

Nieuw zijn Buck en Groningen, opnieuw TCN en Woonbron

door Wim Laverman

TCN en Woonbron hebben net als vorig jaar de sterkste reputaties van respectievelijk de ontwikkelaars en de corporaties. Buck Consultants International heeft voor het eerst de sterkste reputatie van de adviesbureaus en Groningen van de gemeentelijke ontwikkelingsbedrijven of -diensten. Dat zijn de uitkomsten van de 2e Building Business Reputatie Monitor. Het onderzoek meet hoe de markt het onderscheidend vermogen van 53 partijen ziet. Het geeft inzicht in de onderlinge afstanden binnen de zeven reputatieaanjagers en de 25 onderliggende attributen, en vooral ook in de verschillen ten opzichte van vorig jaar. De stijgers en de dalers dus.

TCN Property Projects heeft zijn nummer één positie van de ontwikkelaars van vorig jaar weten vast te houden. Dat is knap, want het bedrijf heeft nog steeds een bijzonder lage *top of mind*-bekendheid, ongeveer de helft van de hoogst scorende ontwikkelaar op dit onderdeel. Dat betekent dat de reputatie opnieuw bij een tamelijk kleine groep heel krachtig blijft. De reputatie is in de breedte gegroeid, ook al blijft TCN sterke pieken en dalen in de scores op de diverse reputatieaanjagers houden. Innovativiteit en bedrijfsmatige werkwijze, twee belangrijke reputatieaanjagers voor ontwikkelaars, bezorgen TCN vooral de hoge overall score. Vorig jaar noemden we TCN *hot*. Dat blijft het bedrijf, ook al wordt TCN baas en onorthodoxe ondernemer Rudy Stroink steeds meer een gevestigde grootheid en *Salonfähig*. Hij is inmiddels toegetreden tot het bestuur van de Neprom en een veelgevraagd spreker op congressen. Ondertussen blijft TCN ook de aandacht trekken met opmerkelijke projecten en met groei, en natuurlijk met de net zo opmerkelijke poging van het afgelopen jaar om Ballast Nedam over te nemen. Aan een positie die



hot is kleven natuurlijk risico's. Het blijft dus afwachten of TCN zijn hoge score ook volgend jaar weer gaat halen.

Zonder naambekendheid geen reputatie

Een hoge *top of mind*-bekendheid is de toegangspoort tot een reputatie. Een bedrijf kan immers geen reputatie hebben bij mensen die het niet kennen. Een andere ontwikkelaar die ook aan een lage *top of mind*-bekendheid lijdt, is Kristal – dit jaar voor het eerst in het onderzoek opgenomen. Niet zo verwonderlijk, want deze ontwikkelaar voor zeven Randstedelijke corporaties is pas een paar jaar geleden opgericht. Met inmiddels een 140 medewerkers komt Kristal nu op stoom. Door aandacht en tijd aan de beginnende reputatie te geven is deze verder te ontwikkelen.

Ook BPF Bouwinvest leidt aan een lage *top of mind*-bekendheid. Hier doet zich het probleem voor dat de naam nog niet zo heel lang bestaat (vroeger SFB Vastgoed). Het is dan ook opmerkelijk dat BPF Bouwinvest in de overall score zo'n grote sprong maakt, van de twaalfde naar de tweede plaats. Vorig jaar legde BPF Bouwinvest hiervoor al een stevig fundament met een van de hoogste scores op de gedragsintentie 'zou u anderen aanraden met dit bedrijf zaken te doen'. Over de hele breedte van de zeven reputatieaanjagers is BPF Bouwinvest in kracht gegroeid. Die groei kan nog verder doorzetten, want de score op deze gedragsintentie blijft hoog.

Ook Amvest scoort op dit onderdeel in de top. De markt ziet Amvest dus best zitten. Wellicht is dit een eerste teken dat het bedrijf volgend jaar in de ranking kan stijgen. Dat het nu van positie elf naar veertien is teruggezakt, is van weinig betekenis. De onderlinge afstanden zijn immers gering. Twee nieuwkomers in het onderzoek – Kristal en Blauwhoed – hebben zich op hogere posities genesteld dan Amvest. Vesteda, dat van alle onderzochte ontwikkelaars het meeste op Amvest lijkt, is wel gestegen, vooral dankzij een toegenomen reputatie op 'innovatief'.

