

AGRIMETER

De NVR en VastgoedPRO hebben samen een unieke tool ontwikkeld om data over agrarisch vastgoed te beheren, te delen en te koppelen aan tools en bestanden van derden.



FOCUS

Rob Overduin, operationeel manager van VastgoedPRO, en Andreas Dijkhuis, directeur van de Nederlandse Vereniging van Rentmeesters, vonden elkaar op het idee van de Agrimeter. In eerste instantie een initiatief van VastgoedPRO. Overduin: "Agrarische makelaars en taxateurs wilden eigenlijk ook wel een database voor hun markt, zoals we die hebben voor de woningmarkt. Maar dat is nog niet zo gemakkelijk. Het gaat om een hele andere markt, met veel minder transacties, veel meer maatwerk in het bij elkaar brengen van partijen, en het vastgoed is veel ingewikkelder. Een woonhuis heeft een aantal standaardkenmerken. Bij agrarisch vastgoed gaat het vaak om draaiende bedrijven met een complex geheel aan rechten en vergunningen, soms verpachtingen en andere lopende transacties, en beoordelingen van de waarde van veel verschillende elementen. Heel vaak zijn het familiebedrijven, met een complexe zeggenschaps- en eigendomsstructuur en eigen geschiedenis en gaat het bij transacties ook om het gunnen en vinden van de juiste kandidaat. In deze markt gaat nog veel onder de radar en veel van onze leden bewaken hun ei-

WIL JE IETS NIEUWS STARTEN, DAN MOET JE ZELF DE LEAD KUNNEN NEMEN

gen data nog als goud. Om tot zo'n database te komen, moet je flink investeren, met verschillende partijen data willen delen en ook precies weten wat je wilt maken."

Wat gaan we maken?

"Ik ben bij de leden gaan kijken. Wat hebben jullie nu? Hoe orden en raadpleeg je je eigen data en waar haal je data van derden? In de praktijk zit veel informatie besloten in brochures over het vastgoed en de leden hebben meestal een simpel, eigen archief om die gegevens te raadplegen. Verder halen ze uiteraard informatie bij derden, zoals het Kadaster. Dus dat is de basis, dat is niet zo heel ingewikkeld."

Wat willen we delen?

"Veel ingewikkelder is de vraag wat we willen delen en met wie. Ik denk dat veel verenigingen dat wel herkennen:

iedereen wil wel graag halen, maar niet te veel brengen. In de praktijk zijn er veel samenwerkingen tussen kantoren, maar dat is op basis van uitgesproken vertrouwen. Daardoor kwam ik op het idee om op een Facebookachtige manier te gaan werken. Een deel van de data is openbaar, voor iedereen. Maar verder bepaal je zelf wie nog meer data mag inzien, en je kunt het ook stopzetten. En anders dan bij Facebook blijven alle data die je zelf hebt toegevoegd van jezelf."

Samenwerken

"We zouden pas kunnen beginnen als we een gegarandeerde groep gebruikers hadden om mee te starten. Dus ik ben echt wel de boer op gegaan met het project. We hebben ook van meet af aan gezegd dat de tool toegankelijk zou worden voor iedereen die hem als professional zou kunnen gebruiken, dus niet alleen onze leden. In een vroeg stadium kwam NVR erbij. Ook voor de rentmeesters is dit een handige tool. Zij hebben regelmatig te maken met de vraag om te taxeren en met transacties."

De sprong van de rentmeesters

Dijkhuis: "Ik zag meteen wat in een tool waarin je als rentmeester met een klik op de kaart een heleboel gegevens bij elkaar hebt die nodig zijn voor een taxatie. Zoiets is voor ons alleen niet haalbaar, dus het was een mooie kans om dit samen te doen met VastgoedPRO. Maar rentmeesters zijn uit zichzelf nogal old school. Voor onze vereniging was het wel een uitdaging om de sprong te wagen. In ons bestuur zit een jonge rentmeester, Jorrit Klein

WAT IS AGRIMETER

Agrimeter is een tool voor professionals die agrarisch vastgoed taxeren en makelen.

Gebruikers:

- hebben toegang tot data van het Kadaster, Planviewer en Cyclomedia;
- zijn voor elkaar te vinden en op te zoeken;
- voegen hun eigen gegevens toe en kunnen deze daardoor ordenen, gebruiken en verrijken;
- kunnen gegevens delen, maar bepalen zelf wie, naast de openbare data, nog toegang heeft tot meer gegevens. In een groot kantoor kan dat intern zijn, maar het kan ook met een groep samenwerkende kantoren, en dergelijke;
- blijven zelf eigenaar van hun gegevens en kunnen het delen van gegevens op ieder gewenst moment stopzetten.

