

De Booking.com- waarheid van de vastgoedbranche

Het belang van juiste data en de transparantie ervan is immens voor de Nederlandse commerciële vastgoedsector, stelt NVM Business-bestuurder Jordy Kleemans. 'Het is de reden dat Nederland begrijpelijk en geloofwaardig is voor een buitenlandse belegger. En daar ligt direct een aandachtspunt voor bijna alle vastgoedpartijen: de noodzaak van correcte data-invoer aan de voorkant. Daar zijn we allemaal verantwoordelijk voor.'





‘Als we onze positie willen consolideren en liever nog willen versterken dan doen we dat met cijfers, niet met onze blauwe ogen’

‘We merken dat klanten vandaag de dag meer eisen stellen aan de data die zij willen ontvangen’

NVM Business

Wie met Jordy Kleemans spreekt, die ontkomt er niet aan: zijn passie voor de technische vooruitgang van de vastgoedsector, waar data onlosmakelijk mee verbonden is. De NVM Business-bestuurder - in het dagelijkse leven verantwoordelijk voor de afdeling Research & Consultancy bij Savills - is groot pleitbezorger van nog meer samen optrekken van partijen in de vastgoedbranche.

Over NVM Business zegt hij: ‘Ik ben ontzettend trots dat naast de middelgrote corporates en het MKB, inmiddels alle corporates zijn aangesloten bij onze vereniging en niet alleen kennis maar ook data met elkaar delen. Nu zie je dat we steeds meer transactie-data openbaar maken. Ik hoop dat we daar in de toekomst nog veel meer gegevens aan toe gaan voegen. Het is een absolute noodzaak. Tot op heden wordt data mondjesmaat met elkaar gedeeld. Het is namelijk niet vanzelfsprekend om aan een collega NVM Business-lid cijfers te laten zien, wetende dat hij ook je concurrent is. Daar is visie en lef voor nodig van alle leden: beseffen dat we allemaal onderdeel zijn van een ecosysteem en dat we afzonderlijk betere analyses aan onze klanten kunnen leveren als we samen openheid van zaken geven. Het zal op den duur steeds makkelijker gaan worden, daar geloof ik zeker in.’

Professionalisering van de vraag

Je hebt data en je hebt data, legt Jordy Kleemans uit. Om er daarna kordaat aan toe te voegen: ‘Je hebt als gebruiker niets aan onjuiste en vervuilde data. En dergelijke data kom je overal tegen. Incorrecte data-invoer aan de voorzijde is vaak de boosdoener. Een ongelukje zit in een klein hoekje, iedereen kan het overkomen, maar uiteindelijk zorgt het ergens anders in de keten voor een minder zuivere conclusie. Daar moeten we als branche meer moeite in steken.

Het is niet alleen de techniek die evolueert - en daarmee ook de mogelijkheid om gegevens te combineren en te verrijken. Klanten stellen vandaag de dag simpelweg meer eisen aan de data die zij wensen te ontvangen, zo zegt hij. Naast de beschikbaarheid van de beste data, gaat het vooral om messcherpe geavanceerde data-analyses.

Deze ontwikkeling is zichtbaar bij verschillende organisaties en branches. Neem bijvoorbeeld het bankwezen. Zij zetten de data-tendens door in hun SBR-coderingen. Dat lijkt voor een klein kantoor in onze markt misschien ver van het bed, maar het grote plaatje laat zien dat volumineuze beleggers en andere kapitaalcrachtige partijen invloed hebben op de gehele markt. Iedere commerciële vastgoedpartij krijgt te maken met een snelle intensivering van data. Wat te denken van taxaties: vijf tot tien jaar geleden werd er gesteld dat de taxateur uitstervende was en nu doen we als branche meer taxaties dan ooit, waarbij we niet meer zonder digitale branchegegevens kunnen.’

Nederland dataland

Zowel binnen als buiten kantoor is Jordy Kleemans naar eigen zeggen de nieuwsgierige vastgoedprofessional, die al een heel leven lang geïnspireerd wordt door de waarde van informatie en gegevens. ‘Een beetje nerdy misschien wel’, zegt hij lachend. En dan serieus: ‘Het helpt je om een beslissing te nemen, die een grote kans heeft op een positief resultaat. Vroeger moest je daarvoor in bibliotheken en andere analoge bronnen graven. Nu kunnen we als mensen en zeker ook als vastgoedcollega’s oneindig veel gebruik maken van real-time informatie over locaties en een heel breed scala aan variabelen. Dat maakt het zo boeiend en relevant.’

Hij staat stil bij de unieke positie die Nederland inneemt in de wereld op het gebied van data. ‘We mogen ons echt gelukkig prijzen; in Nederland zijn alle ingrediënten aanwezig om als adviserende vastgoedadviseur data te leveren die onze dienstverlening verbetert. Wist je dat Nederland fier in de top-5 van meest transparante datalanden van de wereld staat? We hebben een open source waar andere landen echt jaloers op zijn. Het Kadaster maakt het mogelijk om data op te vragen. Zelfs in het Verenigde Koninkrijk, waar we toch vaak naar kijken als sector, heb je die structuur niet op deze manier.