De overige ontwikkelaars

Johan Matser, een van de oudste ontwikkelaars van Nederland, blijft het in de overall scores goed doen met zijn vijfde plek. Blauw-

Tabel 1. Overall scores ontwikkelaars

Positie			Totaal	
'05	'04		'05	'04
1	1	TCN Property Projects	74,0	67,7
2	12	BPF Bouwinvest	73,5	64,4
3	6	Vesteda	72,8	66,3
4	3	Volker Wessels Vastgoed	72,5	66,7
5	4	Johan Matser Projectontwikkeling	72,5	66,5
6	-	Blauwhoed	71,5	-
7	2	ING Real Estate Development	71,3	66,9
8	9	Heijmans IBC Vastgoedontwikkeling	71,2	65,9
9	5	Bouwfonds MAB Ontwikkeling	71,2	66,4
10	10	AM	70,5	65,4
11	7	BAM Vastgoed	70,3	66,3
12	13	Rabo Vastgoed	70,0	64,3
13	-	Kristal	69,4	-
14	11	Amvest	68,8	64,5
15	8	Ballast Nedam Bouw & Ontwikkeling	68,6	65,9
16	15	Proper-Stok	68,5	62,3
17	14	NS Vastgoed	65,3	62,5

Blauwhoed en Kristal zijn dit jaar voor het eerst in het onderzoek opgenomen.

hoed, ook een oud merk, komt de ranking uitstekend binnen op plaats zes. Johan Matser scoort wat meer in de breedte op de zeven reputatieaanjagers dan Blauwhoed, die wat scherpere uitslagen naar boven en beneden kent.

De ontwikkelende bouwers doen het wisselend. Volker Wessels Vastgoed en Heijmans IBC Vastgoedontwikkeling handhaven zich vrijwel op dezelfde plek als vorig jaar. Door het Neprom-voorzitterschap van Dietmar Werner blijft diens bedrijf – Volker Wessels Vastgoed – voorlopig prominent in beeld.

BAM Vastgoed zakt iets, Ballast Nedam Bouw & Ontwikkeling nog wat meer. Misschien ijlt de kantje-boord *turn-around* die het moederconcern Ballast Nedam de laatste jaren onderging na in de reputatie van de dochter.

Ook ING Real Estate Development moet anderen voor laten gaan. Misschien heeft het iets met de omvang van deze ontwikkelaar te maken. Als je groot bent, kunnen kleinere specialisten er in slagen op sommige reputatieaanjagers voor je te kruipen. Als dat gebeurt op reputatieaanjagers waar de markt veel gewicht aan toekent, kan dat zijn weerslag hebben in de overall score.

Iets dergelijks kan ook het geval zijn bij AM, de tweede grootste woningontwikkelaar, die net als vorig jaar in de middenmoot scoort. Een extra handicap van AM is dat ook deze naam nog niet zo lang bestaat. Er zijn nog steeds veel mensen die het over Amstelland hebben als ze AM bedoelen. Misschien ook is de 'strategische heroriëntatie' die het bedrijf het laatste jaar heeft ingezet, culminerend in interesse van de BAM Groep, van invloed geweest op de reputatiescores. De grootste woningontwikkelaar, Bouwfonds MAB Ontwikkeling, scoort eveneens in de middenmoot. Ook hier doet zich het probleem voor van een (deels) nieuwe naam. Een paar jaar geleden heette het bedrijf nog Bouwfonds Ontwikkeling, toen Bouwfonds Property Development, nu sinds een klein jaar Bouwfonds MAB Ontwikkeling. Naamswijzigingen maken het bekijken van een reputatie natuurlijk lastig. Aan de andere kant, de voormannen van zowel AM als Bouwfonds MAB Ontwikkeling roeren zich nadrukkelijk in het publieke debat. Het is aannemelijk dat dit de reputaties op een positieve wijze beïnvloedt. Dat veroorzaakt wellicht de hoogste score van Bouwfonds MAB Ontwikkeling op het onderdeel 'onderscheidende communicatie'.

De bescheiden overall posities van ING RE, AM en Bouwfonds – en van corporaties De Alliantie en Vestia, zie verderop – zullen enigszins

ingaan tegen het gevoel van sommigen, maar deze onderzoek-uitkomsten zijn nu eenmaal de optelsom van de gezamenlijke opvatting van de respondenten.

