

Mogen woningsites advertenties van andere makelaars overnemen op hun eigen website? Deze vraag stond eerder dit jaar centraal in de bodemprocedure die Zuka.nl had aangespannen tegen de stichting Baas in Eigen Huis (BIEH). Omdat BIEH had gesommeerd advertenties te verwijderen die Zuka.nl had overgenomen van BIEH-makelaars. De rechter stelde BIEH in het gelijk.



Kuijs: *'De acties van Baas in Eigen Huis roepen wéér het beeld op van makelaars die zich niet hard maken voor kwaliteit, maar voor hun eigen territorium'*



Koudijs: *'Ik heb altijd duidelijk gezegd dat de makelaardij de regie in handen wil hebben met als enig doel: de kwaliteit van de informatie bewaken'*

Vastgoed brengt twee mannen bij elkaar die een belangrijke rol spelen in deze kwestie: Michiel Koudijs van stichting BIEH en Bob Kuijs, oprichter van onder andere Jaap. Volgens Kuijs bezoedelen de acties van BIEH het imago van de makelaardij: ze bevestigen volgens hem het beeld van de makelaar die alleen oog heeft voor zijn eigen belang. Een stevig gesprek.

Is internet van makelaars of van iedereen?

De gesprekspartners zijn nog maar net aangeschoven in restaurant Dauphine in Amsterdam als Kuijs Koudijs een recente editie van *Vastgoed* onder de neus schuift.

Kuijs: "Kijk! Slechts 43 procent van de Nederlanders vindt makelaars 'in het algemeen betrouwbaar'. Dat is al erg genoeg. En dan komt Baas in Eigen Huis met juridische acties om Jaap, Zuka en Moviq aan te pakken. Dat roept wéér het beeld op van makelaars die zich niet hard maken voor kwaliteit, maar voor hun eigen territorium. Dat gaat weer ten koste van de reputatie van de makelaardij. De gemiddelde Nederlander snapt heel goed dat een verkoper voordeel heeft bij publicatie van zijn pand op zo veel mogelijk plekken op het internet. Of dat juridisch juist is, doet er voor hem niet toe. Baas in Eigen Huis gaat dwars tegen dat gevoel in door erop te hameren dat teksten en foto's - gemaakt in opdracht van klanten! - van de makelaar zijn. Hiermee zet de stichting het belang van de makelaar boven dat van de klant."

Koudijs: "Je haalt dingen door elkaar. De 29 jaar dat ik in deze branche werk, heb ik me altijd hard gemaakt voor de kwaliteit van de makelaardij. En ik ben helemaal niet tegen internetsites. Laat er vooral veel goede betrouwbare sites komen. Het zijn prima etalages. Maar de stichting wil wél bereiken dat er goede afspraken komen over het gebruik van gegevens op internet, zodat de kwaliteit op peil blijft. Nu is het onmogelijk om op de ene site wel, en de andere niet te adverteren. Eenmaal op internet ben je alle grip kwijt. Daarom moet de regie over hoe je die etalage vult en aankleedt liggen bij de makelaar en zijn opdrachtgever. Ik krijg huilende mensen aan de telefoon

die hun huis op internet hebben staan, waarmee vervolgens allemaal dingen gebeuren die zij helemaal niet willen. Bijvoorbeeld een man uit Spijkenisse met gezondheidsproblemen, die zijn huis moet verkopen. Hij heeft zijn huis op Marktplaats gezet voor 2,5 ton. De advertentie is overgenomen door een andere internetsite die er bij zegt dat het huis eigenlijk niet meer waard is 180.000 euro. Dat terwijl hij dat huis helemaal heeft uitgebouwd en het wel is getaxeerd op 2,5 ton. Hij moet dat allemaal over zich heen laten komen. Precies dáár wil de stichting wat aan doen. Ik wil als makelaar zelf kunnen bepalen waar ik kom te staan. Je wilt toch ook niet dat een advertentie in *De Telegraaf* in *De Gelderlander* terechtkomt?"

Kuijs: "Jij wilt de regie in handen houden. Maar wat gaat er gebeuren? Het proces levert bijvoorbeeld op dat een site maar 155 tekens en een kleine foto mag plaatsen. De buitenwereld snapt daar helemaal niets van. Bovendien ont-kom je er niet aan dat sites richtprijzen leveren. Ik zou liever zien dat de eigenaar - die zielige mijnheer uit Spijkenisse - kan reageren op die prijs en kan uitleggen waarom die te laag is."

Koudijs: "Onzin. Dat gaat toch niemand lezen!"

Kuijs: "Maar juist met dat citeren in 155 tekens laat je de regie helemaal los. Je moet tegen die man zeggen 'ik ga mijn uiterste best doen om ervoor te zorgen dat het goed komt, want ik ga een supertekst maken.'"

