

Verhuur: zelf doen of uitbesteden

De investering van een tweede huis valt (deels) terug te verdienen door het te verhuren tijdens de perioden dat u er zelf geen gebruik van maakt. Maar hoe en waar vindt u huurders?

Wie geld wil verdienen met de verhuur van zijn tweede woning, streeft naar een zo hoog mogelijke bezettingsgraad. Uit recente onderzoeken van diverse reisorganisaties blijkt dat steeds meer gezinnen een vakantie in een huis prefereren boven een verblijf in een hotel. Over het algemeen zal het daarom in deze groeiende markt niet moeilijk zijn om huurders te vinden voor het hoogseizoen – vooral niet wanneer een huis dicht bij water of bos in een populair vakantieland ligt. De grootste uitdaging zit 'm voor

de meeste huiseigenaren dan ook in het opvullen van de minder drukke weken in voor- en naseizoen.

Het meest voor de hand liggende instrument om een tweede woning anno 2013 onder de aandacht te brengen, lijkt het creëren van een aantrekkelijke website. Wie zelf aardig bedreven is met computers of een handig neefje heeft dat het leuk vindt om een mooie online presentatie te bouwen, kan op deze manier proberen om huurinkomsten te genereren. “Maar”, waarschuwt directeur/oprichter Rob Smulders van Mond, een Nederlandse

belangenorganisatie van aspirant-kopers of eigenaren van een tweede huis in het buitenland: “Individuele websites zullen steeds moeilijker te vinden zijn vanwege het toenemend aantal portals waarop krachten worden gebundeld.” Op zijn website Mondi.nl stelt hij dat het ontwikkelen van een eigen site eigenlijk neerkomt op het opnieuw uitvinden van het wiel, en dat het verstandiger en eenvoudiger is om mee te liften op bestaande en succesvol gebleken concepten.

Platforms

Een voorbeeld van een geslaagd online platform waar vraag en aanbod bij elkaar worden gebracht, is de enkele jaren geleden gestarte ‘marktplaats voor vakantiehuizen’ Micazu.nl, een zusterbedrijf van reisorganisatie D-reizen. Inmiddels zijn op deze site zo’n vierduizend vakantiehuizen van Nederlandse eigenaren te vinden in circa vijftig landen, en wordt deze jaarlijks door twee miljoen geïnteresseerden bezocht. De afgelopen twee jaar won de site de publieksprijs van Thuiswinkel Awards voor Beste Nederlandse Reiswebsite.

Omdat de huiseigenaar zelf zijn huis presenteert op de site en direct – zonder tussenkomst van Micazu – een overeenkomst met de huurders sluit, wordt er geen commissie berekend over de huurprijs. Wel brengt de onderneming, die zetelt in Delft, jaarlijks een tarief in rekening. Voor de gemiddelde huiseigenaar komt dat neer op zo’n 150 euro; het precieze bedrag hangt af van het ‘abonnement’ dat hij afneemt. Voor wie ook buitenlandse potentiële huurders wil bereiken, biedt Micazu met het (duurste) Premium-abonnement de service om de woning in het Engels en Duits te presenteren op respectievelijk micazu.com en micazu.de.

Rob Smulders van Mond verwacht dat het aantal professionele online platforms à la Micazu de komende jaren zal toenemen. “Tal van partijen zitten erbovenop, die weten allemaal dat de markt van vakantiehuizen vanwege de crisis alleen maar groeit. Een verblijf in een huis pakt voor een gezin immers goedkoper uit dan een vakantie in een hotel.” Als voorbeelden van mogelijk nieuwe grote (internationale) spelers op de Nederlandse markt noemt hij HomeAway en TripAdvisor.

‘Men wil niet weten welke drama’s zich soms afspelen door naïviteit’

Huiseigenaren die niets voelen voor het zelf beheren en controleren van boekingen, besparen veel tijd door de verhuur volledig uit handen te geven aan een professionele verhuurorganisatie. Op de Nederlandse markt zijn diverse lokale en buitenlandse partijen actief die gespecialiseerd zijn in verhuur van vakantiehuizen, zoals VillaXL/Aan zee, Belvilla/@Leisure, Novasol, Topic Travel en Interhome. Wie in zee gaat met een van deze specialisten, heeft als voordeel dat zijn woning niet alleen wordt gepresenteerd aan potentiële huurders uit eigen land, maar ook aan buitenlandse gasten. Daarnaast profiteren de huiseigenaren van vaak jarenlange expertise binnen deze organisaties op het gebied van verkoop en marketing.

Sommige organisaties nemen niet alleen de werving, boeking en financiële afhandeling voor hun rekening; grote partijen zoals @Leisure bieden ook een 24-uurs SOS-servicelijn waar zowel de eigenaar als de gast een beroep op kan doen. Of ze hebben, in het geval van bijvoorbeeld Novasol en Interhome, lokale servicekantoren die zaken als sleutelbeheer en tussentijdse inspecties voor hun rekening kunnen nemen.

No cure, no pay

Kan de huurprijs bij de online platforms door de huiseigenaar zelf worden bepaald, bij samenwerking met een reisorganisatie wordt deze in overleg vastgesteld. De meeste organisaties vermelden op hun websites dat ze werken op basis van no cure, no pay. Hoeveel er voor aanvullende diensten wordt gerekend, verschilt per organisatie en de contractvariant waarvoor wordt gekozen.

Welke organisatie het beste kan worden gekozen, is volgens Rob Smulders van Mond vooral een kwestie van behoeftes. “Het heeft niet alleen te maken met gevoel en persoonlijke voorkeuren, maar ook met de locatie waar iemands tweede huis is gelegen.” Hij adviseert huiseigenaren

om zich vooraf goed te verdiepen in wat elke organisatie precies te bieden heeft. En benadrukt dat de mogelijkheid om aanvullende diensten zoals sleutelbeheer af te nemen, een extra pluspunt kan zijn voor wie zelf geen vertrouwenspersoon in de buurt van het huis heeft. “Ik ken diverse voorbeelden van eigenaren die al na één kennismaking de sleutel aan burens toevertrouwden, en hun huis enige maanden later leeg terugvonden. Men wil niet weten wat voor drama’s zich soms afspelen door naïviteit. Met weloverwogen beslissingen kan heel wat leed worden voorkomen.”

Ledemaatjes

Uit elk lezersonderzoek komt het weer naar voren: de Ledemaatjes – advertenties van leden voor leden – behoren tot een van de best gelezen rubrieken van *Arts en Auto*. Voor veel VvAA leden blijkt het bereiken van ruim 100.000 medisch professionals dé manier om een tweede huis onder de aandacht te brengen van potentiële huurders, die men weliswaar niet persoonlijk kent, maar waarvan men wel de (gemeenschappelijke) achtergrond weet.

Een duik in de archieven van *Arts en Auto* leert dat de Ledemaatjes lange tijd de naam Bermlampjes droegen. Waren het in de jaren vijftig en zestig dan ook vooral auto’s die op deze manier aan de man werden gebracht, vanaf de jaren zeventig kwamen er steeds meer tweede huizen bij. Aanvankelijk ging het vooral om vakantiehuizen van VvAA leden in landen als Zwitserland, Italië en Frankrijk, maar de laatste jaren blijken ook landen als Turkije, Portugal en Indonesië (Bali) geliefd te zijn bij tweede-huiseigenaren die hun vakantiewoning willen verhuren.