Zowel de overall scores als de *top of mind* posities van ING RE, AM en Bouwfonds zijn overigens wel fors gestegen. Deze drie ondernemingen hebben de meest professionele reputatiespecialisten van de hele branche in eigen huis. De kans dat deze ontwikkelaars vroeg of laat in de overall ranking gaan stijgen, is dus groot.

Moeders en dochters

Rabo Vastgoed moet het opnieuw met een tamelijk bescheiden plek in de overall ranking doen. Deze ontwikkelaar is, na decennia op een laag pitje te hebben geopereerd, pas een paar jaar geleden echt in beweging gekomen. Ook het moederconcern Rabobank heeft pas recentelijk het vastgoed ontdekt. Het kost dochter Rabo Vastgoed duidelijk tijd om een in decennia opgebouwde zwakke reputatie nu een meer dynamische lading te geven. Rabo Vastgoed haalt al wel een hoge score op 'maatschappelijk verantwoord gedrag', een reputatieaanjager die in de ogen van de markt een redelijk zwaar, maar niet het zwaarste gewicht heeft. NS Vastgoed lijdt van alle onderzochte ontwikkelaars waarschijnlijk het meest onder de zwakke reputatie van het eigen moederconcern. Ontsnappen aan deze klem vergt een uitgekende en consistente reputatiestrategie.

Net als vorig jaar scoort ook Proper-Stok een bescheiden plaats. Dat is opmerkelijk, want de inner-circle van het vak roemt de deskundigheid en betrokkenheid van deze ontwikkelaar. Maar kennelijk slaagt het bedrijf er niet goed in deze uitstraling bij een veel groter deel van het vak te verkrijgen.

Bij een lage plaats in deze overall rankings moet natuurlijk bedacht worden dat de onderzochte organisaties tot de top van hun marktsegment horen. Waren er meer onderzocht, dan is het goed denkbaar dat de laagste plaatsen door anderen bezet zouden zijn. Bovendien sluit een lage overall score geenszins hogere scores op afzonderlijke reputatieaanjagers of op gedragsintenties uit.

Corporaties

Woonbron heeft zijn nummer één overall positie van vorig jaar niet alleen gecontinueerd, maar zelfs versterkt. De reputatie van alle onderzochte corporaties is gestegen ten opzichte van vorig jaar, maar die van Woonbron het meest. Woonbron scoort op alle zeven reputatieaanjagers bovengemiddeld, bij vijf zelfs in de top. De inkorting dit jaar van

Tabel 2. Overall scores corporaties

Positie			Totaal	
'05	'04		'05	'04
1	1	Woonbron	73,9	66,9
2	5	Ymere	72,3	65,8
3	-	Het Oosten	71,5	-
4	-	Algemene Woningbouw Vereniging	71,1	-
5	4	Rochdale	70,5	65,9
6	9	Woonzorg Nederland	69,5	63,3
7	7	Portaal	69,3	64,7
8	-	De Key	69,1	-
9	-	Corporatieholding Friesland	69,0	-
10	8	Woningbedrijf Rotterdam	69,0	64,7
11	10	Com.Wonen	68,6	63,1
12	2	De Alliantie	68,5	66,8
13	6	Eigen Haard	68,4	64,9
14	3	Vestia	67,4	66,1
15	-	Mitros	66,7	-

Het Oosten, Algemene Woningbouw Vereniging, De Key, Corporatieholding Friesland en Mitros zijn dit jaar voor het eerst in het onderzoek opgenomen.

Tabel 3. Overall scores adviesbureaus

Positie			Totaal	
'05	'04		'05	'04
1	-	Buck Consultants International	72,6	-
2	4	Arcadis	72,5	65,8
3	1	Boer&Croon Ruimtelijke Investerings	71,4	66,9
4	2	Twynstra Gudde	70,4	66,9
5	9	Brink Groep	70,4	63,3
6	3	DHV	70,3	66,4
7	8	Grontmij	70,2	64,5
8	5	Deloitte Real Estate	69,5	65,3
9	6	AT Osborne	67,7	64,8
10	7	Ecorys	67,6	64,6

Buck Consultants International is dit jaar voor het eerst in het onderzoek opgenomen.

de vroegere naam WoonbronMaasoevers tot Woonbron heeft de reputatie niet geschaad, integendeel. De corporatie is zeer actief. Met zijn innovatieve 'Te woon'-programma, waarbij bewoners woningen zowel kunnen kopen als huren, zette Woonbron een trend. Met onder meer zomerdebatten in het Rotterdamse zoekt Woonbron het publieke debat op. En voorman Martien Kromwijk, een man met lef, ontpopt zich steeds meer als een van de *opinion leaders* in de sector.