Koudijs: "Moet die man dan op al die sites zijn doopceel lichten om zaken recht te trekken? Daar zit geen enkele

TEKST Peter Boorsma FOTOGRAFIE Adrie Mouthaan

› consument op te wachten. Die wil een x-aantal goede internetsites met betrouwbare informatie. Er moeten goede afspraken komen. Als de opdrachtgever dat wil, neem de informatie dan maar over. Maar mensen die niet willen dat hun advertentie wordt overgenomen, moeten dat ook kunnen aangeven. Jaap heeft ons dat gewoon door de strot geduwd. Als je liet weten dat je niet op die site wilde staan, mailde Jaap dat ze eerst een brief gingen schrijven aan de opdrachtgever.”

Kuijs: “Toch wordt jouw initiatief uiteindelijk maar door 400 van de 6.000 makelaarskantoren gesteund; de meeste makelaars zien dat het goed is op zo veel mogelijk sites te staan.”

Koudijs: “Nonsens! Ik ben niet tegen internet. Kopers kunnen op internet heel goed zien wat er op de markt gebeurt en verkopers hebben een prachtige etalage voor hun onroerend goed. Ik wil alleen voorkomen dat er net zo’n wirwar ontstaat als in de reisbranche. Daarom moeten er afspraken komen over een goede, deskundige en verantwoorde presentatie. Als die kwaliteit goed is, komt dat ook het beeld van de makelaar ten goede. Nu wordt informatie overal vandaan getrokken; met veel fouten die de consu-

Hoe zat het ook alweer?

HET JURIDISCHE GEVECHT

Begin april 2009 oordeelde de rechter in een bodemprocedure - door Zuka aangespannen tegen stichting BIEH - dat Zuka onrechtmatig gebruikmaakt van data van makelaars.

Zuka moest van de rechter de gegevens van 420 makelaars die zich hebben aangesloten bij de stichting BIEH, aanpassen of verwijderen. In totaal ging het om zo’n 28.000 advertenties. Deze advertenties mag Zuka alleen citeren met een beschrijving van maximaal 155 tekens en een fotootje van maximaal 2 bij 3 centimeter. De rechtszaak is er een in een lange reeks rond commerciële woningsites zoals Jaap, Moviq en Zoekallehuizen. Er lopen nog steeds zaken tussen Jaap en Zuka enerzijds en stichting BIEH anderzijds.

ment benadelen. De doelstelling van de stichting gaat niet ten koste van het imago van de makelaardij.”

Kuijs: “Ik zeg dat het een - door jou onbedoeld - neveneffect heeft en ik vrees dat het gaat culmineren. Kijk eens op Nu.nl; hoe ze daar over makelaars schrijven in termen van oplichters en erger.”

Koudijs: “Het gaat erom dat er mensen zijn die uit privacyoogpunt geen bord in de tuin willen. Die willen alleen staan op de site van een specifieke makelaar. Die keuze is er nu niet. Ik heb altijd duidelijk gezegd dat de makelaardij de regie in handen wil hebben met als enig doel: de kwaliteit van de informatie bewaken. Juist in het belang van de consument. Het enige dat we vragen is: klopt even bij ons aan en vraag toestemming. Dan is er ook veel meer medewerking van de kant van de makelaars.”

Kuijs: “Eigenlijk zeggen we beiden dat het hoort te gaan over de kwaliteit. Maar had het dan anders aangepakt. Ga in gesprek met al die sites. Bied ze aan alle informatie te geven, op voorwaarde dat de uitzonderingen - zoals die mijneer uit Spijkenisse - eraf kunnen. Dat zal maximaal 1 of 2 procent zijn.”

Koudijs: “Ik ben al bij al die organisaties langs geweest, maar dat heeft niets opgeleverd.”

Kuijs: “Dat heeft ook te maken met de vraag wát nu precies een uitzonderingsgeval is. Op het moment dat 50 procent niet meedoet, is het hele effect van internet met zijn openheid weg. Want het gaat wel steeds verder natuurlijk. Zo wilden makelaars nooit bekendmaken hoe lang een huis te koop stond. Inmiddels is dat gemeengoed geworden. De makelaardij blijft zich toch ontwikkelen.”

WIE IS WIE?

Bob Kuijs (51), (links op de foto), is oprichter van onder andere Makelaarsland en Jaap. Daarvoor heeft hij als makelaar gewerkt. Tegenwoordig adviseert hij als NVM Woningmarktconsultant projectontwikkelaars, corporaties en overheden over de woningmarkt. Dit varieert van het aangeven aan welke woningbouw behoefte is tot het opnieuw in de markt zetten van een vastgelopen nieuwbouwproject. Daarnaast is hij als ‘multi-ondernemer’ ook in andere sectoren actief.



Michiel Koudijs (48), (rechts op de foto), is afkomstig uit een makelaarsfamilie en heeft een makelaarskantoor in Naarden-Vesting. Koudijs is ook het gezicht van de stichting Baas in Eigen Huis, die namens 420 makelaars een juridische strijd voert tegen het ongevraagd overnemen van informatie door woningsites.