning en een ander takenpakket. Maar ze werden steeds met de voetjes op de grond gezet.

Zoals u zult merken, is er echter reden om optimistisch te blijven. Er zijn nog altijd makelaars die de overstap wagen en als aankoopmakelaar beginnen.

Woord vooraf

Eerst en vooral onze oprechte dank aan onze promotor, de heer Ronny De Meyer en onze begeleider, de heer Koen Van Damme voor het opvolgen van ons eindwerk, om zo tot een mooi en geslaagd eindresultaat te komen.

Wij zouden graag de hogeschool Gent willen bedanken voor het bieden van de opleiding, die ons de basis gaf om dit eindwerk tot een goed einde te brengen.

Onze dank gaat ook uit naar de mensen die actief onze enquêtes beantwoordden en naar de personen die de tijd vrijgemaakt hebben voor de interviews.

Dank ook aan iedereen die ons gesteund heeft tijdens ons eindwerk.

Ook aan Maxim Illegems en Openday.be een bedanking voor het leveren van email-adressen van verschillende immokantoren.

Als laatste willen wij The Markt Spain Team bedanken voor alle informatie die ze ons verschaften over dit onderwerp.

Inhoud

Inleiding	10
Hoe zijn wij tewerk gegaan?	11
De aankoopmakelaar	13
De geschiedenis.....	13
Onze eigen gedachtengang	14
De huidige positie van de aankoopmakelaar in Vlaanderen	14
Benaming.....	14
Dienstverlening	15
Prijzen	15
De huidige positie van een aankoopmakelaar in Amerika.....	16
Makelaarsonderzoek.....	17
Criteria's	17
De aankoopmakelaar	18
De meerwaarde van de aankoopmakelaar	18
Bereidheid tot onderhandelen met een aankoopmakelaar	22
Leiden onderhandelingen met een aankoopmakelaar tot een correctere prijszetting?	23
Verbetering van de reputatie van de makelaar en professionelere werking	24
Vormen van verloning	25
Zou u uw commissie willen delen met een aankoopmakelaar?	26
Hebt u ooit al advies gegeven aan potentiële kopers?	27
Ziet u uzelf werken als aankoopmakelaar?.....	29
Toekomstperspectief van de aankoopmakelaar	31
Onderzoeksinfo (verkoopmakelaar).....	32
Gedrukte media.....	32
Gebruik van etalage voor uithangen panden.....	33
Publiteit panden op eigen website	35
Publiciteit panden op Immoweb en andere websites	36
Panden waar geen publiciteit voor gemaakt wordt.....	38
Tussentijdse conclusie	39
Hoe vinden potentiële klanten de makelaarskantoren?	40
Hoe vindt u 'leads' (potentiële klanten)?.....	41
De verhoudingen in het aanbod.....	41
Tussentijds conclusie	42
Onderzoek particulier.....	43

Criteria's	43
Onderzoeksinfo (verkoopmakelaar).....	44
Tools bij het zoeken.....	44
Second opinion.....	45
Tussentijdse conclusie.....	45
Onderzoeksinfo (aankoopmakelaar).....	46
Meningen over het idee	46
Gedachtengang over Vlaamse verkoopmakelaar	48
Betere reputatie	48
Vergemakkelijken van de zoektocht naar een pand	50
Correctere prijszetting	51
Vergoeding	52
Als koper betaalt	53
Eventueel in de toekomst:	54
Tussentijdse conclusie.....	56
Aankoopmakelaar in België.....	57
Interviews.....	57
Residentieel.....	57
Bedrijfsvastgoed.....	66
Juridisch aspect	68
Informatie van Jurgen Vansteene:	68
De organen van het BIV hebben 3 wettelijke opdrachten:.....	68
Artikel BIV-News-2014:	69
Deontologie bij de makelaar.	69
Aankoopmakelaar van A tot Z in Amerika.....	71
Amerikaanse manier overgebracht naar Vlaanderen	71
Maken van een afspraak	71
De eerste afspraak.....	72
The home buying proces	73
Elf simpele stappen	74
De aankoop handleiding.....	77
Besluit.....	83
Interpretatie resultaten.....	83
Residentieel.....	83
Bedrijfsvastgoed.....	85

Interpretatie interviews	86
Residentieel.....	86
Bedrijfsvastgoed.....	86
Huidige situatie.....	87
Residentieel.....	87
Bedrijfsvastgoed.....	87
Toekomstperspectief.....	88
Residentieel.....	88
Bedrijfsvastgoed.....	88
Organisatie starten.....	89
Bibliografie	90
Woordenlijst.....	92
Lijst van afkortingen	92
Bijlagen	93
Logboek	93

Lijst van Illustraties

Tabel 1: de markt	17
Tabel 2: Doelgebied.....	17
Tabel 3: Grootte kantoor.....	18
Tabel 4: De markt t.o.v. de meerwaarde	19
Tabel 5: Doelgebied t.o.v. de meerwaarde.....	20
Tabel 6: Grootte kantoor t.o.v. de meerwaarde.....	21
Tabel 7: De markt t.o.v. het onderhandelen	22
Tabel 8: Grootte van het kantoor t.o.v. de prijszetting	23
Tabel 9: De markt t.o.v. de reputatie van de makelaar	24
Tabel 10: De grootte van de kantoren t.o.v. de verloning.....	25
Tabel 11: De markt t.o.v. het delen van de commissie.....	26
Tabel 12: Het doelgebied t.o.v. het advies geven voor kopers.....	27
Tabel 13: Grootte van het kantoor t.o.v. het advies geven voor kopers	28
Tabel 14: De markt t.o.v. het werken als aankoopmakelaar	29
Tabel 15: Grootte kantoor t.o.v. het werken als aankoopmakelaar.....	30
Tabel 16:Hoe ziet de markt de toekomst.....	31
Tabel 17: Publiciteit via etalages (de markt).....	33
Tabel 18: Publiciteit via etalages (grootte kantoor).....	34
Tabel 19: Publiciteit panden op eigen website (de markt)	35
Tabel 20: Publiciteit panden op immoweb (de markt)	36
Tabel 21: Publiciteit panden op andere websites (de markt)	37
Tabel 22: Geen publiciteit maken voor panden (de markt).....	38
Tabel 23: Hoe vinden klanten de makelaarskantoren	40
Tabel 24: Hoe vinden makelaarskantoren klanten	41
Tabel 25: De verhoudingen in het aanbod.....	41

Tabel 26: Geslacht	43
Tabel 27: Geboortejaar	43
Tabel 28: Hoeveelheid ervaring	44
Tabel 29: Hoeveelheid ervaring t.o.v. gebruik tools	44
Tabel 30: Hoeveelheid ervaring t.o.v. een second opinion	45
Tabel 31: Meningen over de aankoopmakelaar (het geslacht)	46
Tabel 32: Meningen over de aankoopmakelaar (geboortejaar)	46
Tabel 33: Meningen over de aankoopmakelaar (hoeveelheid ervaring).....	47
Tabel 34: Denkbeeld bij maatschappij t.o.v. de modale makelaar	48
Tabel 35: Betere reputatie (het geslacht)	48
Tabel 36: Betere reputatie (geboortejaar).....	49
Tabel 37: Betere reputatie (hoeveelheid ervaring).....	49
Tabel 38: vergemakkelijken van de zoektocht (geslacht)	50
Tabel 39: vergemakkelijken van de zoektocht (geboortejaar)	50
Tabel 40: vergemakkelijken van de zoektocht (hoeveelheid ervaring)	50
Tabel 41: Correctere prijszetting (het geslacht).....	51
Tabel 42: Correctere prijszetting (geboortejaar)	51
Tabel 43: Correctere prijszetting (hoeveelheid ervaring)	52
Tabel 44: Welke vergoeding t.o.v. de hoeveelheid ervaring	52
Tabel 45: vergoeding (geboortejaar).....	53
Tabel 46: vergoeding (Hoeveelheid ervaring).....	53
Tabel 47: Het geslacht t.o.v. de toekomst	54
Tabel 48: Leeftijd t.o.v. de toekomst	54
Tabel 49: Hoeveelheid ervaring t.o.v. de toekomst.....	55

Figuur 1: vastgoed Romain (immobilienromain.be)	57
Figuur 2: : Aankoopmakelaarskantoor Vinta(.vinta.be)	59
Figuur 3: Francis Desmet (.vastgoedcoach.be)	62
Figuur 4: Hendrik Nelde (jobat.be).....	63
Figuur 5: Bedrijfsvastgoedkantoor CD-vastgoed (CD-vastgoed.be).....	66
Figuur 6: “Core business van de vastgoedmakelaar: geïnformeerd worden en informeren”. monard-dhulst.be. 21/05/2015	70
Figuur 7: Home buying proces	73

Inleiding

Alle studenten uit de richting vastgoed makelaardij hebben in Commerciële Training geleerd hoe we een potentiële koper moeten opvangen en begeleiden in het aankoopproces. Bijvoorbeeld: het polsen naar de woonwensen en eisen, het aanbieden van mogelijkheden, het opvolgen, enzovoort.

Mevrouw Bourivin heeft dit allemaal goed uitgelegd in de lessen Commerciële Training zodat wij dit later in onze carrière als vastgoedmakelaar kunnen uitoefenen.

Maar laten we eerlijk zijn: hoeveel van de afgestudeerden doet effectief zoals we het geleerd hebben? Als we kijken naar de huidige makelaars, is dit maar een heel klein percentage. Voor personen die andere hogere studies deden dan Vastgoed, is dit nog minder vanzelfsprekend. Zeker aangezien je met ieder bachelor- en/of masterdiploma een BIV stage kan lopen en makelaar kan worden. Dan zijn er ook nog de personen die opereren als makelaar zonder BIV nummer in naam en opdracht van iemand anders met een erkenning.

Hoeveel makelaars helpen kopers uiteindelijk door meer dan alleen hun eigen portefeuille aan te bieden?

Vastgoed heeft nog talrijke andere problemen. Mensen denken bijvoorbeeld altijd dat de hoogste prijs gevraagd wordt. Terwijl er in het vastgoed geen hoogste en geen laagste prijs bestaat. Alleen een huidige marktprijs! Het idee van hoogste prijs komt voort uit een gebrek aan informatie. Het gebeurt maar zelden dat een makelaar meedeelt aan een potentiële koper hoe hij tot de prijs van een onroerend goed gekomen is. Hoogstens is de uitleg "dit is de gangbare prijs voor dit type woningen", zonder dat dit wordt vergeleken met onlangs verkochte panden of met andere panden die te koop staan. Zelden wordt ook een pand getoond dat bij een concullega te koop staat.

Niettemin zijn we er zeker van overtuigd dat makelaars zoals we ze nu kennen, een meerwaarde bieden en essentieel zijn op de vastgoedmarkt. Het is echter nog teveel naar de verkopers gericht. Voorbeelden uit andere landen tonen aan dat kopers ook graag een vertegenwoordiging hebben.

Iedere koop omvat een paar belangrijke vragen voor potentiële kopers. Het moeilijkste is de prijsbepaling, onder meer omdat veel panden niet gericht zijn naar de marktprijs maar naar de emotionele waarde van de eigenaar. De makelaar in kwestie zal dit natuurlijk niet direct tegenspreken en is vooral blij dat hij het pand in portefeuille heeft, mede veroorzaakt door de grote concurrentie op de Vlaamse vastgoedmarkt.

Als makelaar kunnen wij kopers ook helpen met praktische zaken zoals de begeleiding naar banken toe, het inspecteren van het huis, het overlezen van het contract, de fiscale voordelen, enzovoort.

De belangrijkste klant van de makelaar in Vlaanderen zoals wij hem momenteel kennen is de eigenaar - verkoper. De koper is ook een klant van die makelaar, maar niet de opdrachtgever. Die makelaar moet zich dan ook niet verantwoorden tegenover de koper. De koper kan die vertegenwoordiging bekomen door te werken met iemand die hem in zijn opdracht mee begeleidt bij het zoeken van een woning, namelijk een aankoopmakelaar. Dit leidde uiteindelijk tot de vraag: Kan een aankoopmakelaar een meerwaarde bieden op de Vlaamse vastgoedmarkt?

Hoe zijn wij tewerk gegaan?

Volgende vraag hebben wij centraal gesteld in ons onderzoek:

‘Kan een aankoopmakelaar een meerwaarde bieden op de Vlaamse vastgoedmarkt?’

Matthew had reeds een onderzoeksvraag voor de bachelorproef, namelijk ‘Kan een aankoopopdracht een meerwaarde bieden voor de koper?’. Om dit onderzoek te kunnen doen, had Matthew een stage gepland in Amerika.

Joost vroeg zich af hoe de verhoudingen waren van makelaars op gebied van marketing en wat de verhouding was van wie hoeveel verkocht (makelaar, notaris, openbare verkoop of uit de hand). Door hierover te praten, kwamen we op het idee te onderzoeken of deze twee onderwerpen aan elkaar gekoppeld konden worden. Zeker gezien het onderzoek ervoor kon zorgen dat we ineens ook een rondvraag konden doen over het idee van de aankoopmakelaar en zo konden nagaan of een aankoopmakelaar in Vlaanderen een kans maakt. Na het bepalen van de onderzoeksvraag en een eerste aflijning van wat we wilden doen, was het al tijd voor Matthew om naar Amerika te vertrekken voor zijn stage. Aan de hand van wekelijks Skype-gesprekken konden wij elkaar constant op de hoogte houden en bijsturen tijdens de onderzoeken.

Ons eerste werkpunt was het opmaken en versturen van een enquête naar de gewenste doelgroepen. De twee doelgroepen waren de professionele makelaars enerzijds en de particulieren anderzijds. De enquêtes werden zelf opgesteld en verstuurd door gebruik te maken van de web-toepassing ‘enquetemaken.nu’.

De resultaten van deze enquêtes hadden we nodig om te kunnen beginnen met het schrijven aan onze bachelorproef. De enquêtes werden samengesteld aan de hand van vragen die we in ons hoofd hadden bij het allereerste gesprek. De ervaringen die Matthew reeds had in Amerika vooraleer de enquêtes werden verstuurd, zorgden voor het bijsturen van de vragen, zodat er nog specifiek naar het aankoopgebeuren werd gepolst. De vragen zijn ook zo vaak mogelijk open gehouden omdat we hoopten dat dit ons de beste resultaten zou geven.

Na analyse van de eerste resultaten merkten we dat de bevroegde personen het een goede enquête vonden en de vragen ons een goede bron aan informatie verschaften. We konden bijgevolg verdergaan met het verdelen van de enquête. Op basis van de tussentijdse resultaten wist Matthew beter waarop hij moest letten tijdens zijn stage en welke vragen hij aan de makelaars in Amerika kon stellen.

De enquêtes hebben er ook voor gezorgd dat Joost op die manier makelaars kon bereiken die al eens als aankoopmakelaar hadden gewerkt. Door het telkens doorgeven van contacten hebben we uiteindelijk zes personen kunnen interviewen die regelmatig als aankoopmakelaar werken.

De vragenlijsten voor deze enquêtes werden gezamenlijk opgesteld, met als basis de opgedane ervaringen in Amerika en de verzamelde informatie rond de aankoopmakelaar. Daarbij werd zoveel mogelijk informatie verzameld tijdens de periode dat Matthew in Amerika zat. De dag na zijn terugkeer is die informatie uitvoerig onderling besproken, wat ervoor zorgde dat de inspiratie voor het schrijven kwam en we de rode draad voor ons eindwerk konden bepalen.

Bij het schrijven van onze bachelorproef baseerden we ons op de resultaten van de enquêtes, waar we samen conclusies uit trokken. Dankzij het continue samenwerken tijdens het verzamelen van de informatie en het delen van wat we hadden voor we begonnen met schrijven, verloren we weinig tijd met overleggen tijdens het schrijven

De aankoopmakelaar

De geschiedenis

Het beroep van aankoopmakelaar bestaat hoogstwaarschijnlijk al eeuwen in één of andere vorm, gaande van een rentmeester die een nieuw stuk domein koopt voor zijn heer in het feodale tijdperk tot iemand die voor de Britse adel buitenverblijven zocht in één van de kolonies. Maar het is pas sinds er een paar Amerikanen (who else?) zich begonnen af te vragen of de kopers wel genoeg vertegenwoordigd werden door een makelaar, betaald door de verkoper, dat er van een echte start van de aankoopmakelaar gesproken kan worden.

Om helemaal juist te zijn, is die echte start nog iets later. Het begin van de aankoopmakelaar voor het brede publiek situeert zich ergens begin de jaren '80. Vaak keert 1983 terug als meer exact jaartal. In dat jaar had de Federal Trade Commission een onderzoek gedaan bij kopers. Hieruit bleek dat de grote meerderheid van de ondervraagden dacht dat de makelaar die hen panden toonde (die hij dus zelf in portefeuille had,) werkte in het belang van hen als koper. Gezien de makelaars geen contract hebben met deze kopers maar wel met de verkopers, begon men zich vragen te stellen bij die werkwijze. De Federal Trade Commission zette druk op staten om ervoor te zorgen dat makelaars altijd aan de klant moesten zeggen voor wie ze werkten, en dit op papier. Begin jaren '90 hadden de meeste staten dit in een wet omgezet.

Net zoals een aankoopmakelaar nu in Vlaanderen een grijze zone is, was dat een goede 30 jaar geleden in de Verenigde Staten ook het geval. Men zat ongeveer een decennium lang in de fase van kleinschalige samenwerkingen tussen verschillende makelaars. Echt succes was afhankelijk van hoeveel connecties je had. Eén van de uitschieters was REBAC, een aankoopmakelaar franchise groep die voluit voor de promotie van de aankoopmakelaars ging en nog altijd gaat. Dé grote doorbraak voor de aankoopmakelaar was wanneer het NAR (National Association of Realtors) zich mee achter het systeem van aankoopmakelaars zette. In eerste instantie was deze organisatie, te vergelijken met het BIV, tegen het gebruik van aankoopmakelaars. Mede door het gelobby van REBAC en omdat het in de meeste staten verplicht werd dat makelaars transparant moesten zijn over wie hun klant effectief was, gingen ze overstag. Ze hebben zich er mee achter gezet in 1992-1993. Dit zorgde voor een enorme boost in het gebruik en bekendheid van de aankoopmakelaar. Of hoe een wet waarin makelaars verplicht worden om transparant te zijn over hun klant, kan zorgen voor een van de grootste evoluties ooit in vastgoed, toch zeker op de Amerikaanse markt.

In het spoor van de ontwikkelingen in de Verenigde Staten is het gebruik van een aankoopmakelaar overgewaaid naar andere landen. Het is moeilijk om van ieder land apart te achterhalen wanneer het ongeveer gestart is en hoe ver het ermee staat. Landen als Canada en Australië gingen daarin even ver als Amerika. In Nederland beleefde de aankoopmakelaar een glorie tijd begin deze eeuw, tot de crisis uitbarstte. Tegenwoordig hebben ze echter nog altijd een goede reputatie en is er een groot aanbod aan aankoopmakelaars.

Op Amerika na is het altijd de koper die de commissie van de aankoopmakelaar betaalt. Er zijn drie manieren waarop de aankoopmakelaar vergoed wordt. De meest gebruikte manier is op basis van een commissie op de koopprijs. Een tweede manier is werken met een vast

bedrag. Tot slot zijn er ook makelaars die werken met een commissie op het verschil tussen de vraagprijs en de effectieve verkoopprijs.

In het Verenigd Koninkrijk, Spanje, Italië en Frankrijk wordt er vooral met percentages gewerkt. Gaande van 5% aan de zuidkust in Frankrijk tot 2% in het Spaanse binnenland.

De vereisten om als aankoopmakelaar te kunnen werken, liggen ook in ieder land anders. In de meeste landen moet je als aankoopmakelaar dezelfde kwalificaties hebben als een verkoopmakelaar, ondanks dat het totaal van elkaar verschilt. In het Verenigd Koninkrijk is het voor iedereen mogelijk om te werken als aankoopmakelaar.

In België is het, net zoals in Nederland, sinds de eeuwwisseling dat er aankoopmakelaars verschijnen voor het grote publiek. In tegenstelling tot Nederland waar dit direct een succes werd, bleef dit echter in België redelijk onbekend en onbemind. Syntra had een opleiding vastgoedcoach waarvoor interesse kwam vanuit de makelaarswereld, maar het raakte nooit echt van de grond.

Onze eigen gedachtengang

Voor we startten met ons onderzoek hadden we zelf een duidelijk beeld over de aankoopmakelaar, namelijk een professionele tussenpersoon die bemiddelt voor de koper en hem begeleidt bij het proces van één van de grootste investeringen die hij in zijn leven doet. Dit is totaal verschillend van een verkoopmakelaar die de belangen verdedigt van de eigenaar – verkoper. Naarmate ons onderzoek vorderde, is deze gedachtegang grotendeels hetzelfde gebleven maar merkten we op dat er meerdere definities en benamingen gegeven worden aan personen die kopers bijstaan in Vlaanderen. Terwijl dit in de landen waar dit meer ingeburgerd is meer afgelijnd wordt. Net zoals bij ons de standaard manier van werken is, dat de verkoopmakelaar het hele verkoopproces doet.

De huidige positie van de aankoopmakelaar in Vlaanderen

De aankoopmakelaar is een onbekend gegeven in Vlaanderen. De meeste verkoopmakelaars hebben er al van gehoord maar zijn er nooit verder op ingegaan. Er zijn maar enkele makelaars die ook al effectief als aankoopmakelaar hebben gewerkt. De meeste makelaars interpreteren het gegeven aankoopmakelaar volledig anders; dit zowel bij de benaming, de gedachtengang, het aanbod en de prijzen.

Benaming

In Vlaanderen geven de mensen die het beroep aankoopmakelaar uitoefenen zichzelf vaak een andere benaming. Je krijgt hier zowel te maken met een aankoopmakelaar als een vastgoedcoach maar ook een vastgoedadviseur. Omdat dit gegeven al niet duidelijk is bij de makelaars zelf, kan dit ook onmogelijk duidelijk zijn bij de potentiële koper. De benaming is een discussiepunt apart. In deze bachelorproef zal er gewerkt worden met de term aankoopmakelaar.

Dienstverlening

Wat is nu juist de dienstverlening van een aankoopmakelaar, vastgoedcoach of vastgoedadviseur?