TIPS VAN AGRIMETER

Braskamp, die helemaal enthousiast is over Agrimeter. Hij was verantwoordelijk voor het project en hij heeft het aan de leden 'verkocht'. Het werkt goed om een jonge, enthousiaste bestuurder in te zetten, die uiteraard weet waar hij het over heeft. Dan laat je de toekomst aan het woord. Hij neemt jonge leden gemakkelijk mee en weet ook de behoudender leden te enthousiasmeren. De blik van millennials op data en hoe je daarmee iets kunt doen, is echt anders. Die frisse vernieuwende blik haal je de vereniging binnen en dat houdt de vereniging relevant."

Vertrouwen

"Zo intensief samenwerken met een andere vereniging was voor ons nieuw", gaat Dijkhuis verder. "Het gaat echt om vertrouwen, wij hadden de ICT-kennis niet in huis. Maar je moet het ook goed regelen. Dat hebben we gedaan door samen een bv te starten, maar ook door het goed te hebben over: wat als we winst maken; wat als het slecht gaat; wat als er een vijandige overname dreigt? Ook een bedrijf starten was voor ons nieuw."

Overduin vult aan: "We hebben intensief met elkaar opgetrokken om dit project van de grond te krijgen. Toevallig heb ik een achtergrond in software ontwikkelen, maar Andreas is degene in het project die scherp de juiste vragen kan stellen. We zitten er echt om elkaar te helpen en we worden er samen beter van. Je gaat elkaar en elkaars leden beter begrijpen."

Derden

Om het goed te laten werken is uiteraard ook de medewerking nodig van leveranciers, zoals het Kadaster, en van tools die relevant zijn. Met de tool kun je de toegang tot deze data en apps voor de gebruikers van Agrimeter goedkoper maken, maar ook gemakkelijker voor de gebruiker en de leverancier. De interface is al geregeld via Agri-

Wil jij ook een digitale tool voor jouw vereniging?

Wil je iets maken dat anders dan anders is, dan moet je kennis in huis hebben. De vereniging moet de lead nemen. Bovendien zijn ook ICT-bedrijven niet gewend om als een vereniging te denken, zij redeneren vaak in de klant-leverancierrelatie.

Daag leden uit om hun digitale sprong te maken en laat ze inspireren door een enthousiast, jong en kundig (bestuurs)lid en denk goed na over waar precies hun aarzeling zit om de sprong te maken. Kun je dat oplossen?

Beperk de toegang niet tot alleen leden, maar maak een tool toegankelijk voor alle relevante gebruikers. Nadenken over wie dat zijn, kan je helpen om onverwachte samenwerkingspartners te vinden.

Je kunt als vereniging geen enorm risico nemen, maar je kunt wel een groep verzamelen die gegarandeerd meedoet. Agrimeter zou met minimaal vijftig gebruikers kunnen beginnen, het werden er zestig.

Zoek voor de start de kleinst mogelijk schaal waarop het kan werken (lean company) en zet het daarna op eigen benen om zich verder te kunnen ontwikkelen – zonder politieke bemoeienis.

Maak een goed plan voor na de start. Een tool ontwikkelt zich niet vanzelf en verkoopt zich niet vanzelf, maar het is wel in het belang van de investerende verenigingen dat het goed gaat. Wie gaat wat doen? Denk aan ontwikkelen, updates, campagnes om gebruikers te werven en bestaande gebruikers enthousiast te houden.

meter en de leveranciers hoeven zelf geen marketing meer te doen. Ook het afrekenen gebeurt via Agrimeter.

Ontwikkelen

Door het product onder te brengen in een bv borgen ze de gezamenlijke investering van de twee verenigingen. Maar er is meer. Een belangrijke overweging is dat het een product in ontwikkeling is, en dan werkt collectiviteit niet zo goed. Door het als een zelfstandig bedrijf in de markt te brengen, willen ze het positioneren als een onafhankelijk product, dat toegankelijk is voor alle professionals die te maken hebben met agrarisch vastgoed. Dit is ook een nieuwe stap voor de verenigingen. Niet verplichten dat leden meedoen, maar uitnodigen, stimuleren en de tool zo inrichten dat ze elkaar zullen vragen om mee te doen. "Dat regelen ze zelf, dat hoeven wij niet te doen", denkt Overduin.

Toch zal de eerste tijd intensieve begeleiding nodig blijven. Het plan is om elke week met kleine updates te komen en een intensieve campagne te starten om deelnemers te werven en gebrui-

kers te stimuleren om alle mogelijkheden te testen.

Hoeveel ICT'er moet je zijn?

Overduin heeft 'toevallig' een ICT-achtergrond. Maar hoeveel ICT'er moet je zijn om een dergelijke digitale sprong te maken? "We gebruiken een externe partij voor het schrijven van de software, de architectuur doen we zelf. Ik ben de productmanager en dat kan ook doordat ik zowel een achtergrond heb in ICT als in marketing. Wil je iets beginnen dat al bewezen bestaat, dan hoeft je zelf geen ICT-expert in huis te hebben. Wil je iets nieuws starten, dan moet je zelf de lead kunnen nemen. Een derde gaat nooit zo'n groot, nieuw initiatief voor je nemen."

