

Een koophuis vinden nu onmogelijk? Stuur een ouderwets kaartje via Spottery.

GRONINGEN - De oververhitte huizenmarkt zorgt voor veel frustratie bij huizenzoekers. Het huidige systeem van zoeken, vinden, kopen en verkopen loopt vast. Drie Groningse ondernemers vinden dat dit anders moet en kan. Daarom lanceerden ze Spottery. Op dit online platform kunnen potentiële kopers op zoek naar hun nieuwe huis, juist als het nog niet te koop staat.

Onmogelijke huizenmarkt

Gert-Jan Hageman, Marc Schriemer en Merijn Stapert maken met hun platform Spottery de zoektocht naar een huis weer leuk en transparant. Hageman: “We merken dat veel mensen overwegen hun huis te verkopen, maar het nu niet aandurven, want: waar ga je dan wonen? Het aanbod van koopwoningen is immers gestagneerd. En als er aanbod is, is het al weg voordat je wist dat het beschikbaar was. Steeds vaker kun je als koper niet eens mee doen in het biedingsproces. Dat kan anders.”

Kaartjes in de bus

Op het platform kunnen gebruikers alle huizen van Nederland bekijken via een interactieve kaart. Van de huizen zijn relevante details te bekijken, zoals een afbeelding en de geschatte waarde. “Als je een huis ziet dat je bevalt, dan stuur je via ons platform eenvoudig een persoonlijk kaartje naar de bewoner om je interesse te laten blijken. Zij ontvangen deze thuis op de mat”, vertelt Stapert. Door een unieke code in te vullen op de website van het bedrijf kan de ontvanger het persoonlijke bericht van de afzender lezen.

Match tussen koper en verkoper

Alleen als de ontvanger ook openstaat voor een gesprek, ontvangen ze elkaars contactgegevens. “Alleen dan. We vinden de keuzevrijheid van kopers en verkopers hierin belangrijk” zegt Schriemer. De huidige huizenmarkt zit in een ongezonde spagaat waar vooral kopers de dupe van zijn, vinden de ondernemers. Spottery moet transparantie terugbrengen. “We matchen verkopers en kopers die elkaar tot nu toe alleen bij toeval

konden vinden. We faciliteren de match, leggen het contact. Welke stappen de koper en verkoper daarna zetten is aan hen” zegt Stapert.

Onderzoek

Voordat met de ontwikkeling van het platform is begonnen, deed het bedrijf uitgebreid onderzoek welke kaartjes tot de hoogste respons leiden bij de ontvangers, want niet ieder kaartje is een succes. Schriemer: “Wat steeds als positief werd benoemd, was de stapsgewijze kennismaking tussen de zoekers en de huiseigenaren, waarbij wederzijdse instemming centraal staat”. Daarmee onderscheidt het bedrijf zich van de traditionele manier van ‘het briefje in de bus’ waar de afzender zich direct ongevraagd helemaal presenteert, zonder te weten of de ontvanger daar überhaupt op zit te wachten. De kaartjes zijn erg populair; in korte tijd werden er al duizenden afgenomen bij het bedrijf. Naast de woningzoekers zien ook andere marktpartijen zoals makelaarskantoren en hypotheekverstrekkers de waarde van het initiatief. Zij kunnen speciale giftcards van het bedrijf cadeau geven aan hun klanten, die daarmee kaartjes kunnen sturen.