Ook Ymere doet het overall uitstekend met een stijging van positie vijf naar twee, zij het met meer pieken en dalen in de diverse reputatieattributen. De naam Ymere bestaat pas een jaar of twee (voorheen Woningbedrijf Amsterdam). Als deze corporatie zijn reputatie consistent weet te managen, blijven hoge posities in het verschieft.

Omdat het aantal onderzochte corporaties van tien naar vijftien is gegaan, ziet de overall ranking er nogal anders uit dan vorig jaar. Het Oosten nestelt zich meteen, en niet onverwacht, in de top. Het is een van de bekendste corporaties van Nederland, vooral dankzij de innovativiteit van directeur Frank Bijdendijk. Het Oosten haalt ook een hoge score in het totaal van de vier afzonderlijke communicatiecomponenten ('open', 'consistent', 'onderscheidend' en 'oprecht'). Algemene Woningbouw Vereniging scoort net iets beter dan het veel grotere Rochdale, waarmee het sinds een afgeketste fusie tussen hen een LAT-relatie heeft. Zowel Algemene Woningbouw Vereniging als Woonbron en Ymere hebben een benedengemiddelde *top of mind* bekendheid.

Woonzorg Nederland heeft kennelijk zijn reorganisatieperikelen van een paar jaar geleden achter zich gelaten. Een stijging in de overall ranking is het gevolg. Woonzorg is de enige landelijke van de onderzochte corporaties. De *top of mind* bekendheid is dan ook het grootst, op minieme afstand gevolgd door Vestia, dat de grootste corporatie van Nederland is. Vestia zakt echter fors in het overall klassement. Dat is vreemd en zonder gedetailleerde analyse van het onderzoeksmateriaal moeilijk te verklaren. Misschien speelt mee dat Vestia een wat meer naar binnen gekeerd karakter heeft dan bijvoorbeeld Woonbron, Ymere en De Alliantie, corporaties die de luiken naar de buitenwereld nog duidelijker hebben opengegooid.

De luiken open

De terugval van De Alliantie is daarom zo mogelijk nog vreemder, maar misschien tijdelijk van aard. De Alliantie scoort namelijk onveranderd hoog op de gedragsintentie 'zou u anderen aanraden met deze organisatie zaken te doen'. De overall scores van Vestia en De Alliantie zijn overigens wel hoger dan vorig jaar.

De daling van Eigen Haard is makkelijker te verklaren. Twee jaar geleden fuseerden de Amsterdamse corporaties Eigen Haard en Olympus Wonen en plakten hun twee namen aan elkaar, dit jaar weer ingekort tot Eigen Haard. Het is een nogal naar binnen gekeerde corporatie, die vorig jaar misschien iets boven zijn stand in de overall ranking is geëindigd. De positie van dit jaar weer-

spiegelt de reputatie mogelijk beter. Aan de andere kant, op 'communicatie' en op 'zou u anderen aanraden met deze organisatie zaken te doen' scoort Eigen Haard verrassend hoog.

Ook Mitros is nogal naar binnen gekeerd. Vijf jaar geleden liep deze corporatie nog voorop met grootschalige herstructureringsplannen voor Utrecht. Het tempo ging er echter spoedig uit, pas in oktober van dit jaar kwam er weer beweging in. Dat zal de reputatie van Mitros hebben beïnvloed.

Com.Wonen, anderhalf jaar geleden ontstaan uit een fusie van drie Rotterdamse corporaties, begint al zichtbaar hoger op sommige reputatieaanjagers te scoren, ook al uit zich dit nog nauwelijks in de overall uitslag. Maar Com.Wonen heeft sinds kort in Margriet Drijver een directeur die ook de luiken opengooit.