Alle personen die geïnterviewd werden, spraken van verschillende mogelijkheden op het gebied van de dienstverlening die ze aanboden. Sommige opdrachten van een vastgoedcoach zijn vanzelfsprekend bij een aankoopmakelaar, maar bij een adviseur dan weer niet, terwijl zij eigenlijk hetzelfde beroep uitoefenen.

De dienstverlening van een aankoopmakelaar in Vlaanderen bestaat uit meerdere aspecten. Zo zijn er in Vlaanderen aankoopmakelaars die als dienstverlening actief gaan zoeken voor de koper en de koper begeleiden in het volledige proces tot het tekenen van het compromis. Maar er bestaan ook volledig andere vormen van dienstverlening. Namelijk aankoopmakelaars in Vlaanderen die hun tijd niet verspillen met actief zoeken, maar de mensen begeleiden op het einde van het zoekproces en bemiddelen bij de prijs, zodat hun klant zo goed en goedkoop mogelijk kan wonen. De particulier betaalt hier de huidige marktprijs, dus zeker niet teveel. Dit type dienstverlening is van kortere duur.

In Vlaanderen bestaat ook de combinatie van deze 2 soorten dienstverlening: bijvoorbeeld Vinta, een startend bedrijf (vanaf 26 januari 2015) dat zich enkel toespitst op het beroep aankoopmakelaar. Hun dienstverlening is zeer uitgebreid en de klant heeft de keuze waar hij beroep op doet. Hoe gaan zij te werk? Ze willen eerst en vooral hun klanten beter leren kennen. Dit doen ze aan de hand van een woonprofiel dat je gratis kan aanmaken op hun site. Daarna helpt Vinta met zoeken. Zij helpen je het budget te respecteren en geven advies waar nodig. Op het einde van het proces zal er ook onderhandeld worden waarbij Vinta u de juiste begeleiding geeft. U kunt hierbij kiezen uit een uitgebreid gamma afhankelijk van de wensen of noden als potentiële koper.

Prijzen

Hoe wordt een aankoopmakelaar vergoed?

Ook hier bestaan verschillende systemen. Er is geen duidelijke lijn waar te nemen in Vlaanderen. Je hebt aankoopmakelaars die werken met een vaste dossierkost en een percentage van 2% (op de verkoopprijs) die de koper betaalt. Sommige aankoopmakelaars werken met een 'no cure no pay' methode zoals bij de verkoopmakelaar. Die werken met een percentage van 25% op het verschil tussen de verkoopprijs en vraagprijs. Bij deze vergoeding wordt er natuurlijk zeer zwaar onderhandeld tussen de verkoop- en aankoopmakelaar. Hoe meer er gericht wordt op de marktprijs, hoe beter voor de potentiële koper en de aankoopmakelaar. Hierbij spreken we van een win-win situatie.

Vinta werkt met een uitgebreide dienstverlening waar potentiële kopers uit kunnen kiezen. Die dienstverlening bestaat uit onderdelen die betaald worden met uurtarieven. Er zijn echter ook gratis aspecten uit deze dienstverlening, zoals het creëren van een woonprofiel.

Als de potentiële koper uiteindelijk koopt in het bijzijn van de aankoopmakelaar wordt 25% gerekend op het verschil tussen de oorspronkelijke vraagprijs en de effectieve aankoopprijs. Bedragen bij de aankoopmakelaars zijn richtprijzen, afhankelijk van het uiteindelijk bereikte resultaat.

De huidige positie van een aankoopmakelaar in Amerika

Zoals aangehaald, maakte de aankoopmakelaar (Buyer Agent) in de VS zijn debuut eind jaren '80, begin jaren '90. Een gesprek met Mark Spain (The Mark Spain Team, Keller Williams, Alpharetta) toonde aan dat het niet direct aanvaard werd. Makelaars die er toen mee begonnen, werden niet serieus genomen en soms gewoon weggelachen. Het heeft een tijd geduurd vooraleer men er goed kon mee omgaan. Net zoals nu in België, was een aankoopmakelaar geen beschermd beroep. Ook al had de aankoopmakelaar wel een contract met de koper, er waren twijfels over de geldigheid van het vertegenwoordigen. Volgens de National Association of Realtors gebruikt negen op de tien kopers een makelaar bij het zoeken van hun huis.

De commissie voor de aankoopmakelaar is algemeen genomen dezelfde als die van de verkoopmakelaar. Dit zorgt voor een grote misvatting, namelijk dat de verkoper de volle commissie (meestal 6%) betaalt. Vaak wordt de commissie in de verkoopprijs verrekend. Hierdoor is het uiteindelijk toch de koper die de commissie betaalt, gezien hij de enige is die geld op tafel legt. Toch blijkt dit goed te werken als verkooppraatje van de aankoopmakelaars om kopers te overtuigen met hen samen te werken.

Bij Mark Spain zijn ze ervan overtuigd dat de aankoopmakelaar gezorgd heeft voor een veel professioneler verloop van het vastgoedgebeuren in Amerika. Niet alleen omdat je nu twee professionelen hebt die met elkaar onderhandelen en ieder maar voor één iemand goed moet doen, maar vooral omdat dit zorgde voor diverse nevenberoepen die allemaal bijdragen tot een beter georganiseerd geheel. Zo is het gebruik van een 'Home Warranty' enorm toegenomen. Voor veel kopers is dat tegenwoordig een vereiste. Het hoeft geen betoog dat dit komt op aanraden van hun aankoopmakelaar en dat een verkoopmakelaar hier niet zo snel naar zou verwijzen.

Ook de bezichtigingen zijn veranderd. Vroeger gebeurde een bezichting steeds in het bijzijn van de verkoopmakelaar, zoals nu in België. Men merkte echter dat potentiële kopers hierdoor minder snel hun mening uitten, net zoals wanneer de eigenaars aanwezig zijn bij een bezichting. Daarom werd het gebruik van een keybox enorm populair. Een keybox is – zoals het woord het zegt- een soort doos waarin zich een huissleutel bevindt, deze hangt meestal aan de deurklink. Aan de hand van een applicatie op de smartphone (vóór de smartphone was het een sleutel of via het zenden van een geluid via de telefoon) kan een makelaar deze doos openen. Dit zorgt ervoor dat een koper ongestoord een huis kan bezichtigen met zijn eigen makelaar.

Makelaarsonderzoek

Het onderzoek is gebeurd door meerdere interviews af te nemen en opzoekingswerk te verrichten. Helaas is er geen groot platform van aankoopmakelaars in Vlaanderen. Het gebruik van enquêtes bracht meerdere zaken aan het licht. Daarnaast is door dit onderzoek de denkwijze van zowel particulieren als makelaars duidelijker geworden. Het onderzoek in Amerika werd vooral gedaan door informele gesprekken met makelaars, zowel langs aan- als verkoopzijde.

Criteria's

De enquêtes van de makelaars zijn verstuurd naar ongeveer 600 kantoren over heel Vlaanderen. Daarvan heeft ongeveer 10% de enquêtes ingevuld. Onder de makelaars zelf zijn er ook nog verschillen: op welke markt men opereert, grote of kleinere kantoren en waar het kantoor zijn activiteiten uitoefent.

De markt:

Soorten	Percentage beantwoord
Bedrijfsvastgoed	6,38%
Residentieel	65,96%
Residentieel en bedrijfsvastgoed	27,66%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 1: de markt

De residentiële kantoren hebben het meest geantwoord, namelijk 65,96%. Dit is logisch, gezien bedrijfsvastgoed in Vlaanderen een kleinere markt vormt dan het residentieel vastgoed. De kantoren die de combinatie residentieel en bedrijfsvastgoed hebben aangegeven, zijn meestal makelaars uit de residentiële markt met daarnaast activiteiten in bedrijfsvastgoed.

Doelgebied:

Soorten	Percentage beantwoord
Gemeenten	40,43%
Niet meegedeeld	8,51%
Provinciestad	19,15%
Stad	31,91%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 2: Doelgebied

Het aantal makelaarskantoren dat antwoordde op deze vraag, is 91,49%. Daaruit blijkt dat zowel de kantoren in de gemeenten, steden als in de provinciesteden even uitgebreid hebben geantwoord. De antwoorden in deze categorie zullen bijgevolg een goed beeld schetsen.

Omvang:

Als laatste zijn de enquêtes verdeeld naar de omvang van het kantoor (tussen haakjes staat het aantal personeelsleden vermeld).

Grootte	Percentage beantwoord
Gemiddeld (3-10)	27,66%
Groot (>-10)	6,38%
Klein (< 3)	44,68%
Niet meegedeeld	21,28%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 3: Grootte kantoor

Hierop heeft 78,72% de vraag beantwoord. De verhoudingen tussen de omvang van de kantoren komen volgens ons ongeveer overeen met de verhoudingen in de werkelijkheid. Uit die resultaten lijken de verhoudingen logisch, waardoor de antwoorden voldoende representatief zijn.

De aankoopmakelaar

De meerwaarde van de aankoopmakelaar

Via de enquête werd eveneens gepolst hoe de Vlaamse makelaar denkt over een aankoopmakelaar. Deze specifieke vraag peilt meer naar het idee of een aankoopmakelaar een meerwaarde kan bieden op de Vlaamse vastgoedmarkt.

Markt:

Soorten	Percentage beantwoord
Bedrijfsvastgoed	
Ja	100,00%
Residentieel	
Eventueel	16,13%
Ja	48,39%
Neen	35,48%
Residentieel en bedrijfsvastgoed	
Eventueel	46,15%
Ja	38,46%
Neen	15,38%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 4: De markt t.o.v. de meerwaarde

Als we de resultaten verdelen volgens het marktsegment waarin ze werken, zien we een groot verschil tussen het bedrijfsvastgoed en het residentieel. Bij bedrijfsvastgoed is men er voor de volle 100% van overtuigd dat een aankoopmakelaar een meerwaarde biedt. Bij het residentieel denkt het grootste deel dat de aankoopmakelaar een meerwaarde kan bieden, maar is er toch ook scepticisme over. Dit verschil kan verklaard worden doordat in bedrijfsvastgoed vaker met aankoopmakelaars wordt gewerkt, terwijl dit in het residentieel vastgoed amper voorkomt.

Doelgebieden:

Soorten	Percentage beantwoord
Gemeenten	
Eventueel	15,79%
Ja	47,37%
Neen	36,84%
Niet meegedeeld	
Eventueel	25,00%
Ja	50,00%
Neen	25,00%
Provinciestad	
Eventueel	33,33%
Ja	55,56%
Neen	11,11%
Stad	
Eventueel	26,67%
Ja	46,67%
Neen	26,67%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 5: Doelgebied t.o.v. de meerwaarde

In tegenstelling tot de eerste verwachtingen, namelijk dat er een verschil zou zijn tussen stad en platteland, is het verschil qua locatie niet doorslaggevend als het gaat over het geloof in potentieel. Uit deze tabel blijkt dat voor alle segmenten ongeveer 50% van de makelaars positief denkt over het gebruik van een aankoopmakelaar. Van de overige 50% zijn de meningen verdeeld tussen diegenen die er twijfelachtig tegenover staan en zij die er niet in geloven.

Grootte van het kantoor:

Grootte	Percentage beantwoord
Gemiddeld (3-10)	
Eventueel	23,08%
Ja	53,85%
Neen	23,08%
Groot (>-10)	
Eventueel	33,33%
Ja	66,67%
Klein (< 3)	
Eventueel	28,57%
Ja	38,10%
Neen	33,33%
Niet meegedeeld	
Eventueel	10,00%
Ja	60,00%
Neen	30,00%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 6: Grootte kantoor t.o.v. de meerwaarde

Bij deze tabel valt op dat hoe groter het kantoor is, hoe positiever ze er tegenover staan.

Bereidheid tot onderhandelen met een aankoopmakelaar

Markt:

Soorten	Percentage beantwoord
Bedrijfsvastgoed	
Ja	100,00%
Neen	0%
Residentieel	
Eventueel	25,81%
Ja	70,97%
Neen	3,23%
Residentieel en bedrijfsvastgoed	
Eventueel	7,69%
Ja	84,62%
Neen	7,69%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 7: De markt t.o.v. het onderhandelen

Het is positief om vast te stellen dat bijna alle makelaars bereid zijn om te onderhandelen met een aankoopmakelaar.

Leiden onderhandelingen met een aankoopmakelaar tot een correctere prijszetting?

Grootte van het kantoor:

Grootte	Percentage beantwoord
Gemiddeld (3-10)	
Geen idee	23,08%
Ja	23,08%
Neen	53,85%
Groot (>-10)	
Ja	33,33%
Neen	66,67%
Klein (< 3)	
Geen idee	28,57%
Ja	23,81%
Neen	47,62%
Niet meegedeeld	
Ja	30,00%
Neen	70,00%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 8: Grootte van het kantoor t.o.v. de prijszetting

Grotere kantoren denken dat een aankoopmakelaar geen invloed zal hebben op de prijszetting. Bij kleinere kantoren zijn de meningen meer verdeeld. Dit kan verklaard worden doordat grotere kantoren meer hun stempel kunnen drukken bij de eigenaar wanneer ze de prijs bepalen van het onroerend goed.

Verbetering van de reputatie van de makelaar en professionelere werking

Markt:

Soorten	Percentage beantwoord
Bedrijfsvastgoed	
Neen	33,33%
Eventueel	66,67%
Residentieel	
Ja	29,03%
Neen	54,84%
Eventueel	16,13%
Residentieel en bedrijfsvastgoed	
Ja	30,77%
Neen	38,46%
Eventueel	30,77%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 9: De markt t.o.v. de reputatie van de makelaar

De meeste kantoren zijn niet onmiddellijk overtuigd dat het er professioneler aan toe zal gaan en dat het een betere reputatie zal geven aan de sector. De grootste bekommernis is dat veel zal afhangen van de reglementering, het juridische kader en de invulling. Ook de controle op de aankoopmakelaars is nog een onbekend gegeven op de Vlaamse vastgoedmarkt, zeker omdat het BIV zich hier nog nooit heeft over uitgesproken.

Vormen van verloning

Grootte van het kantoor:

Grootte	Percentage beantwoord
Gemiddeld (3-10)	
Commissie	46,15%
Vast bedrag	23,08%
Vast bedrag + commissie	23,08%
Vast bedrag of commissie	7,69%
Groot (>-10)	
Commissie	66,67%
Vast bedrag + commissie	33,33%
Klein (< 3)	
Commissie	38,10%
Geen idee	28,57%
Vast bedrag	9,52%
Vast bedrag + commissie	14,29%
Vast bedrag of commissie	9,52%
Niet meegedeeld	
Commissie	50,00%
Geen idee	10,00%
Vast bedrag	10,00%
Vast bedrag + commissie	20,00%
Vast bedrag of commissie	10,00%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 10: De grootte van de kantoren t.o.v. de verloning

Als de Vlaamse makelaar als aankoopmakelaar zou werken, zou hij in eerste instantie kiezen voor een commissie als verloning. In het andere geval zou hij gaan voor een vast bedrag + commissie. Een op voorhand vast gelegd bedrag ziet hij het minst zitten. Een andere vaststelling is: hoe groter het kantoor, hoe liever met een commissie wordt gewerkt.

Zou u uw commissie willen delen met een aankoopmakelaar?

De markt:

Soorten	Percentage beantwoord
Bedrijfsvastgoed	
Eventueel	33,33%
Neen	66,67%
Residentieel	
Eventueel	19,35%
Ja	19,35%
Neen	61,29%
Residentieel en bedrijfsvastgoed	
Eventueel	23,08%
Ja	15,38%
Neen	61,54%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 11: De markt t.o.v. het delen van de commissie

Bij de verloning kunt u zien dat de makelaars een commissie prefereren. Als we kijken naar bovenstaande tabel zien we dat ongeveer 60% van de makelaars dit echt niet ziet zitten. Dit komt omdat makelaars geen rekening houden met het moeten delen van de toekomstige commissie wanneer ze een inkoopgesprek doen. Ze gaan ervan uit dat de aankoopmakelaar wordt betaald door de potentiële koper

Hebt u ooit al advies gegeven aan potentiële kopers?

Doelgebied:

Soorten	Percentage beantwoord
Gemeenten	
Ja	57,89%
Nee	42,11%
Niet meegedeeld	
Ja	75,00%
Nee	25,00%
Provinciestad	
Ja	66,67%
Nee	33,33%
Stad	
Ja	73,33%
Nee	26,67%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 12: Het doelgebied t.o.v. het advies geven voor kopers

Grootte van het kantoor:

Grootte	Percentage beantwoord
Gemiddeld (3-10)	
Ja	69,23%
Nee	30,77%
Groot (>-10)	
Ja	66,67%
Nee	33,33%
Klein (< 3)	
Ja	57,14%
Nee	42,86%
Niet meegedeeld	
Ja	80,00%
Nee	20,00%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 13: Grootte van het kantoor t.o.v. het advies geven voor kopers

Naarmate makelaars in meer bevolkte gebieden werken, hebben ze al vaker een koper advies gegeven over een pand dat ze niet zelf in portefeuille hadden. Dit principe geldt ook voor de gemiddelde en grote kantoren. Ongeveer 2/3^{de} van de makelaars heeft ooit al advies gegeven aan kopers. Hieruit kunnen we concluderen dat kopers toch vaak met vragen zitten en ze graag ook een second opinion hebben van iemand anders dan de makelaar van het te koop staande pand.

Ziet u uzelf werken als aankoopmakelaar?

Markt:

Soorten	Percentage beantwoord
Bedrijfsvastgoed	
Ja	100,00%
Residentieel	
Eerder niet	45,16%
Eerder wel	9,68%
Ja	32,26%
Nee	12,90%
Residentieel en bedrijfsvastgoed	
Eerder niet	46,15%
Eerder wel	15,38%
Ja	30,77%
Nee	7,69%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 14: De markt t.o.v. het werken als aankoopmakelaar

Grootte van het kantoor:

Grootte	Percentage beantwoord
Gemiddeld (3-10)	
Eerder niet	46,15%
Eerder wel	15,38%
Ja	38,46%
Groot (>-10)	
Eerder niet	66,67%
Ja	33,33%
Klein (< 3)	
Eerder niet	42,86%
Eerder wel	4,76%
Ja	33,33%
Nee	19,05%
Niet meegedeeld	
Eerder niet	30,00%
Eerder wel	20,00%
Ja	40,00%
Nee	10,00%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 15: Grootte kantoor t.o.v. het werken als aankoopmakelaar

2/3^{de} gaf aan dat ze al iemand hadden bijgestaan voor een aankoop en/of advies had gegeven. Desondanks geeft maar ongeveer 30% aan dat ze zichzelf als aankoopmakelaar kunnen zien werken. Dit geldt niet voor het bedrijfstgoed, daar ziet men zich voor de volle 100% werken als aankoopmakelaar.

Toekomstperspectief van de aankoopmakelaar

Markt:

Soorten	Percentage beantwoord
Bedrijfsvastgoed	
Geen idee	33,33%
Ja	66,67%
Residentieel	
Geen idee	54,84%
Ja	22,58%
Neen	22,58%
Residentieel en bedrijfsvastgoed	
Geen idee	53,85%
Ja	30,77%
Neen	15,38%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 16: Hoe ziet de markt de toekomst

Bij bedrijfsvastgoed viel op dat iedereen als aankoopmakelaar wil werken. Toch bestaat er lichte twijfel of dit in de toekomst de norm zal worden. Bij het residentieel zien we ongeveer hetzelfde patroon. Circa 30% ziet zichzelf werken als aankoopmakelaar. Ongeveer 20% gelooft echt dat dit zal doorbreken. Ongeveer de helft van de makelaars hebben hier hun twijfels over. Mits goede inlichting en omkadering zou een grote groep hiervan mee op de 'ja'-kar springen¹.

¹ Dat hangt af van de kwaliteit van de aankoopmakelaar en een eventueel regelgevend kader. Oreon properties
27/03/2015

Onderzoeksinfo (verkoopmakelaar)

Via dit deel van de enquête werd gepolst naar de huidige werkwijze van de makelaars. Meer specifiek: hoe ze hun panden op de markt zetten en hoe ze hun klanten vinden. Uit deze resultaten kan het eventuele nut van een aankoopmakelaar die zoekt in opdracht van een potentiële koper aangetoond worden.

Gedrukte media

Markt:

Soorten + procentueel aantal panden.	Percentage beantwoord
Bedrijfsvastgoed	
0-10%	100,00%
Residentieel	
0-10%	38,71%
21-30%	3,23%
41-50%	3,23%
61-70%	3,23%
71-80%	3,23%
81-90%	9,68%
91-100%	38,71%
Residentieel en bedrijfsvastgoed	
0-10%	23,08%
11-20%	7,69%
21-30%	7,69%
41-50%	7,69%
51-60%	7,69%
61-70%	7,69%
81-90%	23,08%
91-100%	15,38%
Eindtotaal	100,00%

Bij bedrijfstvastgoed valt het op dat niemand veel investeert in gedrukte media (kranten en dergelijke, geen vakbladen). Bij residentieel is er een duidelijk verschil tussen kantoren die reclame maken via gedrukte media en kantoren die dit niet doen. De uitschieters bevinden zich aan beide zijden. 4 op de 10 kantoren publiceert namelijk meer dan 80% van zijn panden via gedrukte media. Aan de andere zijde valt het op dat meer dan 3 op de 10 kantoren minder dan 20% publiceert in gedrukte media.