Dat is een van de redenen dat buitenlandse beleggers onze markt onveranderd interessant vinden. Dankzij de nauwe samenwerking op het gebied van data in onze commerciële vastgoedsector, kunnen we buitenlandse partijen inzicht geven in onze markt. Zo zijn de risico’s en rendementen aan de hand van cijfers en feiten haarfijn

te analyseren en te interpreteren. Internationaal ziet men ons volwassener worden en daar sluit het databeleid van NVM Business op aan.'

Onzin-reviews met tien

In zijn jaarplanning staat zwart onderstreept dat de kwaliteit van de door NVM Business-leden verzamelde data naar een hoger niveau moet. 'Daar ligt mijns inziens de grootste winst voor de toekomst: het verbeteren van onze data. Dat is een harde eis. Als klein landje gaat er een enorm kapitaal door onze handen. Onze branche draait om miljarden euro's en omklemt grote belangen. Aan het advies dat wij geven en de onderbouwing die daarbij hoort, worden door onze opdrachtgevers logischerwijs steeds meer eisen gesteld. Zij nemen tegenwoordig geen genoegen meer met sec de data. De onderbouwing en interpretatie is cruciaal. Als we onze positie willen consolideren en liever nog willen versterken dan doen we dat met cijfers, niet met onze blauwe ogen.'

Hij schetst een parallel met de consumentenmarkt in de toeristische sector. 'Het principe is simpel: in een wereld van enen en nullen is een set slechte data funest voor het vervolg van een advies of de reputatie van een hele keten. Ik vergelijk het wel eens met Booking.com. Daar wil je de beste kamer hebben voor de beste prijs. Als je dan een fijne ervaring hebt gehad dan ben je bereid om een review in te vullen. Bij een slechte ervaring ook. Je helpt hiermee namelijk anderen en bent blij als anderen dit doen zodat je zelf gebruik kunt maken van deze ervaringen; er is dus een prikkel om je ervaring te delen. Op basis van deze ervaringen, oftewel data, maak je een analyse: gaan we naar dat hotel in die stad of naar een andere? Of kiezen we voor een heel andere regio?'

VOC-mentaliteit

Het voorbeeld van Booking.com plakt Jordy Kleemans handig op de commerciële vastgoedmarkt. 'Het is logisch om tegen NVM Business-leden te zeggen: je moet betere data aan de voorkant invullen. Ik geloof niet dat we op die manier direct betere data verkrijgen. Deze genoemde incentive zorgt voor goede data en dergelijke incentives moeten we in onze markt nog veel meer uitnutten om tot betere datakwaliteit te komen.'

Anders dan bij Booking.com wordt er niet altijd een prikkel gevoeld om met heel veel aandacht de best mogelijke data-invoer te generen, is de conclusie van Jordy Kleemans. 'De voordelen ontvangen we met z'n allen pas veel later: als we gestructureerd maand na maand alle sets keurig netjes invullen. Dan plukken we daar de vruchten van. Als bestuurder van NVM Business vind ik dan ook dat wij als organisatie de invoermogelijkheden moeten vereenvoudigen voor leden. Daarmee verkleinen we de kans op fouten. Daarnaast doe ik een beroep op alle NVM Business-leden: maak van data-invoer een prioriteit.'

Hij wijst op Amerika, het land waar vooral commerciële organisaties data beheren en doorverkopen. 'Daar is de prijs voor een simpel vastgoedrapportje inmiddels gestegen van honderd dollar naar duizenden dollars. Als ik daar aan denk dan ben ik ontzettend blij met onze leden, die ervoor kiezen om te delen. Samen komen we hoe dan ook verder.'

JORDY KLEEMANS

Hoe ziet volgens u het kantoor van de toekomst eruit?

Grotendeels flexibel in te richten naar de verschillende behoeften en wensen van mensen, die ook nog kunnen wijzigen gedurende de dag, mede afhankelijk van het type werk.

Dit dient meegenomen te worden in het design door natuurlijke elementen op te nemen in de kantooromgeving (biofilisch ontwerp), dat is tenslotte waar een mens zich het fijnst voelt. Daarnaast spelen de verschillende soorten ruimtes een grote rol, van booths waar je je kunt concentreren en ruimtes waar je kunt mediteren tot zitjes waar je informeel met je collega's kunt brainstormen en met innovaties kunt komen

Noem een aantal goede voorbeelden van nieuwe kantoren waar eigenlijk alles klopt?