Corporaties scoren de beste reputatie onder respondenten die bij ontwikkelaars werken en het laagst bij respondenten die bij overheden werken. Dat is toch wel enigszins opmerkelijk.

Adviesbureaus

Veel adviesbureaus hebben een bijzonder lage *top of mind* bekendheid. Je zou verwachten dat juist adviesbureaus vanwege de abstractheid van de 'producten' die ze leveren, er alles aan gelegen is om een hoge naambekendheid te verwerven. Dat nu is de meeste in dit onderzoek niet gelukt. Meer dan tweederde van de markt kent bijvoorbeeld Buck Consultants International niet, het adviesbureau met de beste reputatie. Diegenen die Buck wel kennen geven het bureau bovendien een heel lage score op het onderdeel 'onderscheidende communicatie'. Toch komt Buck – een echte specialist – in de overall score met miniem verschil uit boven Arcadis – het breedste adviesbureau uit deze groep. Buck heeft dus een krachtige reputatie bij een klein aantal respondenten.

De onderzochte adviesbureaus lopen nogal uiteen in omvang en specialisatie. Als groep zijn ze veel minder homogeen dan de drie andere onderzochte groepen. Aan de verschillen in scores kunnen dan ook niet al te veel vergelijkende conclusies worden getrokken. Hun individuele scores met hun sterktes, zwaktes en veranderingen ten opzichte van vorig jaar, blijven echter interessant.

Het bureau dat vorig jaar de beste reputatie had, Boer & Croon, handhaaft zich in de kopgroep. Vorig jaar is het gemeten als Boer & Croon – de naam van de totale adviesgroep –, dit jaar als Boer & Croon Ruimtelijke Investerings, de dochter die zich specifiek op onze markt richt. Iets dergelijks deed zich bij Deloitte voor: vorig jaar nog als Deloitte (totale groep) gemeten, nu als gespecialiseerde adviesgroep Deloitte Real Estate.

Tabel 4. Overall scores gemeentelijke ontwikkelingsbedrijven of -diensten

Positie			Totaal	
'05	'04		'05	'04
1	4	Groningen, Dienst RO en EZ	73,2	64,6
2	8	Tilburg, Dienst Gebiedsontwikkeling	70,4	62,4
3	7	Eindhoven, Dienst Stedelijke Ontw. en Beheer	68,3	62,5
4	3	Rotterdam, dS+V	67,9	64,8
5	3	Rotterdam, OBR	67,8	64,8
6	10	Den Haag, Dienst Stedelijke Ontwikkeling	67,5	61,0
7	9	Utrecht, Ontwikkelingsbedrijf	67,4	61,9
8	2	Breda, Ontwikkelingsdienst	65,8	65,0
9	1	Almere, Dienst Stedelijke Ontwikkeling	65,7	65,9
10	6	Amsterdam, Ontwikkelingsbedrijf	65,6	63,2
11	5	Apeldoorn, Dienst Grond, Economie en Projecten	65,3	63,7

Omdat bij de meting in 2004 gevraagd is naar de reputaties van de 'sector wonen' bij de desbetreffende gemeenten, is een vergelijking tussen de 2004 en 2005 scores eigenlijk niet goed mogelijk.

AT Osborne, dat ruim een jaar geleden alle banden met Berenschot doorsneed, is in het vorige onderzoek nog als Berenschot Osborne gemeten. Nu dus als AT Osborne. Het losmaken van deze bekende moeder heeft AT Osborne reputatiegewijs geen voordeel opgeleverd. Dat is niet zo vreemd, want net als Kristal en Com.Wonen kost het opbouwen van een eigen reputatie nu eenmaal veel tijd.

De voorspelling van vorig jaar dat Brink Groep de weg naar boven zou kunnen inslaan, is uitgekomen, een stijging van overall positie negen naar vijf. Opnieuw scoort Brink Groep weer hoog op 'zou u anderen aanraden met dit bedrijf zaken te doen'. De stijging zou dus verder kunnen doorzetten.

Ecorys blijft het moeilijk houden in het onderzoek. Onder de paraplu van Ecorys hangen en hingen merken als Kolpron, Ecorys-NEI, Sinfore, Rutten Communicatie-advies, AVM, Bureau DAM en The SmartAgent Company. Misschien levert dit in de markt reputatieverwarring op.