Gebruik van etalage voor uithangen panden

Markt:

Soorten + procentueel aantal panden.	Percentage beantwoord
Bedrijfstvastgoed	
0-10%	100,00%
Residentieel	
0-10%	12,90%
31-40%	3,23%
41-50%	3,23%
71-80%	6,45%
81-90%	12,90%
91-100%	61,29%
Residentieel en bedrijfstvastgoed	
0-10%	15,38%
11-20%	7,69%
51-60%	7,69%
61-70%	7,69%
71-80%	7,69%
81-90%	15,38%
91-100%	38,46%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 17: Publiciteit via etalages (de markt)

Grootte van het kantoor (zonder bedrijfsvastgoed):

Grootte + procentueel aantal panden	Percentage beantwoord
Gemiddeld (3-10)	
31-40%	10,00%
51-60%	10,00%
61-70%	10,00%
81-90%	10,00%
91-100%	60,00%
Groot (>-10)	
11-20%	33,33%
81-90%	66,67%
Klein (< 3)	
0-10%	19,05%
41-50%	4,76%
71-80%	9,52%
81-90%	9,52%
91-100%	57,14%
Niet meegedeeld	
0-10%	20,00%
71-80%	10,00%
81-90%	10,00%
91-100%	60,00%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 18: Publiciteit via etalages (grootte kantoor)

Weinig verbazend hebben de bedrijfstvastgoedkantoren geen etalage waaraan ze hun te koop staande panden aanbieden. De meeste residentiële kantoren hebben dit wel. Toch zien we dat bijlange niet alle kantoren al hun panden hebben uithangen. Slechts 60% van de kantoren die enkel residentieel werken, hangen alle panden op. 12% van de residentiële vastgoedmakelaars heeft geen enkel pand ophangen aan de gevel.

Publiciteit panden op eigen website

Markt:

Soorten + procentueel aantal panden.	Percentage beantwoord
Bedrijfstvastgoed	
81-90%	33,33%
91-100%	66,67%
Residentieel	
81-90%	6,45%
91-100%	93,55%
Residentieel en bedrijfstvastgoed	
21-30%	7,69%
91-100%	92,31%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 19: Publiciteit panden op eigen website (de markt)

Zoals verwacht, kunt u zien dat zowel residentiële - als bedrijfstvastgoedkantoren zo goed als alle panden op hun eigen website plaatsen. Het is slechts een verwaarloosbaar percentage die dit niet doet.

Publiciteit panden op Immoweb en andere websites

Markt (Immoweb):

Soorten + procentueel aantal panden.	Percentage beantwoord
Bedrijfsvastgoed	
0-10%	100,00%
Residentieel	
0-10%	3,23%
21-30%	3,23%
31-40%	3,23%
51-60%	3,23%
61-70%	9,68%
71-80%	9,68%
81-90%	6,45%
91-100%	61,29%
Residentieel en bedrijfsvastgoed	
0-10%	15,38%
41-50%	7,69%
71-80%	7,69%
81-90%	15,38%
91-100%	53,85%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 20: Publiciteit panden op Immoweb (de markt)

Markt: (andere immosities)

Soorten + procentueel aantal panden.	Percentage beantwoord
Bedrijfsvastgoed	
81-90%	33,33%
91-100%	66,67%
Residentieel	
0-10%	6,45%
31-40%	3,23%
61-70%	6,45%
71-80%	6,45%
81-90%	6,45%
91-100%	70,97%
Residentieel en bedrijfsvastgoed	
0-10%	7,69%
41-50%	7,69%
81-90%	15,38%
91-100%	69,23%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 21: Publiciteit panden op andere websites (de markt)

Uit deze resultaten blijkt dat het bedrijfsvastgoed weinig tot niets publiceert op Immoweb. Maar hun panden komen wel terecht op talrijke andere websites. Bij residentieel vastgoed plaatst ongeveer 60% van de kantoren al hun panden op Immoweb. Wat opvalt: dit is minder dan de 70% van de kantoren die hun panden op andere websites publiceert.

Panden waar geen publiciteit voor gemaakt wordt

Markt:

Soorten + procentueel aantal panden.	Percentage beantwoord
Bedrijfsvastgoed	
0-10%	100,00%
Residentieel	
0-10%	93,55%
11-20%	6,45%
Residentieel en bedrijfsvastgoed	
0-10%	76,92%
11-20%	15,38%
91-100%	7,69%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 22: Geen publiciteit maken voor panden (de markt)

Er zijn maar weinig makelaars die een pand hebben waar geen publiciteit voor gemaakt wordt. Dit is niet verbazingwekkend, gezien de meeste kantoren bijna al hun panden in portefeuille op hun website plaatsen.

Tussentijdse conclusie

Wat betekenen deze cijfers nu voor een aankoopmakelaar in het residentieel vastgoed?

Als we terugkijken naar wat er in gedrukte media komt, zien we dat veel kantoren een groot deel van hun aanbod publiceren in kranten en dergelijke. Eén op drie kantoren publiceert echter niets van hun aanbod. Het is dus gevaarlijk voor een koper als hij zich alleen maar op gedrukte media zou baseren.

In tegenstelling tot wat vaak gedacht wordt, is het zeker niet zo dat vastgoedkantoren al hun panden hebben uithangen aan hun etalage. Afhankelijk van de grootte van het kantoor is er ook een verschil tussen hoeveel procent van de panden er uitgehangen wordt. Dit kan verklaard worden door het feit dat de grotere kantoren zich vaak in een stadscentrum bevinden. Ze beschikken daarom niet altijd over voldoende gevelruimte om al hun panden uit te hangen. Net zoals het gevaarlijk is om als potentiële koper alleen te kijken in gedrukte media, is het geen goed idee om enkel te vertrouwen op hetgeen uithangt in etalages.

Praktisch elk kantoor heeft zo goed als alle panden op de website staan, wat weinig verbazingwekkend is. Dit zorgt vaak voor misplaatste euforie, gezien nog steeds niet iedereen volle toegang heeft tot het internet of ermee vertrouwd is. Denken we hierbij dan vooral aan de oudere generaties. Ook zijn niet alle immowebites even gebruiksvriendelijk, laat staan dat ze allemaal een goede mobiele versie hebben. Vooral bij de jonge mensen is het zoeken aan de hand van mobiele apparaten belangrijk. Zij hebben de neiging om snel weg te klikken als ze iets niet direct vinden of als de toepassing niet gebruiksvriendelijk is. Dit alles zorgt ervoor dat veel kantoren een vals luxegevoel hebben doordat alles op hun website staat en het beter lijkt dan dat het in realiteit is.

Vaak wordt er verondersteld dat alle panden wel op immosites zullen staan, met als meest bekende Immoweb. Uit onze resultaten blijkt echter dat zeker niet alle panden die bij een makelaar zitten, op Immoweb terecht komen. Er wordt door vastgoedmakelaars zelfs vaker gebruik gemaakt van andere immosites. Dit kan er zeker voor zorgen dat potentiële kopers door het bos de bomen niet meer zien. Ondanks al het aanbod op de immosites mag men een makelaar niet als een overbodig beroep zien.

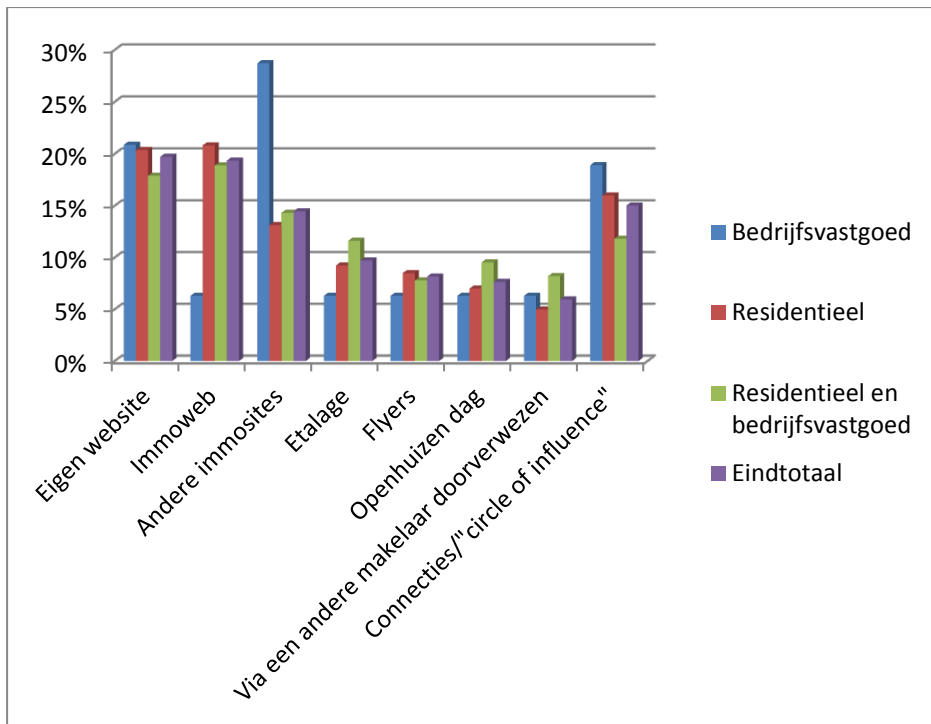
In Amerika werd het omgekeerde opgemerkt, namelijk dat door het ontstaan van sites als Zillow, Trulia en andere, meer gebruik gemaakt werd van een aankoopmakelaar. Het grootste verschil is dat de aankoopmakelaar in de beginfase meer begeleidt bij het zoeken, in plaats van echt zelf te zoeken.

Wat betekenen deze cijfers nu voor een aankoopmakelaar in het bedrijfstvastgoed?

Opmerkelijk hier is dat het bedrijfstvastgoed een andere manier van marketing heeft. Zo wordt er bijna geen reclame gevoerd in gewone media. Er wordt geen gebruik gemaakt van etalages om hun panden aan te prijzen. Het is ook opmerkelijk dat kantoren in het bedrijfstvastgoed geen gebruik maken van Immoweb, maar wel van andere immosites. Bij het bedrijfstvastgoed spelen connecties een veel grotere rol dan in het residentieel vastgoed. Als een aankoopmakelaar tewerk wil gaan op deze markt, zal hij uitgebreid kunnen zoeken op de websites omdat dit een belangrijke tool is van makelaars in het bedrijfstvastgoed.

Hoe vinden potentiële klanten de makelaarskantoren?

Markt:

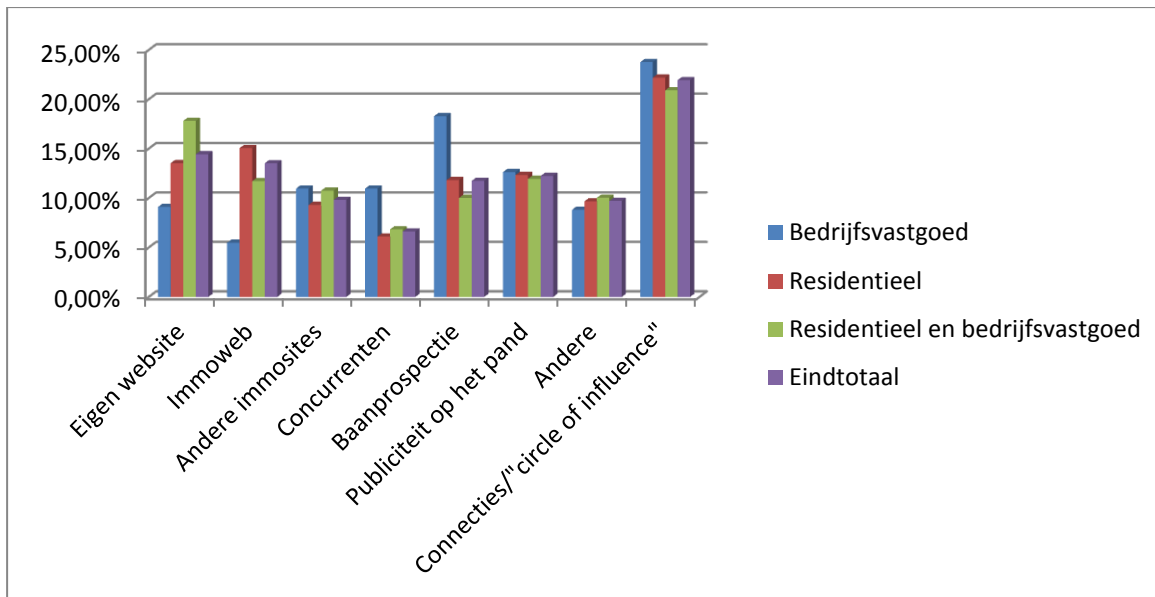


Tabel 23: Hoe vinden klanten de makelaarskantoren

Makelaarskantoren bekomen hun klanten voornamelijk via het internet (eigen website en immosites). De connecties zorgen ook voor veel klanten. De overige marketingkanalen zijn minder efficiënt. Dit kan verklaard worden doordat hier minder aandacht aan besteed wordt.

Hoe vindt u 'leads' (potentiële klanten)?

Markt:

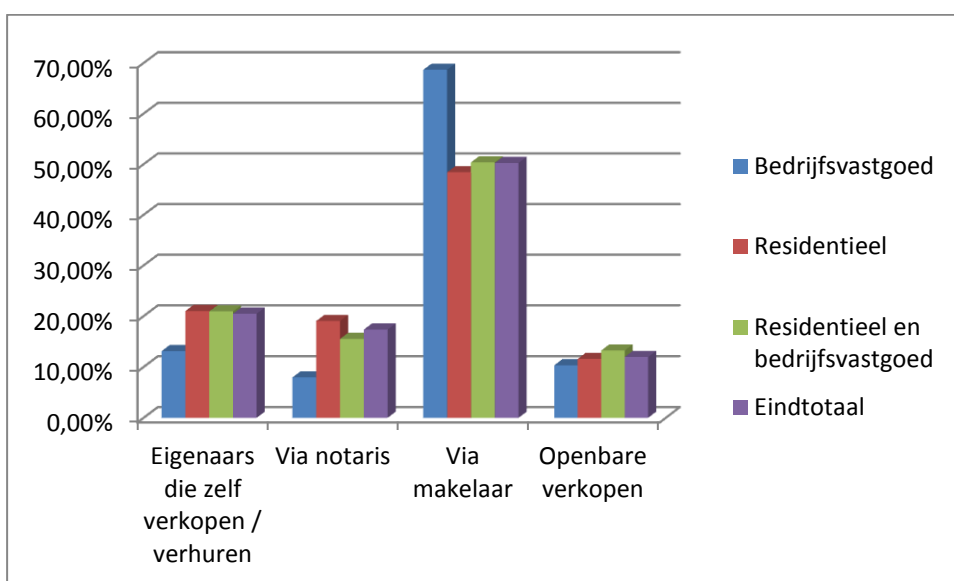


Tabel 24: Hoe vinden makelaarskantoren klanten

Wat hier duidelijk opvalt, is dat connecties het belangrijkste zijn op het vlak van het vinden van leads of potentiële klanten. Een eigen website en Immoweb komen op de 2de en 3de plaats bij het residentiële vastgoed. Daarnaast vormt prospecteren een belangrijke tool. Dit is zeker en vast voor het bedrijfsvastgoed een meerwaarde. Publiciteit op het pand plaatsen geldt eveneens als goede reclame. Bij bedrijfsvastgoed wordt er ook meer gekeken naar de concurrentie.

De verhoudingen in het aanbod

Markt:



Tabel 25: De verhoudingen in het aanbod

In het bedrijfstvastgoed gebeuren bijna 70% van de transacties via een makelaar. In het residentieel vastgoed is dit ongeveer 50%. Wat opvalt, is dat uiteindelijk maar 20% van de transacties via de eigenaar zelf gebeurt. Notarissen en openbare verkopen nemen 30% van de markt in beslag.

Tussentijds conclusie

Mensen staan vaak negatief tegenover een makelaar maar desondanks wordt er toch uitvoerig gebruik van gemaakt. Websites en Immoweb zorgen voor relatief veel contact tussen potentiële kopers en makelaars. Toch wordt er niet veel meer met deze klanten gedaan dan informatie geven over het pand waarvoor er interesse bestaat. Er zijn maar weinig makelaars die hun klant doorverwijzen naar een concullega als hij hen niet direct kan helpen. Het enige wat gebeurt met klanten die niet direct geholpen kunnen worden, is dat ze terecht komen in de database van het kantoor. Dit heeft ook te maken met het feit dat de makelaar niet contractueel verbonden is met de potentiële koper. In Vlaanderen wordt niet vaak gewerkt met 'referrals', waarbij de klant wordt doorverwezen naar een andere makelaar in ruil voor een deel van de commissie. Potentiële kopers hebben dikwijls geen goed of volledig overzicht op het aanbod dat via een notaris en/of openbare verkopen bestaat. De meeste eigenaars die zelf verkopen, werken aan de hand van sites zoals Immoweb. Al die verschillende opties maken het voor een potentiële koper moeilijk om het bos door de bomen te zien. Het grote aanbod aan informatie kan het voor kopers moeilijker maken om te beslissen. Een aankoopmakelaar kan hen hier in helpen.

Het is opmerkelijk dat in het bedrijfstvastgoed bijna 70% van het onroerend goed behandeld wordt door een makelaar. Dit is een pak meer dan bij het residentieel vastgoed. Wat ook opvalt, is dat in het bedrijfstvastgoed veel 'leads' (potentiële klanten) worden binnengehaald door middel van prospectie.

Onderzoek particulier

Net zoals bij de makelaars werd onderzoek gedaan bij de particuliere bevolking. Er zijn 153 enquêtes ingevuld. Deze enquêtes zijn ingevuld door mensen over heel Vlaanderen. De resultaten zijn opgedeeld volgens verschillende criteria.

Criteria's

Geslacht:

Geslacht	Procentueel beantwoord
Man	37,91%
Niet meegedeeld	5,88%
Vrouw	56,21%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 26: Geslacht

Als de antwoorden procentueel verdeeld worden op basis van het geslacht, hebben er meer vrouwen gereageerd dan mannen. Het verschil is niet van deze aard dat dit doorslaggevend is in de verdere resultaten.

Geboortejaar:

Leeftijd	Aantal van Leeftijd
< 1951	4,58%
1951 - 1960	19,61%
1961 - 1970	28,76%
1971 - 1980	24,18%
> 1980	20,26%
Niet meegedeeld	2,61%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 27: Geboortejaar

Als de antwoorden procentueel verdeeld worden per leeftijdscategorie merken we dat de juiste doelgroepen bereikt werden en ze evenredig verdeeld zijn tussen de verschillende leeftijdscategorieën.

Hoeveelheid ervaring:

Ervaring	Aantal van Vraag 2
Ervaren	43,79%
Geen ervaring	1,96%
Veel ervaring	43,14%
Weinig ervaring	11,11%
Eindtotaal	100,00%

Tabel 28: Hoeveelheid ervaring

Bij het kijken naar de ervaring van de mensen die de enquête invulden, valt op dat de meeste personen wel in aanraking zijn gekomen met het vastgoed.

Bij de verdeling werd gekeken naar welke soort transacties personen al hebben gedaan. 'Geen ervaring' bevat de personen die nog nooit in aanraking kwamen met vastgoed. Onder 'weinig ervaring' vallen de personen die alleen nog maar huurden. 'Ervaren' staat voor de personen die gekocht of verkocht hebben, eventueel in combinatie met het huren of verhuren van een onroerend goed. Als laatste zijn er de personen met veel ervaring, deze hebben minstens gekocht en verkocht.

Onderzoeksinfo (verkoopmakelaar)

Tools bij het zoeken

Hoeveelheid ervaring:

Tools	Ervaren	Veel ervaring	Weinig ervaring	Eindtotaal
Andere	2,99%	1,52%	0,00%	1,96%
Immosites	37,31%	28,79%	50,00%	35,29%
Immosites + notaris	19,40%	18,18%	10,00%	17,65%
Makelaar	1,49%	4,55%	5,00%	3,27%
Makelaar + immosites	23,88%	24,24%	35,00%	25,49%
Makelaar + notaris + immosites	13,43%	18,18%	0,00%	13,73%
Notaris	1,49%	4,55%	0,00%	2,61%
Eindtotaal	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tabel 29: Hoeveelheid ervaring t.o.v. gebruik tools

Uit resultaten blijkt dat er heel veel gebruik gemaakt wordt van immosites. Wat ook niet verbazend is in deze tijd. Namelijk ongeveer 90% van de ondervraagden geeft aan dat ze vroeg of laat een immosite gebruiken tijdens hun zoektocht naar een onroerend goed. Ongeveer 60% van de 90% die immosites gebruiken doen dit in combinatie met een makelaar en/of notaris. Waar rekening mee moet gehouden worden bij deze enquête is dat ze enkel online is verspreid. Mensen zonder internet konden niet meedoen aan de enquête, dit kan een invloed gehad hebben op de resultaten van deze vraag. Er vallen enkele verschillen op: in eerste instantie dat de mensen met weinig ervaring veel meer immosites gebruiken dan mensen met veel ervaring. Ook gaan ze sneller advies vragen aan een makelaar. De personen met meer ervaring passeren sneller bij een notaris.

Second opinion

Hoeveelheid ervaring:

Raad	Ervaren	Veel ervaring	Weinig ervaring	Eindtotaal
Advies van professional	49,25%	51,52%	30,00%	47,71%
Geen advies	10,45%	16,67%	0,00%	11,76%
Vrienden/Familie met vakkennis	35,82%	24,24%	65,00%	34,64%
zonder vakkennis	4,48%	7,58%	5,00%	5,88%
Eindtotaal	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tabel 30: Hoeveelheid ervaring t.o.v. een second opinion

Deze tabel toont aan dat een kleine 50% van de beantwoorde enquêtes aangeeft dat ze advies van een professional vragen. Ongeveer 35% vraagt alleen advies bij vrienden en / of familie die kennis hebben van het vastgoedgebeuren. Het valt op dat mensen met (veel) ervaring veel sneller advies vragen aan een professional. Mensen met weinig ervaring vertrouwen vaker nog op familie en vrienden om inlichtingen te vinden.

Tussentijdse conclusie

Deze eerste twee tabellen tonen aan dat mensen toch graag geholpen worden bij een aankoop. Meer dan 90% van de mensen gebruiken het internet bij het zoeken. Het internet is echter niet heiligmakend, want meer dan 70% van de mensen gebruikt ook nog een profesional bij het zoeken. Zes op de tien mensen die een professional gebruiken in de zoektocht, gebruikt daar een makelaar voor.

Eenmaal dat potentiële kopers een pand op het oog hebben, vraagt bijna de helft extra advies aan een professional over het pand. 34% gebruikt daarvoor vrienden of familie. In tegendeel tot wat men zou verwachten, vragen de mensen met meer ervaring bij het kopen en verkopen, nog steeds extra advies. Deze cijfers zijn positief voor het eventueel gebruik van een aankoopmakelaar. Ondanks het gemak van het internet blijken kopers toch nog extra advies nodig te hebben. Ook diegene die al vaker kochten, blijven andere personen aanspreken voor inlichtingen, waarschijnlijk bij sommige door een minder positieve ervaring.

