



Volker Wessels Vastgoed, Ymere en Arcadis hebben de sterkste reputaties

Net als vorig jaar heeft Volker Wessels Vastgoed de sterkste reputaties van de ontwikkelaars en Ymere van de corporaties. Arcadis herovert na zijn dip van vorig jaar opnieuw de koppositie bij de adviesbureaus. Ze worden op de hielen gezeten door respectievelijk Synchron/Johan Matser, Woonbron en PwC.

door **Kees de Graaf**

Volker Wessels Vastgoed heeft wederom de beste reputatie van de ontwikkelaars. De voorsprong op nummer twee, Synchron/Johan Matser is echter minimaal. Beide ontwikkelaars scoren al jaren consistent in de top met hun totaalscores.

Omdat de nieuwe bedrijfsnaam Synchron na de fusie van Johan Matser met Hopman Interheem pas vlak voor het veldwerk van het onderzoek ingevoerd werd en dus nog nauwelijks bekend kon zijn bij de respondenten, is in het onderzoek de naam Synchron/Johan Matser gehanteerd. Hoe de reputatie van Synchron zich in de komende jaren ontwikkelt, wordt interessant. Beklijft de reputatie van een van de oudste merken in ontwikkelingsland, Johan Matser, zomaar bij de nieuwe bedrijfsnaam, of moet er veel werk verzet worden? Synchron/Johan Matser scoort vooral sterk op de reputatieaanjager 'servicegerichtheid' – de één na belangrijkste reputatieaanjager voor ontwikkelaars. Het is een hele toer om zo'n onderscheidend kenmerk na een fusie op hetzelfde peil te houden.

De nummer één positie van Volker Wessels Vastgoed is prachtig, maar slechts een tikkeltje sterker geworden dan vorig jaar. Scoorde het bedrijf toen slechts op een van de zeven reputatieaanjagers een eerste plaats – op 'financieel solide' –, nu is daar 'goede werkgever' bij gekomen. Dat zijn beide niet de belangrijkste reputatieaanjagers voor ontwikkelaars. Volker Wessels Vastgoed moet het dus vooral van een redelijke gemiddelde score op de vijf andere reputatieaanjagers hebben. Dat biedt kansen voor de runners-up, zoals OVG, dat over de hele linie gestegen is en het vooral heel goed blijft doen op de belangrijkste reputatieaanjager bij ontwikkelaars 'innovatief'. Hoewel OVG veel in duurzaamheid investeert, pikken de respondenten dit echter nog nauwelijks op. OVG blijft daarom in de middenmoot scoren op de reputatieaanjager 'maatschappelijk verantwoord'. Maar de sprong in het totale klassement van plaats tien naar drie is uiteraard uitstekend en de grootste sprong van alle ontwikkelaars. OVG scoort bovendien als nummer één op de gedragsintentie 'ik zou anderen aanbevelen om

HOE ZIT HET ONDERZOEK IN ELKAAR?

USP Marketing Consultancy in Rotterdam heeft van 3.400 beleidsbepalers, -medewerkers en commercieel verantwoordelijken bij bouwers, ontwikkelaars, gemeenten, corporaties, architecten en grote fabrikanten via de telefoon en internet het oordeel over de 45 onderzochte partijen verkregen. Voor de beoordeling van elke partij zijn minimaal 80 en gemiddeld 110 ingevulde vragenlijsten beschikbaar gekomen. Het veldwerk vond plaats tussen eind augustus en half september 2008. Prof. dr. Cees van Riel, verbonden aan het Corporate Communication Center van de Erasmus Universiteit, trad op als adviseur. Reputaties zijn op 7 reputatieaanjagers gebaseerd, waarachter 25 attributen zitten. In het onderzoek is ook communicatie expressiviteit ('open', 'consistent', 'onderscheidend' en 'oprecht') en drie gedragsintenties gemeten. Het gewicht van elk van de reputatieaanjagers wisselt per onderzochte groep. Het onderzoek genereert zelf de gewichten. Aan de hand daarvan zijn de totaalscores bepaald, waarbij tevens de op vijfpuntschalen verkregen antwoorden naar een makkelijker leesbare honderdpuntschaal zijn omgezet.