Flow Amsterdam is een heel goed voorbeeld. Het is een innovatief gebouw met elementen van een schip, volledig toegespitst op comfort waar werken en ontspanning samenkomen:

- High-tech-ontwikkelingen
- Dakterras op bovenste verdieping
- 360 degrees boardroom
- Volledig uitgeruste bedrijfskeuken
- Bar met state of the art geluidsapparatuur
- Buitenruimte op elke verdieping
- Groot LED-scherm

voor gepersonaliseerde boodschappen

- Gym inclusief spa / hammam

Welke technologieën en innovaties gaan in kantoren het verschil maken?

Data in algemene zin heeft al een enorme impact op de maatschappij. Dit zien we vandaag de dag al terug in de vraagstukken van opdrachtgevers en daarmee in onze dienstverlening, maar dit geldt ook direct en indirect voor de kantorenmarkt. Door het bundelen van data kun je waardevolle informatie vergaren en dit kun je vervolgens doorvoeren in het kantoorontwerp, maar ook bijsturen tijdens het gebruik

Wat is uw visie op de kantorenmarkt op de langere termijn?

Dat de kantorenmarkt essentieel blijft om het dna van bedrijven te borgen, talent aan te trekken en te behouden, voor kruisbestuiving, cross-selling en innovatie in brede zin

Welke trends zijn er en wat kun je er mee doen?

I. Flexibiliteit/hybride werken: rekening houdend met het dna van je bedrijf en hier een goede strategie voor neerzetten om je medewerkers hierin te faciliteren. Neem hierbij ook de verschillende generaties op de werkvloer mee, de uiteenlopende behoeften van mannen, vrouwen, non-binair, etcetera. Er is geen 'one-size-fits-all-concept', dit is afhankelijk van het type bedrijf en het soort sector waarin het opereert



'Anders dan bij Booking.com wordt er niet altijd een prikkel gevoeld om met heel veel aandacht de best mogelijke data-invoer te genereren'

2. ESG: zorgen dat je voor de troepen uit loopt: hierdoor blijf je als bedrijf aantrekkelijk voor werknemers, aandeelhouders en andere stakeholders. Als je achterblijft in je ESG-doelstellingen, zal regelgeving je ertoe dwingen, met extra en hogere investeringen tot gevolg

3. Data-driven Welke nieuwe kansen en uitdagingen bepalen de toekomst?

Ik denk dat de grootste uitdaging ook meteen een grote kans is. Op centrale, goed bereikbare plekken moeten veel functies worden geclusterd. De vraag is hierbij enorm. Op dergelijke plekken willen mensen werken, wonen, ontmoeten en moeten

pakketjes snel geleverd worden en daarnaast willen bedrijven ook niet meer al te ver van afnemers en leveranciers zitten. Dit zorgt ervoor dat gebieden veel slimmer en beter gemixt ingericht kunnen worden. Dit betekent dat we echt goed met elke vierkante meter van onze schaarse ruimte om kunnen én moeten gaan

De winnaars zijn gebouwen die de vraag van de toekomst beantwoorden, wat is die vraag?

Echte gebouwen van de toekomst zijn 100 procent circulair en hebben een slim en vooral flexibel ontwerp. Andere tijden stellen andere eisen en wensen aan gebouwen. Winnende gebouwen zijn dus flexibel en passen zich aan de veranderde vraag aan

Welk bedrijf heeft het meest innovatieve kantoor?

Ik denk dat dat nog in de maak is, al komt Flow in Amsterdam (Houthavens) goed in de buurt

Wat is nu precies een smart building?

Dit zijn gebouwen waarin veel wordt gemeten en die op basis van deze gegevens zorgen voor een optimaal (werk)klimaat. Ik denk dat echte smart buildings in aanvulling hierop dus ook circulair zijn en zich kunnen aanpassen op de vraag mede doordat er zoveel data is door de geconnecteerde systemen

Welke mogelijkheden ziet u om met ideeën, concepten, visies, investeringen of andere initiatieven bij te dragen tot een gezond werkklimaat in steden?

Hier is niet één oplossing voor, maar de toekomst van wonen en werken is in ieder geval

hyperflexibel:

- Veel meer inzetten op optimale mobiliteit door een combinatie van vele investeringen/ innovaties, te denken valt aan elektrische steps (nu nog verboden), deelvervoer, drones, et cetera
- Hybride ruimtes: dure stedelijke vierkante meters optimaal benutten, technologie zal de spil zijn in dit geheel
- In blijven haken op convenience trends: on-demand leefstijl, alles 'as a service', eten, sporten, vervoer, B2C-producten et cetera;
- Urban living voor urban nomads: in elk gebouw is een community manager aanwezig en deze zorgt ervoor dat er een community wordt gecreëerd door middel van voorzieningen en events.

Je betaalt relatief veel voor relatief weinig ruimte maar kunt gratis gebruik maken van een gemeenschappelijke woonkamer, werkplekken, snel internet, sauna's, een dakterras, schoonmaker, taxiservice, een game room, bioscoop en er is een dagelijkse evenementenprogramma. Compact, Community en Convenience onder één dak