Onderzoeksinfo (aankoopmakelaar)

Meningen over het idee

Geslacht:

Antwoorden	Man	Vrouw	Niet meegedeeld
Geen mening	5,17%	8,14%	33,33%
Interessant / goed	18,97%	32,56%	0,00%
Niet goed	32,76%	29,07%	33,33%
Twijfels	43,10%	30,23%	33,33%
Eindtotaal	100,00%	100,00%	100,00%

Tabel 31: Meningen over de aankoopmakelaar (het geslacht)

Geboortjaar:

Antwoorden	< 1951	1951 - 1960	1961 - 1970	1971 - 1980	> 1980	Niet meegedeeld
Geen mening	28,57%	6,67%	6,82%	2,70%	12,90%	25,00%
Interessant / goed	0,00%	30,00%	25,00%	18,92%	38,71%	0,00%
Niet goed	14,29%	36,67%	29,55%	43,24%	12,90%	50,00%
Twijfels	57,14%	26,67%	38,63%	35,14%	35,48%	25,00%
Eindtotaal	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tabel 32: Meningen over de aankoopmakelaar (geboortjaar)

Hoeveelheid ervaring:

Antwoorden	Ervaren	Veel ervaring	Weinig ervaring	Eindtotaal
Geen mening	5,97%	10,61%	10,00%	8,50%
Interessant / goed	23,88%	24,24%	35,00%	25,49%
Niet goed	34,33%	30,30%	20,00%	30,72%
Twijfels	35,82%	34,85%	35,00%	35,29%
Eindtotaal	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tabel 33: Meningen over de aankoopmakelaar (hoeveelheid ervaring)

Mannen twijfelen meer over het systeem van een aankoopmakelaar dan vrouwen. De vrouwen zijn eerder geneigd om het een goed idee te vinden. Opmerkelijk: circa 1/3^{de} vindt het geen goed idee.

Bij het kijken naar de leeftijd valt het op dat de 60-plussers hieromtrent veel twijfels hebben. De 50-plussers zijn eerder geneigd om dit geen goed idee te vinden. Een goede 36% vindt dit een slecht idee. Toch is er nog altijd 30% die dit wel ziet zitten. Bij de 40-plussers is er vooral twijfel. De 30-plussers daarentegen zijn net zoals de 50-plussers geneigd om hier negatief tegenover te staan. Dit in tegenstelling tot de personen onder de 30 jaar, zij vinden dit dan wel een goed idee.

Als we kijken naar de ervaring zien we dat, hoe minder ervaring, hoe interessanter iemand het idee vindt. Naarmate hij over meer ervaring beschikt, is hij geneigd het een minder goed idee te vinden. 35% van de mensen zitten met twijfels.

Gedachtengang over Vlaamse verkoopmakelaar

In de enquête werd de vraag gesteld of ze in 1 woord of 1 zin hun beeld over een modale Vlaamse makelaar konden schrijven. Weinig verbazingwekkend zorgde dit voor zeer uiteenlopende resultaten. Hieronder wordt een selectie gegeven van enkele antwoorden zowel contra's, neutraal en pro's.

Contra's	Neutraal	Pro's
Geldwolf	Vastgoed	Duur maar goed in hun werk
Sluw / gladde jongens	Soms nuttig, soms duur en soms overbodig	Tijdbesparend
Ze willen te snel te veel verdienen	Zowel in elk beroep 'goede' en 'slechte'	Deskundig, professioneel
Overbodig	Een makelaar is een verkoper	Onmisbaar geworden
Weinig kennis	Kan een grote hulp zijn	Tussenpersoon

Tabel 34: Denkbeeld bij maatschappij t.o.v. de modale makelaar

Betere reputatie

Geslacht:

Antwoorden	Vrouw	Man	Niet meegedeeld
Geen mening	6,98%	5,17%	22,22%
Ja	60,47%	65,52%	55,56%
Neen	18,60%	13,79%	22,22%
Twijfels	13,95%	15,52%	0,00%
Eindtotaal	100,00%	100,00%	100,00%

Tabel 35: Betere reputatie (het geslacht)

Geboortejaar:

Antwoorden	< 1951	1951 - 1960	1961 - 1970	1971 - 1980	> 1980	Niet meegedeeld
Geen mening	0,00%	6,67%	4,55%	8,11%	6,45%	50,00%
Ja	57,14%	66,67%	72,73%	62,16%	48,39%	25,00%
Neen	14,29%	23,33%	11,36%	16,22%	19,35%	25,00%
Twijfels	28,57%	3,33%	11,36%	13,51%	25,81%	0,00%
Eindtotaal	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tabel 36: Betere reputatie (geboortejaar)

Hoeveelheid ervaring:

Antwoorden	Ervaren	Veel ervaring	Weinig ervaring	Eindtotaal
Geen mening	4,48%	10,61%	5,00%	7,19%
Ja	64,18%	59,09%	65,00%	62,09%
Neen	17,91%	16,67%	15,00%	16,99%
Twijfels	13,43%	13,64%	15,00%	13,73%
Eindtotaal	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tabel 37: Betere reputatie (hoeveelheid ervaring)

Ondanks de grote twijfels over het systeem van de aankoopmakelaar die je kan vinden in de vorige resultaten, kan er opgemerkt worden dat een goede 60% gelooft dat een aankoopmakelaar kan zorgen voor een betere reputatie.

Vergemakkelijken van de zoektocht naar een pand

Geslacht:

Antwoorden	Man	Vrouw	Niet meegedeeld
Eerder ja	50,00%	41,86%	22,22%
Eerder nee	17,24%	16,28%	22,22%
Ja	20,69%	15,12%	11,11%
Neen	12,07%	26,74%	44,44%
Eindtotaal	100,00%	100,00%	100,00%

Tabel 38: vergemakkelijken van de zoektocht (geslacht)

Geboortejaar:

Antwoorden	< 1951	1951 - 1960	1961 - 1970	1971 - 1980	> 1980	Niet meegedeeld
Eerder ja	42,86%	40,00%	43,18%	51,35%	38,71%	50,00%
Eerder nee	28,57%	20,00%	15,91%	10,81%	22,58%	0,00%
Ja	0,00%	20,00%	18,18%	10,81%	25,81%	0,00%
Neen	28,57%	20,00%	22,73%	27,03%	12,90%	50,00%
Eindtotaal	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tabel 39: vergemakkelijken van de zoektocht (geboortejaar)

Hoeveelheid ervaring:

Antwoorden	Ervaren	Veel ervaring	Weinig ervaring	Eindtotaal
Eerder ja	46,27%	43,94%	35,00%	43,79%
Eerder nee	17,91%	18,18%	10,00%	16,99%
Ja	10,45%	16,67%	40,00%	16,99%
Neen	25,37%	21,21%	15,00%	22,22%
Eindtotaal	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tabel 40: vergemakkelijken van de zoektocht (hoeveelheid ervaring)

Mannen denken dat een aankoopmakelaar de zoektocht kan of zal vergemakkelijken terwijl vrouwen daar minder van overtuigd zijn. Een kwart van de vrouwen denken dat dit geen verschil zal maken.

Ongeveer 60% van de mensen van na 1951 denken dat het hen kan helpen hun zoektocht te vergemakkelijken. Bij degene van voor 1951 is dit nog maar 40%.

Van de mensen met weinig ervaring is ongeveer 40% ervan overtuigd dat een aankoopmakelaar de zoektocht zou vergemakkelijken. Ongeveer 35% van deze groep is eerder geneigd om te zeggen dat het de zoektocht kan vergemakkelijken. Mensen met meer ervaring zijn iets minder optimistisch over het idee. Toch denken zij dat het hun zoektocht makkelijker kan maken.

Wat opvalt, is dat er veel mensen eerder positief tegenover het idee staan dat zoeken gemakkelijker zal verlopen. Uit cijfers blijkt dat ongeveer 60% van de ondervraagden minstens denkt dat een aankoopmakelaar een zoektocht naar een onroerend goed gemakkelijker kan maken.

Correctere prijszetting

Geslacht:

Antwoorden	Man	Vrouw	Niet meegedeeld
Eerder ja	65,52%	55,81%	22,22%
Eerder nee	17,24%	20,93%	22,22%
Ja	5,17%	6,98%	22,22%
Neen	12,07%	16,28%	33,33%
Eindtotaal	100,00%	100,00%	100,00%

Tabel 41: Correctere prijszetting (het geslacht)

Geboortjaar:

Antwoorden	< 1951	1951 - 1960	1961 - 1970	1971 - 1980	> 1980	Niet meegedeeld
Eerder ja	42,86%	56,67%	56,82%	70,27%	51,61%	25,00%
Eerder nee	42,86%	23,33%	18,18%	13,51%	22,58%	0,00%
Ja	0,00%	10,00%	6,82%	0,00%	12,90%	25,00%
Neen	14,29%	10,00%	18,18%	16,22%	12,90%	50,00%
Eindtotaal	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tabel 42: Correctere prijszetting (geboortjaar)

Hoeveelheid ervaring:

Antwoorden	Ervaren	Veel ervaring	Weinig ervaring	Eindtotaal
Eerder ja	58,21%	56,06%	60,00%	57,52%
Eerder nee	17,91%	22,73%	15,00%	19,61%
Ja	5,97%	7,58%	10,00%	7,19%
Neen	17,91%	13,64%	15,00%	15,69%
Eindtotaal	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tabel 43: Correctere prijszetting (hoeveelheid ervaring)

Er is een klein verschil tussen de mannen en de vrouwen, namelijk 65% van de mannen denkt dat de prijs beter zal worden geschat. Dat is 10% meer dan de vrouwen. Er is maar een klein percentage dat er volledig van overtuigd is.

Bij de leeftijden is duidelijk dat de 30-plussers er veel vertrouwen in hebben dat de prijszetting correcter zal verlopen. De meerderheid van de andere leeftijdscategorieën denkt ook eerder van wel. In grote lijnen blijkt dat hoe jonger de persoon hoe meer vertrouwen dat de prijs correcter zal zijn met een aankoopmakelaar erbij.

Op het vlak van ervaring denken degene met weinig ervaring dat prijs correcter zal zijn. Bij de meer ervaren mensen is dit minder maar uiteindelijk is dit verschil verwaarloosbaar. Voor de rest van de antwoorden zijn de meningen verdeeld, maar redelijk gelijklopend over de verschillende ervaringen heen. Ongeveer 57% van de ondervraagden denken dat de prijs eerder correct zal zijn met het gebruik van een aankoopmakelaar. 15% denkt dat er geen prijsverbetering zal zijn.

Vergoeding

Hoeveelheid ervaring:

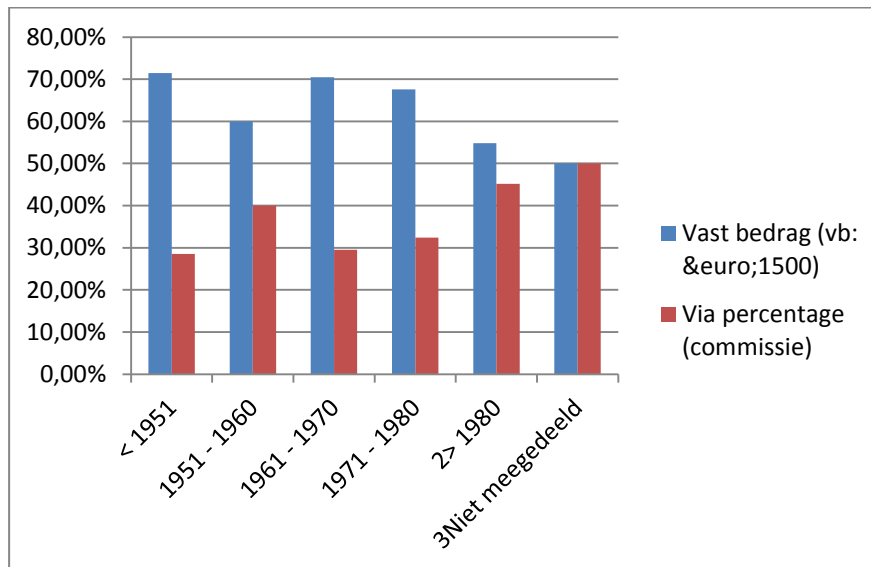
Antwoorden:	Ervaren	Veel ervaring	Weinig ervaring	Eindtotaal
Koper betaalt vast bedrag aan aankoopmakelaar	44,04%	27,25%	47,50%	39,59%
Koper betaalt voor commissie aankoopmakelaar	33,57%	51,53%	30,00%	38,37%
Verkoper betaalt commissies van beide makelaars	22,39%	21,22%	22,50%	22,04%
Eindtotaal--	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tabel 44: Welke vergoeding t.o.v. de hoeveelheid ervaring

Uit resultaten blijkt dat, in tegenstelling tot de meeste andere landen, de personen de verkoper hier niet voor willen laten opdraaien. Ongeveer 20% kiest ervoor om de commissie aan de verkoper te laten. De overige 80% is verspreid tussen vast bedrag en commissie. Daar valt het op dat afhankelijk van de ervaring van de persoon, hij voor het ene of het andere kiest.

Als koper betaalt

Geboortejaar:



Tabel 45: vergoeding (geboortejaar)

Hoeveelheid ervaring:

Antwoorden	Ervaren	Veel ervaring	Weinig ervaring	Eindtotaal
Vast bedrag	68,66%	59,09%	65,00%	64,05%
Via percentage (commissie)	31,34%	40,91%	35,00%	35,95%
Eindtotaal	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tabel 46: vergoeding (Hoeveelheid ervaring)

Op de grafiek valt op dat de jonge mensen nog het snelst voor een commissie opteren. Zoals u kunt zien, zijn daar de meningen verdeeld. Bij de andere leeftijdscategorieën is het verschil duidelijker zichtbaar in het voordeel van het vast bedrag.

Als de koper moet betalen, opteert een kleine 65% voor een vast bedrag. Opmerkelijk is dat de mensen met veel ervaring het minst uitgesproken zijn, en meer dan de rest voor een percentage kiezen.

Eventueel in de toekomst:

Geslacht:

Antwoorden:	Man	Vrouw	Niet meegedeeld
Eerder ja	50,00%	53,49%	11,11%
Eerder nee	25,86%	22,09%	44,44%
Ja	3,45%	2,33%	0,00%
Nee	10,34%	15,12%	44,44%
Geen idee	10,34%	6,98%	0,00%
Eindtotaal	100,00%	100,00%	100,00%

Tabel 47: Het geslacht t.o.v. de toekomst

Geboortjaar:

Antwoorden:	< 1951	1951 - 1960	1961 - 1970	1971 – 1980	> 1980	Niet meegedeeld
Eerder ja	14,29%	53,33%	47,73%	54,05%	54,84%	25,00%
Eerder nee	42,86%	20,00%	31,82%	18,92%	22,58%	25,00%
Ja	0,00%	3,33%	2,27%	5,41%	0,00%	0,00%
Nee	28,57%	10,00%	15,91%	16,22%	9,68%	50,00%
Geen idee	14,29%	13,33%	2,27%	5,41%	12,90%	0,00%
Eindtotaal	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tabel 48: Leeftijd t.o.v. de toekomst

Hoeveelheid ervaring:

Antwoorden:	Ervaren	Veel ervaring	Weinig ervaring	Eindtotaal
Eerder ja	40,30%	51,52%	75,00%	49,67%
Eerder nee	32,84%	24,24%	0,00%	24,84%
Ja	2,99%	3,03%	0,00%	2,61%
Nee	14,93%	16,67%	10,00%	15,03%
Geen idee	8,96%	4,55%	15,00%	7,84%
Eindtotaal	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Tabel 49: Hoeveelheid ervaring t.o.v. de toekomst

Als er gekeken wordt naar de leeftijdscategorieën, valt op dat het voornamelijk de oudste generatie is (van vóór 1951) die negatief staat ten opzichte van een aankoopmakelaar. De andere leeftijdscategorieën zijn telkens minstens 50% positief.

Op gebied van ervaring is het overduidelijk dat mensen met weinig ervaring positief staan ten opzichte van het gebruiken van een aankoopmakelaar. Hun beslissing kan wel nog beïnvloed worden door de scope van de dienstverlening en de verloning. Verder zien we dat de ervaren mensen iets negatiever zijn om beroep te doen op een aankoopmakelaar. Mensen met veel ervaring zijn dan weer net iets positiever dan de vorige groep.

Weinig verbazingwekkend is ook dat er maar een heel klein percentage is dat direct een aankoopmakelaar zou gebruiken, namelijk ongeveer 2,61%. Positief is dat bijna 50% van de mensen aangeeft dat ze afhankelijk van de details wel overwegen om gebruik te maken van een aankoopmakelaar. 25% is eerder negatief ten opzichte van een aankoopmakelaar en 15% zegt echt dat ze er niet mee zouden samenwerken.

Tussentijdse conclusie

De gewone bevolking heeft geen eenduidig idee over het gebruik van een aankoopmakelaar. Uiteindelijk zegt ongeveer 60% dat ze minstens positief staan ten opzichte van het idee en 50% dat ze het zouden overwegen om er mee samen te werken bij een eerste of volgende aankoop. Als we dat vergelijken met de resultaten van de enquête bij de makelaars, blijkt dat dit ongeveer gelijklopend is met het aantal mensen die ook een makelaar in dienst (zouden) nemen om hun huis te verkopen. Het zal belangrijk zijn om een duidelijke communicatie van het aanbod in dienstverlening, prijzen en makelaars die het doen, aan te bieden. Dit om de personen die eerder geneigd zijn een aankoopmakelaar te gebruiken, ervan te overtuigen het effectief te doen. Want uiteindelijk zal niemand een beroep doen op een aankoopmakelaar als hij er nog nooit over gehoord heeft.

Bij het kijken naar wat de mensen denken over de gevolgen van het gebruik van een aankoopmakelaar, zien we paar opmerkelijke resultaten. Iets meer dan 60% denkt dat het gebruik van twee professionele mensen tijdens de onderhandelingen de sector een betere reputatie zal bezorgen. Slechts 17% zegt dat dit geen effect zal hebben. De aankoopmakelaar promoten kan zeker een goede zet zijn als promotie van het beroep makelaardij op zich.

Op het vlak van de zoektocht denkt 17% dat het zou helpen om een professioneel iemand in dienst te nemen. Voor een goede 40% zou het afhankelijk zijn van de diensten die die persoon aanbiedt. Een goede zes op de tien personen denkt dat huizen correcter zullen zijn qua prijszetting. Dit vooral ook omdat ze ervan uitgaan dat de aankoopmakelaar beter kan argumenteren wat de juiste prijs is en de markt beter kent. Een aankoopmakelaar kan hier zeker op inspelen.

Op vlak van vergoedingen kiezen de meesten voor een vast bedrag. Dit is vooral ook afhankelijk van de diensten van de aankoopmakelaar. Als ze mee helpen zoeken, zijn er ook velen die met een commissie zouden werken, ongeveer één op drie. Natuurlijk zijn prijzen belangrijk voor zowel de koper als voor de aankoopmakelaar die hen begeleidt. Maar zoals later nog aan bod komt, kan een aankoopmakelaar zijn prijszetting niet vergelijken met die van een klassieke makelaar.

Aankoopmakelaar in België.

Interviews

Residentieel

Nathalie Romain

Nathalie Romain is zaakvoerder van Immobiliën Romain BVBA. Ze is een erkend makelaar met als hoofdactiviteit verkoopmakelaar. Daarnaast heeft ze, zoals ze zelf zegt, een bijverdienste, namelijk vastgoedcoach. Hiervoor heeft ze een getuigschrift behaald in 2013 in Syntra bij Hendrik Nelde. Deze cursus had als titel 'Vastgoedcoach' waardoor zij zichzelf ook deze naam toekende.



Figuur 1: vastgoed Romain (immobilienromain.be)

Voor haar betekent vastgoedcoach: mensen aan een woning helpen en deze personen begeleiden in het volledige proces van aankoop. Haar cliënteel bestaat voornamelijk uit personen die geen tijd hebben (bijvoorbeeld mensen die in het buitenland zijn en een woning nodig hebben als ze terugkomen) of die tot de rijkere klasse behoren.

De dienstverlening van Nathalie houdt in dat ze zelf eerst actief op zoek gaat voor de klant. Voor ze hiermee begint, neemt ze een gesprek af met de klant. Als aankoopmakelaar moet je namelijk perfect weten wat je klant wil, gezien je actief voor hem gaat zoeken. Nadat de screening volledig is voltooid, kan de zoekactie beginnen. Hiervoor maakt ze gebruik van het internet. Als ze enkele woningen heeft gevonden waarvan ze denkt dat deze echt wel bij haar klant passen, stuurt ze die door. Door verschillende suggesties door te sturen, komt Nathalie te weten wat de klant nu echt wenst. Het is immers de bedoeling dat de klant hierop uitvoerig zijn mening geeft, als feedback van waar ze nog extra op moet letten tijdens volgende zoekacties. Indien de klant een keuze maakt uit één van de suggesties gaat ze over tot actie. Wat Nathalie zelf aangaf, is dat feedback en communicatie hierbij van cruciaal belang zijn. Ze moet kunnen achterhalen wat de noden en wensen zijn van de klant.

Nadat de keuze is gemaakt, gaan ze over tot het bezoeken van het pand of de verschillende panden. Na deze bezoeken gaat ze weer over tot een gesprek met haar klant, zodat zij kan afleiden wat belangrijk is voor hem. Zoals gezegd: feedback is een must. Indien de klant zijn gading niet heeft gevonden, probeert Nathalie op zoek te gaan naar nieuwe panden, rekening houdend met de eventueel nieuwe wensen en noden van de klant die aan het licht zijn gekomen door de bezoeken. Indien de klant wel tevreden is en voor het pand wil gaan, starten de onderhandelingen. Wat houden die precies in?

