

‘WIJ WETEN WAAR DE BEHOEFTE ZIT’

INDen Haag

VAN DE MAKERS VAN  VISIE editie #3

week 32 / 2020



MENSENMAKENdeSTAD

Rudi van Wechem (l), venmoot/manager Wonen en Robert Kuiper, venmoot/kandidaat-makelaar

Een uit de hand gelopen hobby. Zo typeren **Rudi van Wechem** en **Robert Kuiper Frisia Makelaars** - en dat is misschien wel de beste aanbeveling. Het enthousiaste team combineert kennis van de markt met hart voor de zaak. Die ijzersterke combinatie maakt Frisia de perfecte ketenpartner bij nieuwe ontwikkelingen. ‘Onze expertise is cruciaal voor een geslaagde gebiedsontwikkeling.’

Kennis van de markt, kansen zien en snel schakelen. Dat is waar Frisia Makelaars goed in is. Dit full-service bureau bestrijkt het hele palet van vastgoed. Het 40-koppige team is zowel actief in de woningmarkt als in de zakelijke markt. De expertise loopt van woningen en appartementen tot winkels, kantoren en bedrijfsruimte (zowel bestaand als nieuwbouw) en van taxaties tot hypotheek. Deze allround dienstverlener is stevig geworteld in het Haagse, maar heeft dankzij het Dynamis netwerk van makelaarskantoren ook een landelijke dekking.

Met 95 jaar ervaring is Frisia makelaars een baken in een snel veranderende wereld. Toch was het zelfs voor doorgewinterde professionals als Rudi van Wechem en Robert Kuiper spannend hoe de coronacrisis voor de woningmarkt zou uitpakken. ‘In het begin was het even zoeken’, vertellen ze terugblikkend, ‘maar de bezichtigingen bleven doorgaan en het aanbod bleef op peil. Er was wel sprake van een lichte toename van het aanbod in de bestaande bouw maar deze werd goed door de woningzoekende opgenomen. Voor sommigen was dit een goed moment om de waarde van hun huis te verzilveren, te profiteren van de lage rente, of de verkoop van hun oude huis naar voren te schuiven.’ Intussen is de markt weer gestabiliseerd en zien ze de toekomst met vertrouwen tegemoet. Den Haag doet het nog steeds goed als vestigingsplaats in de Randstad. De vraag naar woningen blijft hoog. Maar er is ook reden voor zorg.

Waar zit de grootste zorg?

Rudi: ‘Het gebrek aan voldoende nieuwbouw, waardoor de krapte op de woningmarkt blijft. De processen voor het realiseren van nieuwe woningen zijn lang en ingewikkeld. Dat is zorgelijk, want de behoefte aan woningen neemt in alle segmenten toe.’

Robert: ‘Door alle aandacht voor corona zou je bijna vergeten dat de sector ook nog kampt met een ander probleem: de stikstofcrisis. Die gaat nog keihard door en is een serieuze complicatie bij het op peil brengen van de woningvoorraad. Ook de exceptionele bouwprijzen zijn een punt van zorg. Als de rente stijgt, komt de betaalbaarheid in het gedrang.’

Is de woningmarkt onder invloed van corona veranderd?

Rudi: ‘We zien een herwaardering van de woning door de consument. Vroeger maakte een kamertje meer of minder niet uit, maar nu is de kwaliteit van de woning echt een issue. Veel mensen willen nu de stap maken naar een betere woning. Dat is een interessante trend.’

Robert: ‘Veel mensen die tijdens de lockdown in een klein appartement zaten, zijn nu bewust op zoek naar meer ruimte, met het oog op een eventuele nieuwe lockdown in de toekomst. Ook het thuiswerken heeft invloed op de markt. Deels thuiswerken lijkt de nieuwe trend te worden. Dat is iets om rekening mee te houden. Mensen willen vaker dan vroeger een eigen werkkamer.’

Past het aanbod bij die veranderende vraag?

Robert: ‘Mensen zijn nu heel bewust bezig met hun volgende stap op de woningmarkt. Het is de vraag of alle programma’s die nu in de pijplijn zitten, wel ‘corona proof’ zijn en of die kleine appartementen nog wel passend zijn. De tijd zal het leren.’

Rudi: ‘Een stad biedt plek aan allerlei verschillende mensen. Een inclusieve stad waar iedereen zich thuis voelt, vraagt om een breed woningaanbod.’

Hoe kunnen jullie ontwikkelaars daarbij helpen?

Robert: ‘Als je gaat bouwen, moet je precies weten voor wie je dat doet en wat er nodig is. Daar zit onze expertise, en die is cruciaal voor een geslaagde gebiedsontwikkeling.’

Rudi: ‘Wij schuiven graag aan het begin van een ontwikkeling aan tafel. Dat is bij uitstek de periode waar onze meerwaarde zit en waar we als ketenpartner het beste resultaat kunnen behalen. Onze kennis van de markt draagt bij aan een succesvolle verkoop.’