Van de zeven reputatieaanjagers is voor adviesbureaus 'servicegerichtheid' volgens de markt veruit de belangrijkste, twee keer zo belangrijk als 'innovatieve opstelling'.

Gemeentelijke ontwikkelingsbedrijven

Omdat bij de meting in 2004 is gevraagd naar de reputaties van de 'sector wonen' bij de tien grootste gemeenten, is een vergelijk tus-

sen de 2004- en 2005-scores eigenlijk niet goed mogelijk. Want dit jaar is specifiek gevraagd naar de reputaties van de ontwikkelingsbedrijven of -diensten van deze gemeenten.

De Dienst RO en EZ van Groningen haalde de beste overall score, vóór de Dienst Gebiedsontwikkeling van Tilburg, een dynamische gemeente. Verrassend? Niet helemaal, want vorig jaar kreeg Groningen al de hoogste score op 'zou u anderen aanraden zaken mee te doen'. Een door weinigen ontdekt pareltje, noemden we Groningen toen. Inmiddels is de overall reputatie wel door de markt ontdekt.

Opmerkelijk is dat de overall reputaties van de ontwikkelingsbedrijven van de vier grote steden niet beter zijn dan die van een aantal kleinere steden uit de toptien. In de inner-circle van het vak wordt vaak gezegd dat alleen de vier grote steden professioneel opereren, maar deze opvatting wordt dus niet door de rest van de markt gedeeld. Op de diverse reputatieaanjagers scores de ontwikkelingsbedrijven van de vier grote steden overigens in wisselende volgorde.

Dat Almere, de grootste bouwput van Nederland, zo fors wegzakt in de overall score, zou een gevolg kunnen zijn van de plotseling stagnerende woningproductie in die gemeente.

Het onderzoek levert een schat aan detailinformatie op. Het is een nuttig instrument voor bedrijven die hun eigen reputatie goed willen managen. ◀◀

ONDERZOEKSVERANTWOORDING

Het oordeel over de 53 onderzochte partijen is telefonisch en via internet gevraagd aan beleidsbepalers, -medewerkers en commercieel verantwoordelijken bij bouwers, ontwikkelaars, gemeenten, corporaties, architecten en grote fabrikanten. Het onderzoek is gedaan door USP Marketing Consultancy in Rotterdam, daarbij geadviseerd door prof. dr. Cees van Riel, verbonden aan het Corporate Communication Center van de Erasmus Universiteit. Het veldwerk vond plaats tussen eind augustus en eind september 2005. In totaal zijn ruim 7.000 personen voor het onderzoek benaderd, ruim 4.000 personen gaven hun medewerking. Voor de beoordeling van elke organisatie zijn gemiddeld tachtig antwoorden beschikbaar gekomen. De uitkomsten zijn behoorlijk consistent ten opzichte van het vorige onderzoek.

Uit internationale studies blijkt dat reputaties op een aantal dimensies zijn gebaseerd, de zogenaamde reputatieaanjagers. Welke dat voor deze branche zijn en welke 25 attributen daar achter liggen staat in Figuur 1 (vorig jaar zes aanjagers en 23 onderlig-

gende attributen; de wijzigingen zijn tot stand gekomen in overleg met prof. Van Riel en een klankbordgroepje van gebruikers). Alle reputatieaanjagers en attributen zijn in de vraagstelling meegenomen. De meeste vragen zijn gelijk aan die van vorig jaar, waardoor de uitkomsten goed vergelijkbaar zijn. Daarnaast is nog een aantal andere elementen gemeten, waaronder communicatie en gedragsintenties. Het gewicht van elk van de aanjagers wisselt per onderzochte groep. Het onderzoek genereert zelf de gewichten. Aan de hand daarvan zijn de overall scores bepaald, waarbij tevens de op vijfpuntschalen verkregen antwoorden naar een makkelijker leesbare honderdpuntschaal zijn vertaald.

Er zijn twee verklaringen waarom de overall scores dit jaar hoger uitkomen dan vorig jaar:

- niet alle vragen zijn exact hetzelfde als vorig jaar en er zijn iets meer attributen onderzocht;
- reputaties kunnen gestegen zijn omdat partijen er aan gewerkt hebben.

Figuur 1. Het onderzoekmodel met de 7 reputatieaanjagers en 25 attributen.