Eerst en vooral zal Nathalie de klant feedback geven over het pand. Ze zal ook documenten opvragen en ervoor zorgen dat het dossier volledig in orde is. Zijzelf zal ook aanwezig zijn op de onderhandeling met de verkoopmakelaar en/of eigenaar-verkoper. Als men uiteindelijk overgaat tot de verkoop van het onroerend goed, is ze aanwezig bij het verlijden van de akte. Een mogelijk extra punt bij de dienstverlening is dat de vastgoedcoach samenwerkt met een architect of aannemer, als men niet zeker is van bepaalde constructies in het gebouw. Dit is belangrijk opdat Nathalie zeker de juiste feedback en info doorgeeft naar haar klant toe. Deze samenwerking met architect of ingenieur is een optie die niet vaak wordt genomen, enkel indien men niet zeker is over bepaalde technische zaken van het gebouw.

Als vastgoedcoach heb je natuurlijk nog niet zo een grote herkenning dan als modale verkoopmakelaar. Gezien de beperkte vraag voert ze haar activiteiten als vastgoedcoach uit in bijberoep. Als er klanten bij haar komen voor een bepaald pand dat zij in portefeuille heeft en het wordt uiteindelijk niets, zal Nathalie overgaan tot het voorstellen van haar rol als vastgoedcoach. Zo kan ze overgaan tot het promoten van haar andere dienstverlening. Voor de meeste mensen is dit nog een totaal onbekend beroep. Ook al vinden de meeste mensen het een goed idee, het is toch vooral het kostenplaatje dat hen weerhoudt om er beroep op te doen.

Nathalie Romain vertelde dat de mensen het negatief bekijken voor de volgende reden: als ze een budget hebben van 300.000 euro en ze werken met haar als vastgoedcoach, dan zien ze hun budget slinken met ongeveer 20.000 euro. Wat eigenlijk inhoudt dat ze slechts een budget overhouden van 280.000 euro. Dit is iets wat hen heel hard afschrikt. Vastgoed Romain vraagt voor de dienstverlening een dossierkost en een percentage van 2% of 2,5% op de verkoopprijs. De reden dat dit niet goedkoop is, is omdat zij actief op zoek gaat naar de panden. Wat natuurlijk heel veel tijd in beslag neemt. Zoals vermeld, bestaat het grootste gedeelte van haar klanten uit mensen met weinig tijd of mensen uit de rijkere klasse, die bereid zijn voor haar dienstverlening te betalen.

Publiciteit maken als vastgoedcoach is moeilijk, omdat de mensen het begrip niet of onvoldoende kennen. Het is dus aan de aankoopmakelaars om dit bekender te maken. Nathalie dacht dat het een goed idee was om de naamsbekendheid van een vastgoedcoach of aankoopmakelaar te laten promoten door het BIV, wat momenteel nog niet het geval is. Nathalie denkt dat het niet evident is dat de vastgoedcoach een volwaardig beroep zal worden, maar het is wel mogelijk. De voornaamste reden dat dit moeilijk ligt, is grotendeels omdat de mensen het niet incalculeren in hun budget.

Hendrik Tanghe

Hendrik Tanghe is een vastgoedmakelaar die 15 jaar als bestuurslid heeft gewerkt bij Dewaele Vastgoed. Begin dit jaar wou hij het eens over een andere boeg gooien. Hij besloot namelijk om Vinta te starten. Vinta is een makelaarskantoor dat gestart is op 26 januari 2015. Hendrik en zijn vrouw werken uitsluitend als aankoopmakelaar. Hun wens is aankoopmakelaardij op de kaart plaatsen. De reden dat hij met Vinta begon, is omdat hij als verkoopmakelaar was gestopt. Toch bleven mensen hem om raad vragen, mensen die verlangden een woning te kopen. Hij bleef daar even bij stil staan en zo ontstond het idee om als aankoopmakelaar te werken.



Figuur 2: : Aankoopmakelaarskantoor Vinta ([.vinta.be](https://www.vinta.be))

Vinta ziet een aankoopmakelaar als een positieve wending in het vastgoedgebeuren, meer bepaald als een voordeel voor de koper. Dit omdat een aankoopmakelaar werkt voor zijn klant en bijgevolg in het belang van de koper. Hij zal er dus op letten dat het pand effectief voldoet aan wat de koper wenst en dat het pand de waarde heeft die de verkoper vraagt. Hendrik zegt dat je totaal anders kijkt naar een pand als je voor een koper werkt, dan wanneer je werkt voor de verkoper. Soms is het moeilijk om die klik te maken.

Bij Vinta werkt men aan de hand van een woonprofiel. Potentiële kopers moeten deze eerst online invullen. Deze vragenlijst bestaat uit verschillende onderdelen, namelijk:

- basisgegevens (naam, huidige woonplaats, ...)
- noden (waar, wanneer, budget, ...)
- gezinssituatie en toekomstplannen (extra kinderen, inwonende ouders, ...)
- motieven (dichter wonen bij werk of familie, ...)
- woonwensen (slaapkamers, soort woning, ...)
- wooneisen (zaken die er echt moeten inzitten)
- ideale woonplaats (buurtkwaliteit, zoals dicht bij scholen, winkels, ...)
- droomscenario (zoals het woord het zegt: 'los van alles, wat wil je')
- uitgebreide tijdslijn (wanneer verhuizen, wat met huidige woning, ...)
- uitgebreide budgetbepaling (berekening van de bank, hoe de dagelijkse geldbesteding eruit ziet, spaargeld, ...)

Eenmaal dit woonprofiel ingevuld, is het de bedoeling dat je de woningen die je reeds opgezocht hebt, toevoegt aan je account. Op basis hiervan krijg je vragen waar je: 'ja', 'neen', of 'geen idee' op moet antwoorden. Die vragen zijn gebaseerd op het woonprofiel van de klant. Uiteindelijk verkrijg je een score op 10, kun je de verschillende woningen vergelijken en aan de hand van de score zien welke woning het beste bij je past.

Na het invullen van het woonprofiel kun je op gesprek komen bij Vinta. Hierbij zal de aankoopmakelaar proberen de wensen van de klant nog beter te achterhalen en eventueel nieuwe ideeën voor te stellen. Normaal gezien is het de bedoeling dat Vinta niet helpt bij het zoeken, maar met behulp van het woonprofiel de koper begeleidt en aanstuurt. In sommige gevallen kan de koper ook vragen aan Vinta om actief mee te helpen zoeken. Vinta zoekt dan mee op internet naar te koop staande panden en contacteert andere makelaars in de regio. Iets anders wat Vinta kan doen, is wat ze zelf 'belleke trek' noemen. Als een koper een pand op het oog heeft dat niet te koop staat, zal Vinta de eigenaar proberen te overhalen om het pand te verkopen. Indien de koper graag in een bepaalde buurt woont en de wooneisen niet te specifiek zijn, kan er ook een buurtmailing gedaan worden. Vinta zal dan een brief sturen naar alle inwoners in de buurt met de vraag of hun woning niet te koop staat en/of ze die niet willen verkopen.

Eenmaal de koper een pand heeft gevonden en het wil bezoeken, kan hij op verschillende dienstverleningen beroep doen. Het totaalpakket bevat begeleiding vanaf het eerste bezoek tot en met het tekenen van het compromis. Het is mogelijk om beroep te doen op aparte diensten of om gebruik te maken van een totaalpakket. Het totaalpakket bestaat uit:

- eerste bezoek
- second opinion
- renovatiescreening
- waardebeoordelingen (eigen woning en/of te kopen woning)
- prijsonderhandelingen
- gedetailleerd onderzoek van het pand (indien nodig)
- helpen bij het opmaken van het compromis
- begeleiden bij het tekenen van de akte

Aan deze dienstverlening hangt natuurlijk een prijskaartje vast. Het aanmaken van een woonprofiel is gratis. Vinta doet dit omdat ze ervan overtuigd zijn dat iedereen er goed aan doet om daar eerst eens bij stil te staan. Het moet ook voor mensen zonder budget mogelijk zijn om een basisvorm van begeleiding te hebben. Voor een koper die gebruik maakt van Vinta's persoonlijke begeleiding, is de kostprijs afhankelijk van de dienstverlening die hij wenst. Die vergoeding gaat van een uurtarief (internetscreening) over een vast bedrag (buurtmailing) tot een commissie (prijsonderhandelingen).

Vinta probeert de aankoopmakelaar op de Vlaamse vastgoedmarkt te plaatsen. Zij doen dit door gebruik te maken van de immosite Zimmo, door te bloggen en vooral door gebruik te maken van de sociale media. Hun grootste troef is het Vinta-platform. De reden dat ze voornamelijk via het internet werken, is omdat het grootste deel van de particulieren zijn zoektocht begint via het internet. Vinta probeert een zo groot mogelijk netwerk te hebben van makelaars en notarissen, zodat ze kunnen samenwerken en een voorsprong hebben op kopers.

Zo kan een makelaar een koper doorverwijzen naar Vinta als de makelaar hem zelf niet kan helpen met de panden die hij in portefeuille heeft. De makelaar krijgt een percentage op de inkomsten die Vinta krijgt door deze koper te helpen. Omgekeerd kan Vinta, als ze een klant hebben voor die regio, de makelaar contacteren om te vragen of hij geen pand in portefeuille heeft dat zou passen bij de koper van Vinta.

Hendrik denkt dat er wel plaats is voor aankoopmakelaars op de Vlaamse vastgoedmarkt. Zeker als je weet dat er ongeveer 145.000 (<http://economie.fgov.be>) woningen, panden en gronden verkocht worden op één jaar tijd en dat er een 8.000-tal verkoopmakelaars zijn. Als je deze gegevens vergelijkt met het zeer beperkte aantal aankoopmakelaars spreken de cijfers dus in het voordeel van de aankoopmakelaars.

Hij is er ook van overtuigd dat een aankoopmakelaar voor iedereen zijn nut kan hebben. Niet enkel voor mensen met weinig tijd of veel geld. Een aankoopmakelaar is er voor iedereen die één van de grootste investeringen in zijn leven maakt. Je moet de koper begeleiden, je moet maken dat de mensen bewust worden van hun investering. Hierdoor zorgt Vinta voor een duidelijke lijn. Vinta zal je adviseren waar nodig, ze zullen je budget eerbiedigen en ze onderhandelen ook voor u. Omdat Vinta enkel kopers begeleidt en dus geen panden in eigen portefeuille heeft, kan de koper ook altijd zeker zijn dat er geen belangenvermenging is. Een bijkomend voordeel is dat alles dubbel zal gecontroleerd worden en de kans op fouten daardoor kleiner wordt.

Francis Desmet

Francis Desmet startte als gewone verkoopmakelaar, maar begon vijftien jaar geleden te werken als aankoopmakelaar. Als startende makelaar was het moeilijk om op te boksen tegen de gevestigde makelaars in de regio. Hij merkte dat die telkens een hogere prijs aan de eigenaars vooropstelden dan de actuele waarde en nadat hij regelmatig familie had helpen zoeken achter een huis, besliste hij om over te schakelen. Francis heeft zichzelf altijd een vastgoedadviseur genoemd. Hij koos voor deze naam omdat de naam makelaar geen goede reputatie had toen hij begon. Aan de hand van zijn eerste ervaringen als vastgoedadviseur heeft hij zijn concept de eerste drie jaren verscheidene malen aangepast.



Figuur 3: Francis Desmet ([.vastgoedcoach.be](http://vastgoedcoach.be))

In die vijftien jaar, waarin hij mensen begeleidde bij het kopen van een pand, kreeg hij uit verschillende hoeken kritiek. Gaande van de eigenaar omdat hij voor een lagere prijs zorgde, over de makelaar die vreesde voor zijn commissie tot banken die minder grote leningen konden geven. Maar hij zag de markt enorm evolueren de laatste jaren. Mocht hij hetzelfde concept opnieuw uitwerken, zou hij kiezen voor de naam aankoopmakelaar omdat makelaars nu beter aanvaard zijn. De grootste verandering is echter bij de makelaars zelf gebeurd. Terwijl hij vijftien jaar geleden nog makelaars ontmoette die totaal niet met hem wilden samenwerken, is het beroep van aankoopmakelaars ondertussen al wat gekender en beter aanvaard bij makelaars zelf.

Francis begeleidt vooral mensen bij de onderhandelingen, hij helpt kopers niet bij het zoeken. Meestal gaat hij pas mee met kopers als ze voor de tweede keer een pand bezoeken. Tijdens dat bezoek, waarbij hij zichzelf niet voorstelt als adviseur bij de verkopende makelaar, maakt hij een technische controle van het pand en noteert hij de nodige dingen om een schatting op te maken. Nadien maakt hij een schatting van het pand, waarbij hij rekening houdt met de staat van het pand en de kosten die de koper zal moeten maken op korte, middellange en lange termijn. Francis zegt dat de prijs die hij uiteindelijk uitkomt, meestal lager ligt dan de vraagprijs. Met die schatting contacteert hij zelf de makelaar, waarbij hij zichzelf voorstelt als adviseur van de koper, waarna ze de onderhandelingen beginnen. Omdat deze onderhandelingen gebeuren tussen twee professionele makelaars en hij kan terugvallen op zijn schattingsverslag (iets wat bij de verkopende makelaar zelden zo uitgebreid is), bevindt hij zich in een sterke positie om uiteindelijk dicht bij zijn schatting te eindigen. Francis vraagt aan potentiële kopers die uiteindelijk gekocht hebben een commissie die 25% bedraagt van het verschil tussen de oorspronkelijke vraagprijs en de uiteindelijke aankoopprijs. Hij vertelt dat het reeds gebeurde dat hij ongeveer dezelfde prijs uitkomt met zijn schatting, als wat de verkoper vraagt. In dat geval raadt hij de kopers aan om te kopen en onderhandelt hij zelf niet, waarna hij ook niets aanrekenst aan de koper.

Hendrik Nelde

Hendrik Nelde is bezieler van vastgoedcoach. Samen met een aantal gelijkgestemde makelaars richtte hij de site Vastgoedcoach.be op en gaf hij cursussen over de vastgoedcoach bij Syntra.

Zelf heeft Hendrik eerst twintig jaar als verkopende makelaar gewerkt. Na een sabbatperiode te nemen, waarin hij onderzoek deed over de aankoopmakelaar, begon hij te werken als een vastgoedcoach. Zijn grootste motivatie was dat hij vond dat kopers een professionele begeleiding moesten krijgen bij de grootste financiële investering van hun leven. Zeker omdat veel mensen uiteindelijk maar één of twee keer een dergelijke aankoop doen in hun leven.



Figuur 4: Hendrik Nelde (jobat.be)

Hendrik is een grote fan van de naam ‘vastgoedcoach’ als het over de aankoopmakelaar gaat. Hij gaat ervan uit dat mensen zich bij de naam makelaar teveel fixeren op het woord makelaar en daarbij te snel denken dat het enkel over transacties gaat. Terwijl hij vindt dat mensen bij coach eerder aan adviseren en begeleiden denken, zoals het in de Van Daele staat. Qua naamgebruik zou Hendrik het jammer vinden mocht vastgoedcoach verdwijnen en een andere naam krijgen.

Als vastgoedcoach begeleidt hij klanten van A tot Z in het aankoopproces. Hendrik vindt het ludiek om op te merken dat elke makelaar familie, vrienden en burens helpt om een eigendom aan te kopen. Hierdoor werken ze eigenlijk ook als vastgoedcoach of aankoopmakelaar, maar in plaats van een vergoeding te vragen voor de kennis die ze ter beschikking stellen, doen ze al dit werk voor niets. Toen Hendrik nog werkte als verkoopmakelaar hielp hij twee maal per jaar een klant bij het zoeken van een woning. Zoals hij zelf aangaf, werkte hij dan feitelijk ook als een vastgoedcoach.

De dienstverlening en omgang met klanten is totaal anders bij een vastgoedcoach en een verkoopmakelaar. Als zoekende vastgoedcoach heb je een opdracht en die doe je wanneer jij kunt. Voor de meeste kopers is tijd niet het belangrijkste. Soms gebeurt het bij huurders dat ze weinig tijd hebben omdat hun huurcontract afloopt, maar meestal komt het niet op een maand. Dit zorgt ervoor dat er geen constant gespannen sfeer is. In het coaching verhaal gaat het over het resultaat. Als je een goede screening hebt gedaan van jouw potentiële koper hoef je geen 10 panden meer te gaan bezichtigen. Bij eender welke klant moet er een vertrouwensrelatie ontstaan. Zolang die er niet is zal je niet kunnen werken als vastgoedcoach.

Het belangrijkste om te werken als vastgoedcoach is de kennis van de huidige vastgoedmarkt. Je moet steeds op de hoogte zijn van alles wat er te koop staat. Het is perfect mogelijk, en zelfs aan te raden, om samen te werken met verkoopmakelaars. Zij kunnen bijvoorbeeld bij het binnenhalen van een pand, dit eerst doorspelen aan de vastgoedcoach vooraleer zij het publiceren. Het is belangrijk om vooraf duidelijk afspraken te maken met deze verkoopmakelaars rond de verloning.

Ervaring en kennis van huizen staat op de 2^{de} plaats. Hendrik is van het idee dat als je iemand adviseert en er is iets dat je niet 100% met zekerheid kunt zeggen, je dan iemand anders inhuurt die dat wel kan. Deze personen kunnen andere makelaars, architecten, aannemers, et cetera zijn. Afhankelijk van de reden om beroep te doen op dergelijk advies is de kost hiervoor voor jou als vastgoedcoach of voor de klant.

Het profiel van de gemiddelde klant was zo veelzijdig als de markt, gaande van kleine woningen tot bedrijfsgebouwen. De grootste uitdaging was het begeleiden van investeerders, omdat zij de panden puur cijfermatig benaderden en het economisch rendement primeerde op het emotionele aspect.

Hendrik werkte met een commissie op de koopprijs. Deze bedroeg normaal 3%, maar als de klant zelf zocht, werd ze herleid tot 2%.

Hij vindt dat zowel het BIV als het CIB zich meer zouden moeten bezighouden met de promotie van de vastgoedcoach. Ideaal zou zijn moest er één van beiden een orgaan oprichten om de vastgoedcoach te promoten en op rails te zetten. Zelf hebben ze met vastgoedcoach geprobeerd om lobbywerk te verrichten, maar toen vond men het nog niet aan de orde. Ook hebben ze geprobeerd om het grote publiek te bereiken. Dit deden ze door enkele jaren op de BIS-beurs te staan.

De opdracht voor een vastgoedcoach is erg verschillend van een opdracht als verkoopmakelaar. Hendrik ziet voor de vastgoedcoach zeker een toekomst. Niet alleen omdat het over een economische creatie van jobs gaat (zie hieronder), maar ook omdat mensen begeleiding kunnen gebruiken. Voor Hendrik is een vastgoedcoach een veelzijdige en een waardevolle job.

Korte economische berekening:

Is het economisch interessant om de vastgoedcoach op de markt te brengen? In 2014 bedraagt de totale verkoopprijs van de onroerende goederen € 31.238.894.904. Uit de enquêtes blijkt dat 50% van de mensen geneigd zijn om met een aankoopmakelaar te werken. Als die 50% de vastgoedcoach dezelfde vergoeding betaalt zoals bij de meeste verkoopmakelaars (3%), dan is het economisch potentieel €468.583.423,6. Natuurlijk is dit de meest rooskleurige uitgangssituatie. We mogen niet denken dat dit binnen 10 of 15 jaar de cijfers zullen zijn. Het heeft voor de verkoopmakelaar ook een tijd geduurd vooraleer ze tot dit marktaandeel kwamen en dit maatschappelijk aanvaard was. Het potentieel voor de vastgoedcoach is er echter wel, zelfs moest het nog niet de helft zijn van deze eenvoudige rekensom.

Tussentijdse conclusie

In de bovenstaande interviews valt het op dat de aankoopmakelaardij in de Vlaamse vastgoedmarkt nog geen vaste waarde is. Iedereen denkt er anders over en iedereen die het doet, heeft er zijn eigen visie over. Misschien kan een organisatie ter ondersteuning van de aankoopmakelaar hierbij helpen.

De aankoopmakelaars weten zelf niet altijd even goed of ze nu wel of niet moeten aangesloten zijn bij het BIV. Uit één interview blijkt dat men echt geen idee heeft, de andere interviews geven aan dat men niet 100% zeker is. Ze gaan er allemaal van uit dat een BIV nummer wel nodig is omdat je bemiddelt, maar gezien het BIV bijna nooit spreekt over aankoopmakelaars en niets toevoegt van waarde, twijfelen sommigen.

Het begrip vastgoedcoach is een begrip van Hendrik Nelde. Hendrik is hier voorstander van omdat hij denkt dat de mensen de term makelaar eerder zullen zien als de tussenpersoon bij de transactie. Coachen vindt hij beter omdat dit een synoniem is van begeleiden. Vastgoedadviseur is een verouderde term, vroeger had de benaming zijn nut maar ondertussen is het idee erachter achterhaald. Het enige kantoor (Vinta) dat zich alleen met begeleiden van klanten bezighoudt, gebruikt de term aankoopmakelaar.

Bedrijfsvastgoed

Christoph Dhaenens

In het bedrijfsvastgoed is het geen gewoonte om een aankoopmakelaar te gebruiken, maar gebeurt het soms dat men op zoek moet gaan voor een bedrijf. Momenteel komt dit het meest voor in Brussel en vooral bij het huren van kantoren. Een zoekopdracht in het bedrijfsvastgoed is niet frequent. Als dit voorvalt, is het meestal voor internationale bedrijven en voor grote oppervlaktes of moeilijke dossiers. Doorgaans zijn dit Amerikaanse bedrijven, omdat zij het gewoon zijn om te betalen voor de dienstverlening van een 'buyer agent'. Het gebeurt veel minder voor bedrijven uit andere landen en amper voor Belgische bedrijven.



Figuur 5: Bedrijfsvastgoedkantoor CD-vastgoed (CD-vastgoed.be)

Dit gebeuren noemt men een zoekopdracht of een RFP (Request For Property). In die overeenkomst staat beschreven wat de makelaar moet zoeken. Afhankelijk van welk soort pand de klant zoekt, gelden er andere specificaties. Zo is het bij magazijnen bijvoorbeeld belangrijk om een bepaalde vrije hoogte te hebben en een minimum aan laadkades, terwijl voor kantoorgebouwen het bereik met openbaar vervoer en aantal parkeerplaatsen belangrijker zijn. Omdat het vaak internationale bedrijven zijn die zoiets vragen, is de regio meestal minder belangrijk dan de specificaties. Het is namelijk minder belangrijk of ze nu in Antwerpen, Brussel of Gent zitten, dan dat het pand voldoet aan de oppervlakte of bereikbaarheid met de trein. Er wordt dus aan de makelaar in kwestie gevraagd om de volledige markt te verkennen. Hierbij zal de makelaar rekening houden met de eisen van de klant en gebruikt hij al zijn kennis om die klant zo goed mogelijk te helpen bij zijn zoektocht. Bij dergelijke zoekopdrachten word je als makelaar betaald door de koper.

CD-vastgoed heeft hier enige ervaring mee. Het bedrijf waarvoor zij moesten zoeken, had zelf een bepaalde omgeving in gedachten en had een lijst met andere specificaties. Ze moesten voor dit bedrijf een minimum aantal panden aanbrenge. Het mocht zowel gaan om huur op lange termijn zijn, als om aankoop. Als CD-vastgoed iets vond, was hun vergoeding (een commissie) betaald door de opdrachtgever en afhankelijk of het huren of kopen betrof. CD-vastgoed vindt dat het voordeel van een aankoopmakelaar bestaat uit het feit dat je niet gebonden bent aan je eigen portefeuille. Doordat je betaald wordt door de koper, kun je de volledige markt afaan. Al zal je ook wel makelaars hebben die 2 maal aan de kassa proberen aan te schuiven door een zoekopdracht te aanvaarden en dan panden uit eigen portefeuille voor te stellen. In bedrijfsvastgoed is dat iets moeilijker omdat de vereisten vaak uit economische overwegingen gemaakt zijn. Een pand dat niet voldoet, voldoet niet. Daar kun je weinig aan veranderen. Bij residentieel is het gemakkelijker om iemand 'verliefd' te doen worden op een pand dat eigenlijk niet 100% is wat ze zoeken.

De constructie met een aankoopmakelaar wordt af en toe gebruikt op de Vlaamse vastgoedmarkt maar het is totaal nog geen vaste waarde. In Nederland is dit anders, daar is men bereid om met een makelaar samen te werken en worden de onderhandelingen tussen de makelaars gevoerd. Het is daar een gebruikelijk gegeven. In België gebeurt dit een stuk minder, bedrijfsleiders vinden het zonde om geld te spenderen aan een makelaar. Vaak zie je dat ze iemand tijdens de kantooruren laten zoeken achter mogelijke locaties. Voor kleine kantoren ziet Christoph dit dan ook niet snel gebeuren.

Wat ook wel voorkomt in het bedrijfstvastgoed is dat je als makelaar werkt voor projectontwikkelaars. De ontwikkelaars vragen de makelaar zijn advies over wat haalbaar is als constructie en wat interessant is voor de markt. Dit advies is wel volledig gratis. Daarna doen deze ontwikkelaars een haalbaarheidsstudie voor het project.

CD-vastgoed vindt het een positieve evolutie mocht dit gebeuren in de Vlaamse vastgoedmarkt komen. De onderhandelingen tussen de makelaars zien zij zeker zitten, ze hebben al goede ervaringen gehad met Nederlandse makelaars. Volgens hen moet de koper de makelaar betalen die zij inhuren voor advies.

Qua benaming vindt CD-vastgoed een aankoopmakelaar een goede naam, zeker in de residentiële vastgoedmarkt. In het bedrijfstvastgoed prefereert hij de term die nu al gekend is, namelijk een 'Tenant rep'. Dit staat voor iemand die puur de belangen van de potentiële huurder verdedigt. Dit vindt Christoph een betere naam omdat er in het bedrijfstvastgoed meer verhuringen gebeuren dan verkoop. De Engelstalige term wordt gebruikt omdat de onderhandelingen meestal in het Engels verlopen, zeker in Brussel.

Edouarde Moreels

Edouarde Moreels is een 'Tenant Rep' in het bedrijfstvastgoed. Hij werkt voor Business Space in Brussel. Edouarde helpt huurders met het vinden van een nieuwe huurlocatie. Vooraleer hij actief gaat zoeken, maakt hij eerst een uitgebreide analyse van het huidige huurcontract en de maandelijkse lasten. Hieruit kunnen ze opmaken wat ze financieel kunnen verbeteren voor het desbetreffende bedrijf. Daarna bekijken ze wat de nieuwe noden en wensen zijn van de klant. Met die gegevens gaan ze actief zoeken op de huidige markt. Hun verloning hangt af van hoeveel ze kunnen uitsparen voor de klant. Ze werken ook met een "no cure no pay": als ze de klant niet kunnen helpen, verdienen ze dus niets. Ze onderhandelen zowel met makelaars als met de eigenaars zelf. Aan de hand van deze onderhandelingen proberen ze eerst een zo laag mogelijke prijs te verkrijgen en daarna nog extra condities. Deze condities kunnen gaan van een gratis huurperiode tot gratis meubilair. Omdat bedrijfstvastgoed hoofdzakelijk een huurmarkt is, zeker in Brussel, wordt er vaak met een tenant representatie gewerkt. Edouarde vindt dat hij zeker een toegevoegde waarde biedt aan huurders. Hij zou dan ook graag wat meer naambekendheid hebben over wat hij doet, gezien hij nu vaak huurders tegenkomt die nog nooit van een dergelijke persoon hebben gehoord.

Juridisch aspect

Informatie van Jurgen Vansteene: ²

Als aankoopmakelaar moet je in het bezit zijn van een BIV-nummer. Dit nummer geldt zowel voor verkoopmakelaars als voor makelaars die uitsluitend aankoopbemiddelingsactiviteiten uitoefent.

In artikel van 11 Februari 2013 – Wet houdende organisatie van het beroep van vastgoedmakelaar.

Art 2 – 5° Vastgoedmakelaarswet:

5° bemiddelaar : wie voor rekening van derden bepalende bijstand verleent met het oog op het tot stand komen van een overeenkomst van verkoop, aankoop, ruil, verhuring of overdracht van onroerende goederen, onroerende rechten of handelsfondsen;

Vastgoedmakelaars zijn bemiddelaars bij verkoop/aankoop, huur/verhuur, syndici en rentmeester. Elke makelaar die als zelfstandige de activiteit uitoefent, moet bij het BIV ingeschreven zijn. Als vastgoedmakelaar ben je verplicht om de regels van de plichtenleer na te leven. BIV biedt wel degelijk ondersteuning aan zijn leden, zoals een helpdesk voor juridische hulp.

BIV staat voor Beroepsinstituut van Vastgoedmakelaars, dit is een publiekrechtelijke organisatie opgericht door de overheid en verantwoordelijk voor de toegang van het beroep als vastgoedmakelaar. Het BIV staat ook in voor de tuchtcontrole van het beroep, te vergelijken met de Orde van de Architecten.

De organen van het BIV hebben 3 wettelijke opdrachten:

1. de toegang tot het beroep beheren door te beslissen over de aanvragen tot inschrijving en daarbij te controleren of de kandidaat voldoet aan alle voorziene voorwaarden;
2. toezien op de naleving van de reglementering voor toegang tot het beroep van vastgoedmakelaar, onder andere door personen die het beroep illegaal uitoefenen (dus zonder dat zij daartoe gemachtigd zijn) voor de rechtbank te brengen;
3. controleren of de vastgoedmakelaars de regels naleven van de plichtenleer die het beroep regelen. De makelaar die hierin tekortschiet, stelt zich bloot aan een tuchtstraf: waarschuwing, blaam, schorsing of schrapping, al naargelang het geval. Die deontologische regels zijn bijgevolg eveneens van toepassing op vastgoedmakelaars die actief zijn bij aankoopbemiddeling.

² E-mailverkeer met Jurgen Vansteene Directeur Juridisch Departement

Daarnaast heb je ook de syndicale beroepsorganisaties, zoals het CIB Vlaanderen, VVF, UIB, RI, enz. Die zijn namelijk opgericht ter verdediging van de beroepsbelangen van hun leden en van de vastgoedsector in het algemeen. Zij worden ook wel privéberoepsorganisaties genoemd. Het lidmaatschap van deze organisaties is vrij.

Het BIV heeft enkele standaarddocumenten ter beschikking voor een verkopende makelaar. Als je andere standaarddocumenten wilt, zijn deze beschikbaar bij de beroepsorganisaties.

Artikel BIV-News-2014:

Moet je als aankoopmakelaar in het bezit zijn van een BIV-nummer en wat zijn nu precies de wettelijke verplichtingen?

In BIV-News -2014-3 (BIV-News een ledenblad van het BIV) werd gesproken met een aantal aankoopmakelaars. Vanuit het BIV wordt gezegd dat je moet beschikken over een BIV-nummer of erkend zijn bij het BIV omdat je als aankoopmakelaar ook bemiddelt bij vastgoedtransacties. Vastgoedcoach bij het BIV wordt aanzien als iemand die een specifieke taak heeft, namelijk een bepaald type onroerend goed zoeken voor de klanten en de klanten daarbij adviseren en begeleiden doorheen het proces. Een vastgoedcoach of een aankoopmakelaar zal zoekopdrachten ondertekenen met zijn klant. Zoekopdrachten zijn opdrachten tussen vastgoedcoach en koper, op exclusieve basis.

Ondanks het feit dat het BIV zegt dat een aankoopmakelaar verplicht over een erkenning moet beschikken, stellen ze zelf geen standaarddocumenten ter beschikking. Een aankoopmakelaar kan niet bij het BIV terecht voor bijscholing en het is geen beschermd beroep. Als men de aankoopmakelaar als volwaardig wil beschouwen, zou de naam aankoopmakelaar (of een andere naam zoals vastgoedcoach) beschermd moeten worden, net zoals de term vastgoedmakelaar beschermd is. Omwille van het relatief beperkt aantal transacties van de aankoopmakelaar is er nog geen bekende rechtspraak geweest over dit onderwerp in België.

Deontologie bij de makelaar.

Elke makelaar moet de regels van de plichtenleer naleven zoals vermeld in bovenstaande tekst. Op papier zou dit ervoor moeten zorgen dat de koper beschermd is. In praktijk is dit niet altijd het geval. Uit gesprekken bleek dat verkoopmakelaars meestal wel de gebreken zeggen maar dit vaak minimaliseren. Een aankoopmakelaar zal de koper er echt op wijzen wat de gevolgen zijn en welk kostenplaatje hieraan verbonden is. Op de volgende pagina³ staan de deontologische verplichtingen van een makelaar ten opzicht van de kandidaat-koper.

³ "Core business van de vastgoedmakelaar: geïnformeerd worden en informeren". monard-dhulst.be. 21/05/2015

Informatieplicht ten opzichte van de kandidaat-kopers.

16.

De vastgoedmakelaar is verplicht de kandidaat-koper te goeder trouw alle informatie te verschaffen omtrent het voorwerp van de beoogde verkoopsovereenkomst.

Zo zal hij de kandidaat-koper inlichten over. de ligging, de grootte en de eventuele specificiteiten van het te verkopen goed.

Hij zal wijzen op de eventuele grote en kleine bouwgebreken, en hem wijzen op de eventuele lasten dewelke op het goed rusten (erfdienstbaarheden, hypothecaire inschrijvingen, beslagen enz...).

17.

De vastgoedmakelaar zal de kandidaat-koper inlichten omtrent de financiële gevolgen van de aankoop van het goed en hem bewijzen op de betaling van registratierechten en notariskosten.

18.

De Vlaamse decreetgever heeft de vastgoedmakelaar voorts verplicht de kandidaat-koper informatie te verschaffen met betrekking tot het stedenbouwkundig statuut van het te verkopen goed. Is er een stedenbouwkundige vergunning afgeleverd? Wat is de meest recente stedenbouwkundige bestemming van het goed? Is er eventueel een dagvaarding uitgebracht m.b.t. een bouw misdrijf? Rust er op het te verkopen goed een voorkeepsrecht? Is voor het te verkopen goed een verkavelingsvergunning van toepassing?

De informatieplicht van de vastgoedmakelaar zal nog verder worden uitgebreid. Binnen afzienbare tijd zal tevens een (gevalideerd?) asbuiltattest moeten worden voorgelegd. Dit document heeft de bedoeling te attesteren dat de uitgevoerde bouwwerken overeenkomen met - of slechts marginaal afwijken van - de initiële plannen die vergund werden.

De vastgoedmakelaar zal ook hier mogen vertrouwen op de info dewelke hem door de opdrachtgever wordt verstrekt tenzij er bepaalde indicaties zouden zijn die hem redelijkerwijze hierover moeten doen twifelen. In dit geval zal hij verder onderzoek dienen te verrichten en de correcte informatie moeten inwinnen.

19.

De vastgoedmakelaar zal de kandidaat-koper voorts moeten kunnen inlichten met betrekking tot de toestand van de bodem en de keuring van de elektrische installaties.

Figuur 6: "Core business van de vastgoedmakelaar: geïnformeerd worden en informeren". monard-dhulst.be. 21/05/2015

Aankoopmakelaar van A tot Z in Amerika.

Amerikaanse manier overgebracht naar Vlaanderen

Dit deel legt uit hoe er als aankoopmakelaar tewerk gegaan wordt in Amerika. Dit zal helpen om na te gaan hoe een aankoopmakelaar in België efficiënt kan werken en hoe hij zich nuttig kan maken voor zijn klant. Het eerste gedeelte handelt over hoe de kennismaking met de klant verloopt. Daarna gaan we kort het proces voor de koper overlopen aan de hand van elf stappen, om ze uiteindelijk uitgebreider te bespreken.

Maken van een afspraak

Op sommige immo-kantoren in de centra van grote steden na, hebben immo-kantoren in Amerika bijna nooit een etalage waar ze panden aan uithangen. Mensen stappen er ook niet ad random binnen, tenzij ze een persoonlijke kennis of contact van de makelaar zijn. Het eerste contact is altijd via e-mail of telefoon. Normalerweise is het natuurlijk de bedoeling om direct te kunnen opnemen of te antwoorden op de mail en een afspraak te kunnen vastleggen. Dit lukt niet altijd. De gemiste 'leads' worden op een opvolgingsplan geplaatst. Uit onderzoek blijkt dat 80% van de mensen een makelaar kiest binnen de 10 dagen, beginnend vanaf het eerste contact met een makelaar. De eerste tien dagen worden deze leads dan ook op 'dagelijkse opvolging' geplaatst tot er nogmaals contact mee gemaakt wordt. Het kantoor waarin deze ervaringen opgedaan werden, omschrijft dit plan als "the ten days of pain". Als ze over zowel telefoon als email adres beschikken, is het bijna dagelijks dat ze beide kanalen uitproberen. Indien ze er maar één van beiden hebben, is het natuurlijk enkel dat ene dat ze gebruiken.

De eerste dag, dus de dag van het ontvangen van de lead, is contact proberen maken het belangrijkste. Daarom wordt er, afhankelijk van het tijdstip van ontvangen, tot drie keer naar de lead gebeld. Bij het laatste telefoontje wordt er een voicemail nagelaten. De tweede dag bestaat uit een telefoontje met voicemail en een email waarin je oproept tot actie. De derde dag betreft enkel een e-mail waarin je hen een vraag stelt. Op dag vier is het dan weer een telefoon, voicemail en een tekstbericht met een vraag. Dag vijf is enkel een telefoontje. Op dag 6 ga je dan weer over tot een e-mail en later een tekstbericht met een vraag. Dag 7 bestaat opnieuw uit een telefoon met voicemail en een tekstbericht. Dag 8 is een eenvoudig verzoek om af te spreken via e-mail. Dag 9 betreft een telefoon, voicemail en tekstbericht waarin je een vraag stelt over het opvolgen. Op de laatste dag van het plan bel je hen en spreek je een uitgebreide voicemail in. In deze voicemail vraag je hoe het komt dat ze niet geantwoord hebben en of ze al samenwerken met een makelaar.

Als je na deze 10 dagen nog geen nieuw contact hebt kunnen maken of als er uit contact gebleken is dat ze niet direct willen samenwerken, worden ze op een ander opvolgingsplan gezet. Dit gebeurt meestal op maandelijkse basis. Als de klant met iemand anders samenwerkt, wordt hij nog steeds opgevolgd. Meestal wordt dan eerst een maand overgeslagen om de andere een kans te geven en na twee maand wordt het contact terug opgenomen om te kijken of de andere agent resultaat heeft kunnen boeken.

Wanneer er een afspraak vastgelegd is, stuur je een dag voor de afspraak een e-mail waarin je kort het verloop van het gesprek voorstelt en bijkomende informatie toevoegt, zodat de klant zich enigszins kan voorbereiden op de vragen.

De eerste afspraak

Zoals eerder aangehaald, gebeurt het niet vaak dat klanten in een vastgoedkantoor komen. Soms gebeurt dit bij het tekenen van het compromis, maar meestal gaat zelfs dat door in het kantoor van de notaris. De eerste afspraak is dan ook voornamelijk bij de mensen thuis. Sommige aankoopmakelaars opteren ervoor om af te spreken op een neutrale plaats, omdat ze zo direct een betere relatie kunnen opbouwen.

Tijdens de afspraak worden volgende items besproken:

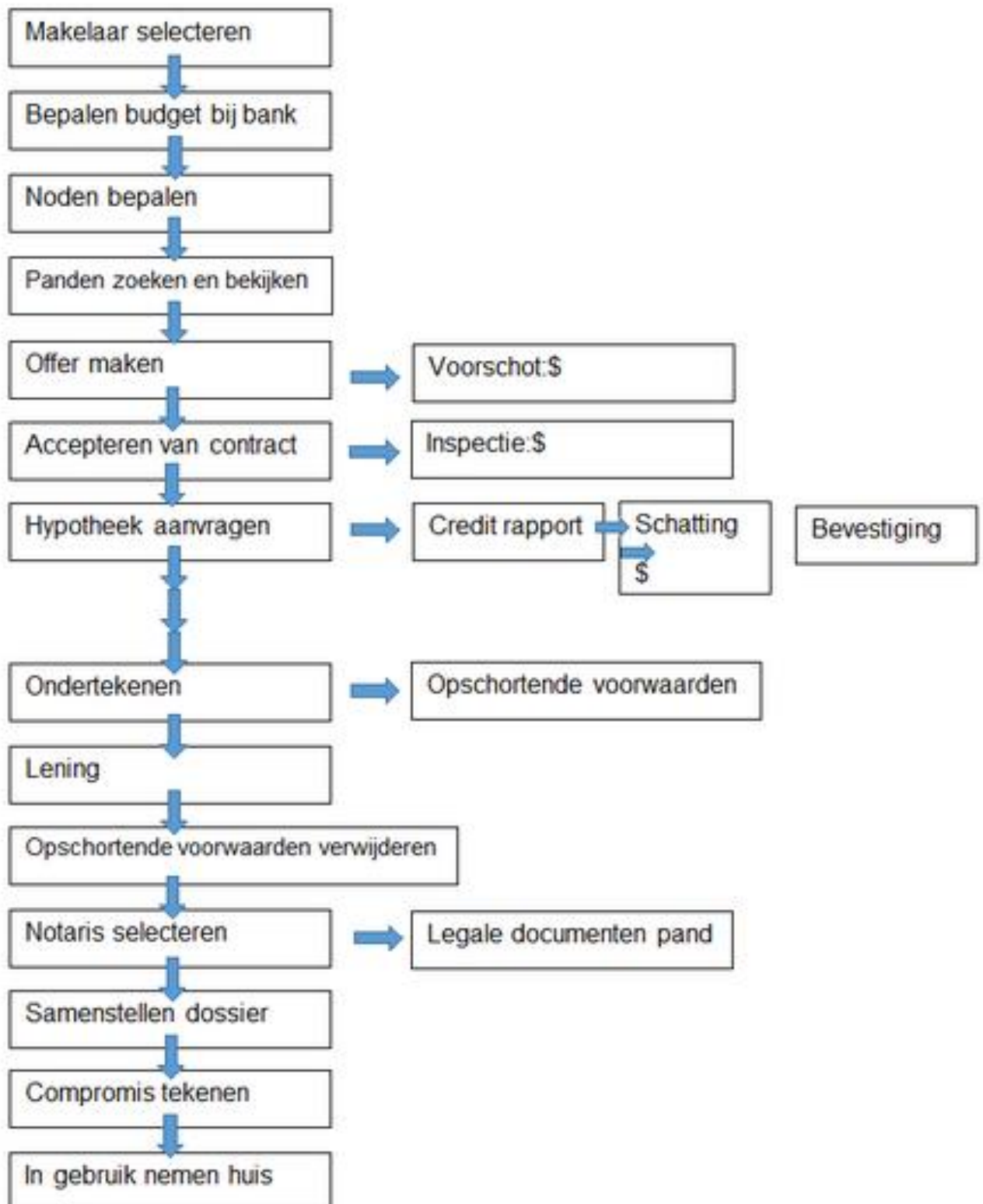
- het aankoopproces
- kijken voor oplossingen voor de noden van de klant en nagaan of er oplossingen zijn waar de koper nog niet aan gedacht heeft
- de verschillende opties tot financiering
- jouw verwachtingen als aankoopmakelaar
- de goals die je hebt als makelaar voor hen
- tijdlijn
- 'koper-makelaar contract' laten tekenen (dit zorgt voor de exclusiviteit van de aankoopmakelaar)
- de volgende stappen

Tijdens dit gesprek wordt ook nog eens gewezen op wat de koper kan verwachten van de aankoopmakelaar op vlak van loyaliteit, deontologie, enzovoort. Zo is het de plicht van een aankoopmakelaar om het beste voor te hebben met zijn klant en moet hij zich ook houden aan wat met de klant afgesproken is. Een aankoopmakelaar moet, dankzij het koper-makelaar contract, de koper inlichten over:

- de wettelijke modaliteiten
- de waarde van de eigendom
- de verkoopsgeschiedenis van het pand
- het bestaan van andere biedingen
- de relatie tussen de makelaar en andere personen die in het proces voorkomen
- problemen met het huis

Vertrouwelijkheid: alles wat er tussen klant en makelaar wordt gezegd, is vertrouwelijk tussen beide partijen.

The home buying proces



Figuur 7: Home buying proces

Elf simpele stappen⁴

1. **Werken met de juiste makelaar is belangrijker dan je zou denken.** Deze persoon zal ervoor zorgen dat je een huis koopt waarin je normaliter jaren woont, zoniet de rest van je leven. Zoek daarom voor iemand die bij jouw interesses past en waar je je op je gemak bij voelt. Iedere makelaar zou zich professioneel moeten gedragen, kennis moeten hebben van het vak en betrouwbaar moeten zijn. Er zijn natuurlijk gradaties bij iedere eigenschap, vragen om referenties kan daarom zeker nooit kwaad. Een goede makelaar zal je die met plezier geven.

Een aankoopmakelaar kost geld, maar biedt hiervoor een enorme toegevoegde waarde. Het is niet enkel het onderhandelen over de prijs dat deze persoon doet. Zoals reeds gezegd, is de grootste opdracht het vinden van de geschikte woning, binnen budget en volgens de wens van de klant. Dit vormt de eerste grote moeilijkheid. Het onderhandelen zelf is mits goed huiswerk maar een kleine hindernis. Wanneer een bod geaccepteerd wordt, begint het tweede gedeelte waarin een aankoopmakelaar zich kan onderscheiden, namelijk het juridisch in orde maken en controleren van alle documenten, het organiseren van inspecties, enzovoort. Hij kan ook helpen met het vinden van en/of overschakelen naar nutsmaatschappijen.

Soms gebeurt het dat een contract om de één of andere reden niet doorgaat of dat er zich opeens iets voordoet waardoor alles verandert. Het hebben van een aankoopmakelaar die je door zoiets kan heen loodsen, is belangrijk.

2. Gezien het nutteloos is om panden te bekijken die niet in de prijsklasse van de klant vallen, is het **aangewezen om de klant eerst bij een bank** (of beter, bij verschillende banken) **langs te laten gaan** en zo het juiste maximumbudget te laten bepalen. Een dergelijke eerste schatting zorgt er niet alleen voor dat je een idee hebt over de mogelijkheden. Het maakt ook, misschien zelfs vooral, een bod veel sterker. Het neemt eveneens de stress weg voor het vinden van een lening tussen het geaccepteerde bod, waar meestal de opschortende voorwaarde voor verkrijgen van een lening in geplaatst wordt, en de geplande datum om het compromis te tekenen.

⁴ Gebaseerd op "11 Simple Steps to Buying a home", niet gepubliceerd document van The Mark Spain Team – Keller Williams

3. **Bepalen van de noden en onderzoek doen naar de regio's waarin je wilt wonen.** Vooral het tweede is belangrijk. Noden veranderen sneller dan een buurt en vaak kan je een huis aanpassen aan hetgeen je wenst. Een goede buurt vinden die bij je past, is moeilijker. Aan te raden is om op verschillende dagen en momenten door de buurt te rijden, eens in de lokale handelszaken binnen te springen en vooral te kijken naar jaarlijks terugkerende evenementen in de buurt en geplande ontwikkelingen zoals wegwerkzaamheden of grote bouwprojecten. Een aankoopmakelaar met lokale kennis kan jou die info zeker geven.
4. **Zoek te koop staande huizen.** Dit is een stap waar het vaak misloopt. Mensen beginnen te zoeken, vallen onmiddellijk voor een bepaald pand en vergelijken dan alles behalve de prijs en ligging van dat pand. Het is een kunst om ieder pand objectief te kunnen beoordelen: zelfs zonder interesse tot aankoop is het al moeilijk om objectief te blijven. Voor een koper die zichzelf al in het pand ziet in wonen, is dit dus zeker onmogelijk. Een aankoopmakelaar beschikt door zijn ervaring wel over die eigenschap en kan objectief het huis vergelijken met de oorspronkelijke wensen van zijn klant.

Het raadplegen van immosites is zeker een goed idee om een groot deel van het aanbod te zien. Maar zoals aangetoond in de enquêtes is het zeker niet zo dat alles op die immosites staat. Spijtig genoeg blijkt ook nog steeds dat de foto's op het internet niet een juiste weergave zijn van een pand. Vaak vormen foto's door de gebrekkige kwaliteit van de camera of door een slechte compositie, geen juiste weergave van een huis en doet men de moeite niet om zich beter te informeren over dat huis. Het omgekeerde gebeurt soms ook: een foto kan een huis veel mooier voorstellen dan het in werkelijkheid is. Dit kan tot nutteloze bezoeken en ergernis leiden.

5. **Het bezoeken van een pand.** Vlaanderen telt geen verkopersmarkt. Het gebeurt zelden dat een pand binnen de week meerdere biedingen ontvangt. Een koper kan dus zijn tijd nemen om de panden uit te kiezen die hij wil bezoeken. Bij het bezoeken is het belangrijk dat een koper zich op zijn gemak voelt. Vaak durven kopers uit beleefdheid hun gedacht niet voluit te zeggen als de verkoper erbij staat. Zelfs tegen de makelaar van de verkoper zijn ze niet altijd even open. Vooral ook omdat ze weten dat, als ze zeggen dat ze het een super huis vinden, ze de makelaar en hiermee de verkoper direct in een sterkere positie zetten. De aankoopmakelaar vormt hierin een buffer. De koper en aankoopmakelaar hebben een vertrouwensrelatie waardoor de koper voluit zijn mening kan zeggen. Bij een bezoek is het belangrijk dat je eens een ingebouwde kast kunt opendoen, de staat van de oven bekijken, de douche aanzetten enzovoort. Het is zeker ook nuttig om te kijken welke extra's je kunt vragen in het contract.

6. Als u zeker bent over een pand, is het **tijd om een bod te maken**. Ondanks dat dit niet het moeilijkste is van het hele proces, is dit wel de meest belangrijkste stap. De aankoopmakelaar kan hier erg nuttig zijn. Dankzij zijn expertise kan hij helpen met het bepalen van het bedrag, opschortende voorwaarden, enzovoort. Als alles bepaald is, wordt het bod overgedragen aan de verkoper of zijn makelaar. Tenzij het een bod betreft aan de volle prijs, is de kans groot dat de koper het niet onmiddellijk zal aanvaarden en een tegenbod doet. Een aankoopmakelaar is ideaal om je hierbij te helpen tot het bod langs beide kanten geaccepteerd wordt. Normaal wordt dit spel gespeeld aan de hand van een strategie, opgemaakt bij het inzenden van het eerste bod. Als beide partijen realistisch zijn, moet men hier niet teveel problemen verwachten.
7. **Laat het huis nog eens controleren door een inspecteur en bescherm je grootste investering**. Een goede aankoopmakelaar zou in staat moeten zijn om het grootste deel van mogelijke problemen te zien. Maar gezien het niet de hoofdactiviteit is van een makelaar om huizen te inspecteren, zal hun kennis zelden even groot zijn als die van een professionele inspecteur. Door het huis te inspecteren krijg je een volledig rapport over de staat van het huis. Hierdoor krijg je de kans om de verkoper voor enkele reparaties te laten opdraaien; wederom een onzekerheid die wegvalt.
8. **Het verkrijgen van een hypotheek**. Omdat je al bij een bank geweest bent en daar een schatting kreeg van wat je kunt lenen, is het verkrijgen van een hypotheek een stuk eenvoudiger. Het is natuurlijk wel belangrijk dat je ondertussen geen grote investeringen doet, zoals het aankopen van een auto.
9. Een aankoopmakelaar kan ook goed helpen met het **zoeken van goede verzekeraars**.
10. Iets speciaals wat in Amerika vaak gebeurt, is dat de verkoper een **verzekering** neemt waarmee hij zijn huis en elektrische installaties in zijn huis verzekert. Deze verzekering loopt **gedurende de periode dat het huis te koop staat** én stopt pas één jaar na de verkoop. Dit is voor veel kopers een extra stimulans om een bepaald pand te kiezen, omdat ze dan gerust kunnen zijn dat ze het eerste jaar geen grote kosten zullen hebben. Dit wordt vaak nog extra gevraagd tijdens de onderhandelingen, als de koper het zelf nog niet deed.
11. **Het tekenen van het compromis** is de laatste stap. Een aankoopmakelaar kan stress vermijden tijdens het tekenen van het compromis door op voorhand alles na te lezen en ervoor te zorgen dat de koper met alles in orde is vooraleer iedereen samenzit.

De aankoop handleiding.⁵

Bij een aankoopmakelaar draait het, meer dan bij een traditionele makelaar, om de klant. Volgende dingen moet een aankoopmakelaar zeker weten van de klant:

- noden
- dromen
- bezorgdheden
- vragen
- financiën
- tijdsplanne
- leven.

De aankoopmakelaar verbindt zich er toe om volgende zaken uit te voeren voor zijn klant:

- op voorhand screenen van potentiële huizen
- persoonlijk rondleiden in potentiële huizen en verkennen van de omgeving
- update van nieuwe woningen die te koop komen te staan
- helpen met het gericht zoeken op het internet
- informeren over recent verkochte huizen, indien mogelijk met de verkoopprijs
- samenwerken tot het juiste huis gevonden is.

Kopersanalyse

Om een juist beeld te krijgen van potentiële kopers is het natuurlijk belangrijk om de juiste vragen te stellen. Die vragen gaan over de basisinformatie van de koper, hun levensstijl, wat hun woonwensen zijn en hoe hun wijk er het liefst uitziet. Hieronder komt een overzicht van interessante vragen:

Basis informatie:

- Naam, telefoon en email;
- Wie is eerste contactpersoon? Wat is het beste tijdstip en de geprefereerde manier om deze persoon te bereiken?
- Waarom verhuis je/zoek je een huis?
- Wanneer moet je in het huis zitten?
- Ben je al naar een bank geweest om te kijken voor een lening?
- Wat is de prijsvork?
- Als we vandaag een huis vinden dat aan al je criteria voldoet, zou je er een bod op maken?

⁵ Gebaseerd op “your guide to buying a home”, niet gepubliceerd document van Keller Williams

Levensstijl:

- Wie wil er leven in het te kopen huis?
- Zal er iemand anders soms blijven slapen, meer dan eens een toevallige nacht, zoals ouders of kleinkinderen?
- Omschrijf je levensstijl. Wat vind je leuk aan je huidige woning, vraag je vaak mensen over de vloer, wat doe je 's avonds en in het weekend?
- Heb je huisdieren?
- Heb je iets speciaals dat gehuisvest moet worden, zoals een fitnessruimte, kunst, grote meubels, een collectie, ...?
- Als er mensen bij u thuishouden, wat wil je dat je huis hen vertelt over jou?
- Is er iets wat ik niet gevraagd heb dat van toepassing kan zijn?

Locatie:

- Vertel me over je ideale locatie.
- Wat is je maximale pendelafstand of -tijd?
- Waar werk je?
- Zijn scholen belangrijk?
- Is er een specifiek uitzicht dat je verkiest (over een stad, op water, op platteland, zeezicht, ...)?
- Is er nog iets anders belangrijk qua locatie?

Algemeen:

- Heb je een voorkeur qua ouderdom van het huis / in welke periode het huis gebouwd is?
- Zoek je een huis waar je direct in kunt wonen of vind je het niet erg om eerst nog wat aanpassingswerk aan te doen?
- Wil je een zwembad, jacuzzi, ...?
- Wil je graag iets met bijgebouwen, zoals een serre, aparte garage, tuinhuis, ...?

Structureel/Buitengevel:

- Welk soort woning zoek je: rijwoning, villa, halfopen, appartement, duplex, penthouse, ...?
- Van welke grootte ongeveer (in m²)?
- Hoeveel verdiepingen?
- Welke grootte qua tuin?
- Welke bouwstijlen vind je mooi?
- Welk type gevel zou je overwegen?
- Wil je een veranda of terras?
- Welke soort garage draagt je voorkeur: enkele, dubbele, carport, ...?
- Is er nog iets anders dat je zou willen op gebied van exterieur?

Interieur:

- Welke stijl verkies je qua interieur: formeel, hedendaags, strak, gezellig traditioneel, ...?
- Hoe ziet je ideale indeling eruit: open of functies meer gescheiden van elkaar?
- Over het algemeen: wat vind je leuk en niet leuk voor je interieur?

Slaapkamers:

- Hoeveel slaapkamers heb je nodig?
- Hoe zullen deze gebruikt worden: enkel als slaapkamer of ook als bureau, hobbyruimte, opslagruimte, ...?
- Wil je iets speciaals voor de hoofdslaapkamer, zoals een eigen badkamer en / of dressing?

Badkamers:

- Hoeveel badkamers heb je nodig?
- Wat zijn de noden van iedere badkamer: bad, douche, beide, toilet, ...?
- Hoeveel aparte toiletten?

Keuken:

- Wat moet er allemaal in je keuken aanwezig zijn: eetruimte, bar, kookeiland, types van apparaten (ingebouwde koffiemaker, Amerikaanse koelkast, ...)?
- Welke afwerking wens je dat de keuken heeft: granieten blad, stenen vloer, ...?
- Wat vind je wel en niet leuk in een keuken?

Eetruimte:

- Wil je dat de eetruimte apart is, bij de keuken hoort en/of bij de leefruimte hoort?
- Hoe groot moet de eettafel zijn?
- Wens je ook een formele eetruimte te hebben, moet deze apart zijn, bij de living horen of allemaal in één open ruimte?

Leefruimte:

- Wat vind je wel en niet leuk in een living/leefruimte?
- Wens je een open haard, op hout of op gas?
- Welke grootte qua ruimte(s) heb je in gedachten?
- Welke andere kamers/ruimtes wens je?
- Is er nog iets anders qua inrichting dat ik zou moeten weten?

Overige:

- Wat zijn de top vijf dingen die de woning moet hebben?
- Naast die vijf, wat wil je nog echt graag hebben?
- Als je nog iets anders zou kunnen hebben, wat zou dat zijn?
- Als je nog iets als laatste kan toevoegen, wat zou dat zijn?

Wijk van je dromen:

- Buurten die je zouden aanspreken?
- Specifieke straten die je aanspreken?
- Schoolbuurten die je aanspreken?
- Werk locatie(s)?
- Favoriete winkel, cultuur, ... ?
- Ontspanningsfaciliteiten die je aanspreken?
- Andere dingen die je zou overwegen wanneer je een buurt uitkiest?

Een bod opmaken

Bij het maken van een bod zijn er drie dingen belangrijk: de prijs, de datum en de bijzonderheden.

Prijs

De prijs hangt af van verschillende factoren. De belangrijkste is de staat van het pand. De periode dat het pand reeds te koop staat, de nood om te verkopen en de activiteit rond het pand kan ook een invloed hebben op de prijs. Hoewel je vaak ziet dat in eerste instantie een laag bod uitgeprobeerd wordt, mist dit meestal zijn effect omdat de verkoper dit als een belediging aan zijn huis ziet en moeilijker zal doen tijdens het onderhandelen.

Datum

Normaliter is de datum van het tekenen van het compromis dezelfde datum als de overdracht van de sleutels. Een uitzondering is echter mogelijk op verzoek van één van beide partijen. Als je hierin wat flexibeler bent en het laat afhangen van de noden van de verkoper, kan dat zeker een pluspunt zijn.

Bijzonderheden

Het gebeurt vaak dat bij een verkoop nog extra zaken mee overgaan. Denk dan vooral aan grote keukenapparaten zoals een koelkast, oven en vaatwasser. Wat er blijft en wat met de verkoper weggaat, is een kwestie van onderhandelen. Bij sommige soorten vastgoed is het bijna normaal dat het interieur blijft (tweede verblijven, speciaal ingerichte interieurs, ...). Belangrijk is om dit apart te zetten van de koopprijs, anders betaal je hier ook registratierechten op.

Presentatie van het bod

Als de details van het bod uitgewerkt zijn, presenteert de aankoopmakelaar dit bod aan de verkoopmakelaar. Die geeft het bod door aan zijn klant, waarna de klant de volgende opties heeft:

- bod accepteren
- bod niet accepteren
- tegenbod aanbieden

Het vaakst voorkomende is het tegenbod, zeker in de eerste ronde van onderhandelen. Zoals eerder aangehaald, kan een aankoopmakelaar hier een grootte meerwaarde bieden. Niet alleen haalt hij de emotie uit de onderhandelingen, waardoor je niet opeens van je eigen vooropgestelde strategie afwijkt. Hij zal je ook dankzij zijn expertise kunnen helpen bij het opstellen van een biedstrategie.

Veel kopers zitten met dezelfde vragen. Hieronder worden een paar van de meest gestelde vragen opgelijst:

Hoe zul je me updaten over nieuwe huizen die op de markt komen?

Vergeleken met ons, hebben ze hiervoor in Amerika een gigantisch voordeel, namelijk de MLS (multiple listing service). Op dit platform zien ze direct alles wat te koop staat, voor hoelang, wat de vorige verkoopprijs was, ... kortom alles over ieder te koop staand pand. Omdat zo iets in België niet bestaat, is het hier een stuk moeilijker om ieder pand op te volgen. Veel contacten hebben met de makelaars uit de regio waar de klant iets zoekt, is dus erg belangrijk. Nog beter zou zijn dat deze kantoren jou er al over inlichten één dag vóór het op de markt komt. De klant hierover inlichten gebeurt via email of via telefoon afhankelijk van de voorkeur van de klant.

Zul je me informeren over alle huizen, of alleen deze van de groep waartoe je behoort?

Omdat het de bedoeling is dat ik je ideaal huis vind, wordt er verder gekeken dan alleen de groep waartoe ik behoor en verder dan de kennissen die ik heb. Ieder huis dat op de markt staat of komt en interessant is voor de koper, bied ik aan de koper aan.

Zul je me ook helpen zoeken naar nieuwbouw woningen?

Ja. Ondanks het feit dat nieuwbouwprijzen vaak vastliggen en er dus minder onderhandelingswerk is, kan een aankoopmakelaar zeker zijn nut bewijzen bij het bekijken van afwerkingen en opties. Vaak is het met renderings moeilijk om zich iets in 3D voor te stellen wat op papier staat. De kennis van een aankoopmakelaar kan hen hierin enorm helpen. Sommige projectontwikkelaars hebben zelf een goed team dat klanten hierin bijstaat waardoor de aankoopmakelaar hier weer iets minder werk heeft. Toch blijft hij ook dan nog steeds nuttig omdat hij de contracten nog eens kan nalezen en de koper kan begeleiden met het krijgen van de juiste documenten, lening, aansluiten van nutsvoorzieningen, ... Een ervaren aankoopmakelaar zal ook een lijst hebben van mensen die hij kan aanbevelen voor ieder soort werk.

Wat bij een huis dat te koop staat via een particulier?

Meer nog dan bij een huis dat te koop staat bij een makelaar, is het een goed idee om een aankoopmakelaar te gebruiken bij een huis dat door de eigenaar zelf verkocht wordt. Niet alleen omdat de aankoopmakelaar door zijn ervaring in veel gevallen sterker zal staan dan de eigenaar tijdens de onderhandelingen. De aankoopmakelaar zal er ook voor zorgen dat alles via de regels van het spel verloopt, dat er geen fouten in het contract staan en dat de juiste documenten opgevraagd zijn. In Amerika wordt zelfs meestal aangeraden aan de verkoper om een makelaar in te huren voor ze de onderhandelingen starten.

Wat moet ik doen eenmaal het bod is geaccepteerd?

De aankoop vieren en focussen op het verhuisgedeelte. Je zult moeten kijken om alles in dozen te krijgen, een verhuismaatschappij in te huren of vrienden te ronselen. Je zult mensen moeten inlichten over de komende adreswijziging, enzovoort. Als aankoopmakelaar is het een goed idee om een checklist mee te geven om hen te helpen onthouden wat ze nog moeten doen en wie ze allemaal moeten inlichten. Als de koper van plan is om eerst/onmiddellijk wat aan het huis te veranderen, kun je hen als makelaar ook helpen.

Verwachtingen

Iedere persoon heeft een ander karakter en iedere zin kan anders geïnterpreteerd worden. Omdat een aankoopmakelaar een hechte(re) band heeft met zijn klant (hechter dan die van de verkoper met de verkoopmakelaar), is het belangrijk om te weten hoe je klant in elkaar zit. Daarom kan het zeker verstandig zijn om kort het karakter van de klant te bespreken en te kijken wat hij van jou verwacht op gebied van geven van informatie.

Om een basisidee van je klant te hebben, kan het verstandig zijn om hem te vragen met welke vijf dingen je goed scoort bij hem en van welke vijf dingen hij niet moet weten. Dit kan gaan van aanspreken bij de voornaam of bij de achternaam, tot dagelijks contact en tot het onthouden van de verjaardag tot alleen contacteren als hij iets moet beslissen.

Het is ook aan te raden om nog eens te vragen aan de klant wat hij verwacht van jou als aankoopmakelaar en wat hij denkt dat jij kunt verwachten van hem.

Besluit

Interpretatie resultaten

Residentieel

Als er gekeken wordt naar de resultaten van de enquête bij de makelaars, kan gesteld worden dat 50% ervan overtuigd is dat een aankoopmakelaar een meerwaarde kan bieden aan de residentiële vastgoedmarkt. Gezien mensen van nature eerder behoudsgezind zijn en de mogelijkheden van een aankoopmakelaar amper gekend zijn bij de modale makelaar, is dit een mooi startresultaat. Slechts een verwaarloosbaar percentage van de makelaars geeft aan niet met een aankoopmakelaar te willen onderhandelen. Opvallend is dat terwijl slechts 30% van de makelaars denkt dat een aankoopmakelaar zal zorgen voor een betere reputatie, dit bij particulieren 60% is. Makelaars onderschatten bijgevolg wat een aankoopmakelaar voor hun beroep kan doen.

Een ander verschil tussen makelaars en particulieren is dat de makelaars liever een commissie ontvangen, terwijl twee op drie particulieren liever een vast bedrag zou betalen. 60% van de makelaars wil niets weten van het delen van de commissie als er een aankoopmakelaar met een klant komt. Dit verrast helemaal niet. Verder in de conclusie zal uiteengezet worden dat het gedeeltelijk delen van een commissie niet slecht hoeft te zijn voor beide partijen.

Omdat twee derde van de makelaars al eens een koper geholpen heeft door advies te geven aan een koper over een pand dat niet in eigen portefeuille zit en de helft van de particulieren geneigd is om met een aankoopmakelaar te werken, is er zeker een markt voor de aankoopmakelaar. 33% van de residentiële makelaars ziet zichzelf als aankoopmakelaar werken als er daar vraag voor is.

Over de vraag of de aankoopmakelaar kan doorbreken, bestaan grote twijfels. Er zijn evenveel makelaars overtuigd van niet dan van wel, namelijk voor beide een goede 20%. Voor de grootste groep hangt het succes af van de omkadering die een aankoopmakelaar zal krijgen.

De enquêtes tonen ook goed aan dat er zeker geen uitgeroepen medium is waar een koper het best op zoek kan gaan naar een nieuw huis. Internet en gedrukte media zijn voor kopers de twee grootste informatiebronnen. Die blijken echter niet allesomvattend. Eén op drie kantoren geeft aan nooit gedrukte media te gebruiken voor publiciteit en degene die dat wel doen plaatsen meestal maar een deel van hun aanbod in gedrukte media. Via internet zijn zo goed als alle panden te vinden, daarvoor moet de koper echter wel de websites van immokantoren raadplegen.

Zeker niet alle panden staan op immozoekersites. Ondanks het succes van Immoweb laten veel makelaars deze site links liggen en verkiezen ze Zimmo en dergelijke. Ook mag het effect van immosites niet overroepen worden. Ze worden dikwijls als de doodsteek van het makelaarsberoep aanzien. Uit Amerikaans onderzoek blijkt echter dat de markt van makelaars, zowel verkoop als aankoop, gegroeid is sinds het ontstaan van immozoekersites.⁶

Voor een koper blijkt het dus zeer moeilijk om ieder pand op te merken dat zich op de markt bevindt. Tenzij hij zelf in iedere straat rondrijdt in de gewenste omgeving op zoek naar een 'Te koop'-bord, zal hij er zeker gemist hebben. Zelfs dat is nog geen zekerheid om ieder pand gezien te hebben, gezien veel eigenaars die zelf verkopen geen duidelijk bord ophangen. De marketing voor panden die bij een notaris zitten of openbaar verkocht worden, wordt ook nog eens totaal anders gevoerd dan bij een makelaar. Makelaars nemen met voorsprong het grootste marktaandeel in bij verkopen. Naar schatting 50% van de panden worden via een makelaar verkocht. De andere 50% wordt via verschillende kanalen verkocht, namelijk notarissen, openbare verkopen en eigenaars die zelf verkopen.

Zoals hiervoor vermeld is het moeilijk voor een koper om een goed beeld te krijgen van het bestaande aanbod. Dit schept mogelijkheden voor een aankoopmakelaar.

Potentiële klanten zoeken vooral via het internet naar te koop staande panden. Maar liefst negen op de tien gebruikt het internet in hun zoektocht. 70% van de mensen merkt dat dit niet voldoet en gebruikt een professional bij het zoeken. Meestal is dit een makelaar aan wie ze vragen wat hij/zij in portefeuille heeft. Eenmaal een pand op het oog, vraagt de helft van de kopers advies aan een professional voor een second opinion. 35% van de mensen vraagt raad aan vrienden of familie die - vaak zelfverkleerde - kennis hebben. Voor een aankoopmakelaar is dit een goed resultaat. Dit vormt samen meer dan 80% van de kopers, die graag advies krijgen van iemand die beter op de hoogte is dan henzelf. De aankoopmakelaar zal wel nog de nodige moeite hebben om te bekomen dat mensen voor dit advies willen betalen, gezien dit nu in de meeste gevallen gratis gegeven wordt.

Uit het onderzoek blijkt dat 60% van de mensen minstens positief staat ten opzichte van het gebruik van een makelaar. Ongeveer de helft van de ondervraagden geeft aan dat ze het zouden overwegen om een aankoopmakelaar te gebruiken. Dit is een enorm potentieel voor de aankoopmakelaars.

⁶ Keller Williams Family Reunion, Orlando, 7 mei '15.

Bedrijfsvastgoed

Publiciteit bij bedrijfsvastgoed is in grote lijnen hetzelfde bij elk kantoor. Niemand maakt gebruik van gedrukte media, etalage en Immoweb. Daarentegen wordt er sterk gebruik gemaakt van internet. Zo gebruikt elk bedrijfsvastgoedkantoor heel intensief zijn eigen website in combinatie met andere websites zoals Zimmo, Vlan, enzovoort. We kunnen kort besluiten dat elke makelaar in het bedrijfsvastgoed voor al zijn panden reclame maakt, dit in samenspraak met de eigenaar.

De belangrijkste tools bij het vinden van potentiële klanten zijn allerhande websites en de connecties, die van zeer groot belang zijn. Bij het vinden van leads is baanprospectie een belangrijke tool, naast natuurlijk alweer de connecties. Interessant om te zien is dat bij bedrijfsvastgoed 70% van de markt verkocht wordt door een makelaar. Daardoor kun je toch concluderen dat er misschien wel potentieel is voor de aankoopmakelaar, omdat bedrijfsleiders graag iemand naast zich hebben met kennis. Als men als aankoopmakelaar in het bedrijfsvastgoed actief wil zoeken, moet men vooral gebruik maken van internet en alle websites behalve Immoweb.

Uit de cijfers blijkt dat men in het bedrijfsvastgoed unaniem akkoord is dat een aankoopmakelaar een meerwaarde kan bieden aan hun sector. Het moet niet verbazen dat alle makelaars in het bedrijfsvastgoed dit hebben geantwoord. Ze zijn namelijk allemaal bereid om te negotiëren met een aankoopmakelaar. Elke makelaar uit het bedrijfsvastgoed die geantwoord heeft op de enquête, zegt dat hij zichzelf ziet werken als aankoopmakelaar. Dit is een erg positief resultaat. Het is moeilijk om de reputatie in het bedrijfsvastgoed te verbeteren omdat deze reputatie al vrij goed is. Bedrijfsleiders hebben graag dat er iemand met ervaring aan hun zijde staat bij het nemen van belangrijke beslissingen. De meeste makelaars kiezen voor een commissie als verloning, maar niet om deze commissie te delen met de andere makelaars. Iedere klant betaalt zijn eigen makelaar. In het bedrijfsvastgoed maakt men soms gebruik van een aankoopmakelaar. Meestal zijn dit verkoopmakelaars in hoofdberoep die klanten helpen met het vinden van kantoren en/of magazijnen. Dit gebeuren is niet zo frequent en wordt enkel toegepast bij het huren of kopen van grote oppervlaktes en ingewikkelde dossiers. Voor een bedrijf is het immers cruciaal dat men geen kat in een zak koopt of huurt. De toekomst zal raad brengen, maar uit cijfers blijkt dat toch 2/3^{de} van de makelaars in deze sector denken dat een aankoopmakelaar een vaste waarde zal worden in het bedrijfsvastgoed.

Interpretatie interviews

Residentieel

De interviews tonen aan dat de benaming echt wel een struikelblok is. De verschillende namen doen het beroep niet professioneel overkomen. Er zijn drie namen, waarbij iedere naam pro's en contra's heeft om te gebruiken. Bij aankoopmakelaar denken veel mensen dat dit enkel voor het sluiten van het contract is. Vastgoedcoach refereert niet naar het begrip makelaar, dat bij sommige mensen nog altijd een negatieve connotatie heeft.

Vastgoedadviseur leunt nauw aan bij het begrip vastgoedcoach, maar met iets meer nadruk op advies en onderhandelen en iets minder op begeleiding.

Bij het bekijken van de dienstverlening die de verschillende bestaande aankoopmakelaars aanbieden, merken we een groot verschil in aangeboden dienstenpakket. Door dit verschillende dienstenpakket ligt de manier van verloning ook anders bij iedere aankoopmakelaar. Bij een verkoopmakelaar zijn die taken veel duidelijker omkaderd en is de verloning eenduidiger. Daarbij komt dat iedere aankoopmakelaar een andere visie heeft over wat het potentieel van de aankoopmakelaar is. Vaak hangt dit samen met wat ze voor hun klant doen en hoe ze zich daarbij verlonen zien. Het gebrek aan standaard documenten zorgt er eveneens voor dat de aankoopmakelaar zich niet verder kan ontwikkelen.

Bedrijfsvastgoed

Ondanks het feit dat iedereen akkoord gaat dat een aankoopmakelaar een meerwaarde biedt en hij het nut ervan inziet, is er twijfel over het gebruik ervan. Het interview met CD-vastgoed toonde aan dat vooral de kleinere bedrijven liever één van hun werknemers potentiële locaties laat opzoeken in plaats van een makelaar te laten zoeken. Dat die persoon tijdens het zoeken niet zijn dagelijks werk kan doen en ook geld kost, wordt niet in aanmerking genomen. CD-vastgoed ziet zeker wel potentieel in de aankoopmakelaar en hoopt dat het even ingeburgerd kan raken zoals in Nederland en Amerika. Niet alleen omwille van de extra markt die gecreëerd wordt, maar ook en vooral omdat ze merken dat de Nederlandse bedrijven en makelaars veel professioneler kunnen samenwerken. De meeste bedrijven hebben daar ook meer respect voor makelaars dan hier in België soms het geval is. Of het ooit zal doorbreken, weten ze niet zeker. Het idee lijkt hen interessant en ze hopen dat een beroepsorganisatie zich eens ten volle inzet hiervoor en de aankoopmakelaar zullen promoten. Anders zien ze het niet direct groeien.

Huidige situatie

Residentieel

De aankoopmakelaar is momenteel nog een nobele onbekende op de vastgoedmarkt in Vlaanderen. Met wisselend succes zijn er makelaars die er zich aan wagen of ooit aan gewaagd hebben. Het is moeilijk om als aankoopmakelaar naam te maken omdat er nog geen duidelijke omkadering bestaat. Bij de particulieren is dit fenomeen nog totaal onbekend en zelf bij makelaars is het ook nog een vaag begrip. Vaak ontbreekt het de kantoren die ook als aankoopmakelaar werken, aan financiële slagkracht om veel publiciteit te kunnen maken over hun dienstverlening. Ook het risico om hier vol voor te gaan, schrikt velen af. De opstart van Vinta is een evolutie in de goede richting omdat zij puur als aankoopmakelaar werken en zij zich enkel en alleen richten op het vinden van potentiële kopers die zij begeleiden in het hele koopproces.

Bedrijfsvastgoed

In het bedrijfsvastgoed kent iedereen het begrip aankoopmakelaar, zij noemen dit echter anders. In deze sector is een 'tenant representative' een gekende term. Omdat er in het bedrijfsvastgoed meer verhuurd wordt dan verkocht, is deze term gebruikelijker dan aankoopmakelaar. Als gaat om 'kopen' gebruikt men de term 'zoekopdracht'. Meestal is dit omschreven in een RFP (Request for Property) document. Daarin staan alle zoekvereisten waaraan een pand moet voldoen. Aan de hand van die vereisten screent de makelaar de volledige markt. Dergelijke zoekopdrachten worden vooral door buitenlandse bedrijven opgelegd en vormen momenteel eerder de uitzondering. Het is ook enkel van toepassing op ingewikkelde dossiers en/of grote oppervlaktes. Kleine bedrijven hebben de meerwaarde hiervan nog niet ingezien.

Toekomstperspectief

Residentieel

In de eerste plaats zou er een vast begrip moeten ontstaan, met een duidelijke omkadering rond dit begrip. Makelaars onderling zouden beter geïnformeerd moeten worden over wat een aankoopmakelaar doet. Vooral dat dit voor de verkopende makelaar geen verschil maakt op gebied van verloning en concurrentie. Ook potentiële kopers zouden beter geïnformeerd moeten worden over de mogelijkheden die ze hebben als ze samenwerken met een aankoopmakelaar.

Iets wat telkens terugkeert, is een nood aan ondersteuning vanuit het BIV of beroepsorganisaties zoals het CIB, Uit de gesprekken bleek echter dat deze organisaties zich daar totaal nog niet mee bezig houden. Misschien kan het een idee zijn om een nieuwe organisatie op te richten die zich voluit kan toespitsen op dit gebeuren. Dit is uiteindelijk ook de manier waarop het gebeurde in Nederland en in de VS 25 jaar geleden. Een dergelijke organisatie kan voor de nodige professionaliteit en omkadering zorgen en het begrip bekend maken bij het grote publiek. Daarnaast kan een dergelijke organisatie ook bij de andere groepsorganisaties lobbywerk verrichten.

Als we kijken naar de aankoopmakelaars zelf, zouden ze zich om te beginnen enkel als aankoopmakelaar mogen profileren. Dit om eventuele discussies te vermijden en te helpen bij de promotie van het beroep. De exacte dienstverlening zal meestal afhankelijk zijn van de klant.

Potentiële kopers kijken uit naar de aankoop van hun nieuwe woning. Het is dan ook bijna vanzelfsprekend dat ze hiervoor zelf ook rondkijken, zeker omdat de zoekmogelijkheden momenteel voldoende uitgebreid zijn. Sommigen zullen zelf een woning vinden die aan hun wooneisen en -wensen voldoet. Anderen zullen door het bos de bomen niet meer zien omwille van die zoekmogelijkheden, waardoor ze gebruik kunnen maken van een aankoopmakelaar die hen hierbij zal begeleiden. Hij kan hen zowel actief als passief helpen met het zoeken ervan. In elk geval kan een potentiële koper gebruik maken van een aankoopmakelaar zodra een pand gezocht wordt. Vanaf dan kan hij de koper begeleiden in het volledige aankoopdossier.

Bedrijfsvastgoed

In het bedrijfsvastgoed is het gebeuren even frequent als in het residentieel vastgoed. Alleen gaat het hier al professioneler aan toe. Wat hier ook opvalt is dat het gebeurt voor zowel aankoop als huur.

Omdat in het bedrijfsvastgoed de financiële cijfers en het rationele belangrijker zijn dan het emotionele is het ook gemakkelijker om zowel als aankoop – en verkoopmakelaar te werken in hetzelfde kantoor. Een beroepsorganisatie die de aankoopmakelaar promoot kan ook hier van nut zijn.

Organisatie starten

Net zoals het onnodig is om het wiel opnieuw te willen uitvinden, is het ook niet nodig om een totaal nieuw concept voor aankoopmakelaars te bedenken. Het beste en meest uitgebreide systeem is het Amerikaanse. Zoals aangehaald, werken ze daar met een Multiple Listing System (MLS) waar zo goed als ieder te koop staand pand op komt. Ook het betalen van de commissie door de verkoper en het verdelen ervan onder de twee makelaars is iets wat het systeem enorm helpt. Een ander alternatief is de handelswijze gebruikt in landen waar het geen gemeengoed is maar wel wijdgekend, zoals Nederland, waarbij de koper de makelaar betaalt.

In België bestaat geen systeem waarop bijna elk te koop staand pand zich bevindt, waarop ieder verkocht pand terug te vinden is, etc. Om als aankoopmakelaar succesvol te zijn, moet je samenwerken met andere makelaars. Om deze samenwerking te promoten, kan het een goed idee zijn om te werken met een referral systeem en zelf een portaal voor de makelaars op te richten.

Praktisch gezien zou een organisatie opgericht kunnen worden waarbij makelaars, zowel aan- als verkoop- zich kunnen aansluiten. Deze organisatie zou kunnen groeien in twee stappen:

Eerste stap: als een verkoopmakelaar een klant over de vloer krijgt die hij zelf niet kan helpen met zijn portefeuille, kan hij hem doorsturen naar een aankoopmakelaar van de organisatie. Als deze laatste de potentiële koper kan overtuigen om samen te werken en dit resulteert uiteindelijk in een verkoop, dan krijgt de verkoopmakelaar die deze koper heeft aangebracht een percentage van de opbrengsten van de aankoopmakelaar. Simpel voorbeeld: makelaar a stuurt b door naar aankoopmakelaar c. C helpt b een huis kopen en krijgt daarvoor €1000. C betaalt a €250 referral fee voor het aanbrengen van deze klant.

Tweede stap zou zijn dat de aangesloten verkoopmakelaars al hun panden plaatsen op een portaal, denk aan een Immoweb voor makelaars of een begin van een MLS. Als een pand dankzij deze site verkocht wordt, krijgt deze organisatie een percentage (bij MLS is dat verkoopprijs x 0.0012). Met deze opbrengsten promoot de organisatie zichzelf. Op een huis van 200.000 euro zou de verkopende makelaar dus 240 euro moeten afgeven. De aankoopmakelaar is nog steeds enkel betaald door de koper.

Bibliografie

Digitale bronnen

11 Simple Steps to Buying a home. Niet gepubliceerd document: The Mark Spain Team.

Agency Law in Real Estate. Geraadpleegd op 2015-05-12 via <http://www.agents4homebuyers.com>

Bouw en industrie - Verkoop van onroerende goederen (1990-2014) (2015). Geraadpleegd op 2015-05-20 via <http://economie.fgov.be>

Bill of rights for real estate. Geraadpleegd op 2015-05-12 via <http://www.tntricityshomes.com>

De aankoopmakelaar. Geraadpleegd op 2015-05-12 via <http://www.vastgoedvanhoof.be>

Exclusive Buyers Agency. Geraadpleegd op 2015-05-12 via <http://www.Naeba.org>

Exclusive Buyers Agents | First Time Home Buyers Agents | Real Estate Buyers Agents. Geraadpleegd op 2015-03-02 via <http://www.Naeba.org>

History. Geraadpleegd op 2015-05-12 via <http://www.rebac.net>

History of The Buyer's Agent. Geraadpleegd op 2015-05-12 via <http://www.allenbrasfield.com>

If sellers have agents, why can't buyers?. Geraadpleegd op 2015-05-12 via <http://www.independent.co.uk>

Learn the Pros and Cons of a Buyer's Agent. Geraadpleegd op 2015-05-13 via <http://www.frontdoor.com>

Tammy Stoner, Learn the Pros and Cons of a Buyer's Agent. Geraadpleegd op 2015-05-13 via <http://www.frontdoor.com>

Wat kan een aankoopmakelaar voor u betekenen?. Geraadpleegd op 2015-05-12 via <http://www.nvm.nl>

Your guide to buying a home. Niet gepubliceerd document Keller Williams.

Persoonlijke communicatiebronnen

Desmet F. (2015, 08 mei) (éénmanszaak vastgoedadviseur). Persoonlijke communicatie [interview]. Eigen woning, Oostrozebeke.

Dhaenens C. (2015, 22 mei). (zaakvoerder CD-vastgoed). Persoonlijke communicatie [interview]. CD-vastgoed, Gent.

Maillet, N. (2015). (makelaar bij The Mark Spain Team). Persoonlijke communicatie [verschillende gesprekken]. Keller Williams North Atlanta, Alpharetta.

McAfee, C. (2015). (makelaar bij The Mark Spain Team). Persoonlijke communicatie [verschillende gesprekken]. Keller Williams North Atlanta, Alpharetta.

Nelde, H. (2015, 20 mei). (oprichter vastgoedcoach). Persoonlijke communicatie [interview]. Eigen woning, Drogen.

Romain, N. (2015,) (zaakvoerder Immobiliën Romain). Persoonlijke communicatie [interview]. Romain, Deinze.

Spain, M. (2015). (zaakvoerder The Mark Spain Team). Persoonlijke communicatie [verschillende gesprekken]. Keller Williams North Atlanta, Alpharetta.

Tange, H. (2015, 04 mei) (zaakvoerder Vinta). Persoonlijke communicatie [interview]. Vinta, Kortrijk.

Vansteene, J. (2015, 20 mei). (Directeur Juridisch Departement BIV). Persoonlijke communicatie [e-mailverkeer].

Woordenlijst

Bedrijfsvastgoed = Magazijnen, kantoren, opbrengsteigendommen, ...

Buyer agent = aankoopmakelaar

Circle of influence = Connecties

Federal Trade Commission = Federale handelscommissie

Fee = Commissie

Leads = potentiële klanten voor de makelaar

Referral = Het doorverwijzen van een potentiële klant tussen professionele personen (makelaars). Met als bedoeling dat de persoon die de klant doorgezonden heeft een vergoeding krijgt (meestal is dit een percentage op de inkomsten die de persoon die de klant ontvangt krijgt).

Rendering = Gegeneerde afbeelding door een computer gemaakt

Residentieel vastgoed = Woonhuizen, appartementen, gronden, ...

Tenant rep = tenant representative = huurder vertegenwoordiger

Lijst van afkortingen

BIV = Beroepsinstituut van vastgoedmakelaars

CIB = Confederatie van Immobiliënberoepen Vlaanderen

MLS = Multiple listing system

NAR = National association of realtors

RFP = request for property = aanvraag voor eigendom

Bijlagen

Logboek

Donderdag 22-01-2015	Onstaan van het concept en omkadering in grote lijnen.
Dinsdag 17-02-2015	Skype-gesprek met Matthew in Amerika in verband met de opmaak van de planning.
Donderdag 19-02-2015	Enquête maken voor de makelaars.
Vrijdag 20-02-2015	Enquête maken voor de particulier.
Dinsdag 24-02-2015	Skype-gesprek: opmaak enquête makelaars en particulier. Afspraak met Van Damme Koen.
Zaterdag 28-02-2015	Verzamelen van de e-mailadressen.
Maandag 02-03-2015	Afspraak met Van Damme Koen.
Dinsdag 03-03-2015	Skype-gesprek: afwerken van de enquête voor makelaars.
Zaterdag 07-03-2015	Verzamelen van e-mailadressen.
Dinsdag 10-03-2015	Skype-gesprek: afwerken van de enquête voor makelaars en particulier
Dinsdag 24-03-2015	Skype-gesprek: om elkaar op de hoogte te houden.
Woensdag 25-03-2015	Nalezen van enquête door externen. Verbeteren van de enquêtes.
Donderdag 26-03-2015	Enquête naar makelaars en particulieren verstuurd
Dinsdag 07-04-2015	Skype-gesprek: bespreken van de eerste resultaten.
Dinsdag 14-04-2015	Skype-gesprek: Data verwerken in tabellen.
Dinsdag 21-04-2015	Skype-gesprek: herversturen van enquêtes naar nieuwe personen.

Maandag 27-04-2015	Interview met Romain N.
Dinsdag 28-04-2015	Skype-gesprek: planning terugkeer.
Maandag 04-05-2015	Interview met Tanghe H.
Vrijdag 08-05-2015	Interview met Desmet F.
Woensdag 20-05-2015	Interview met Nelde H.
Vrijdag 22-05-2015	Interview met Dhaenens C.
Maandag 11-05-2015 tot Vrijdag 29-05-2015	Schrijven van de bachelorproef.