Vanwege de enorme omvang van de steekproef zijn in het 2008 onderzoek de reputaties van de gemeentelijke ontwikkelingsbedrijven/diensten niet meegenomen; zij zaten wel in de eerste vier Reputatie Monitors. In de 2009 Monitor draaien zij weer mee.

voor te werken' en zelfs veruit als nummer één op 'ik zou anderen aanbevelen om zaken mee te doen'. OVG haalt zijn hoge scores overigens met de laagste naamsbekendheid van alle ontwikkelaars, >>

samen met Kristal. Tweederde van het vak kent hen nog steeds niet. Beide ontwikkelaars zijn jong, maar een lage naamsbekendheid buiten de kleine harde kern van het vak maakt het lastig voor een reputatie om te bekliven.

Publiciteit

Met zijn vierde plaats doet TCN het nog steeds goed, maar de reputatie lijkt bij de respondenten toch wat weg te zakken. Dat is niet zo verwonderlijk, want topman Rudy Stroink heeft de afgelopen tijd herhaaldelijk in de media verklaard dat zijn bedrijf last heeft van verminderende marktomstandigheden. Ook bank/verzekeraar Fortis kwam fors in de publiciteit vóór het veldwerk, en evenmin op een positieve manier, al lag de echte hausse pas daarna. Fortis Vastgoed Ontwikkeling jooot in het onderzoek dan ook een aantal plaatsen naar beneden. De hoge score van vorig jaar kan ook een uitschieter zijn geweest die te danken is aan de vele publiciteit tóen rond de verkiezing van moederbedrijf Fortis tot beste werkgever van het jaar. Het kan snel gaan in ondernemersland.

Bouwfonds, benadeelde in een vastgoedfraude, bovendien geplaagd door het vertrek van diverse topmannen vanwege fusieperikelen met Rabo Vastgoed en óók nog voor de zoveelste keer in een paar jaar tijd enigszins van naam veranderd (in het vorige onderzoek Bouwfonds MAB Ontwikkeling, nu Bouwfonds Property Development), handhaaft zich daarentegen op ongeveer dezelfde positie als vorig jaar, en dat is knap. Hoopgevend voor Bouwfonds is bovendien de nummer één positie op de gedragsintentie 'ga ik in de toekomst zaken mee doen', want dat is vaak een voorbode tot stijging in de totaalscore. Ook AM scoort heel hoog op die gedragsintentie. Dat zou ook voor AM een teken kunnen zijn dat de totaalscore, die de laatste jaren een lichte stijging vertoonde maar toch steeds tot een middenpositie in het totaalklassement leidde, een beweging naar boven kan inzetten.

De hoge klassering van Ballast Nedam Ontwikkelingsmaatschappij is opmerkelijk. Meestal scoren concerndochters lager dan hun moeders, maar in dit geval is de totaalscore van Ballast Nedam Ontwikkelingsmaatschappij exact gelijk aan die van het Ballast Nedam concern in de Reputatie Monitor van bouwbedrijven van juni 2008. Of dit een eenmalige uitschieter is, zal bij de 2009-meting blijken.

Overige ontwikkelaars

Proper-Stok zet zijn vorig jaar voorzichtig ingeslagen weg naar boven voort en is nu die andere dochter van het Heijmans-concern, Heijmans Vastgoed, iets voorbij. Proper-Stok stijgt met name door op 'innovatief' en 'maatschappelijk verantwoord'.

Hoewel NS Poort nog steeds laatste staat in het onderzoek, laat dit bedrijf wel de grootste stijging in totaalscore zien van alle ontwikkelaars. De reputatie van NS Poort is dus sterker geworden; er is progressie geboekt op een aantal aanjagers.

Heijmans Vastgoed, Kristal, ING Real Estate Development, Blauwhoed, Amvest, Vesteda en BAM Vastgoed houden min of meer hun positie van vorige jaren op de ranglijst vast. Hoewel ze allemaal op de individuele reputatieaanjagers verschuivingen laten zien, komt dit in hun optelsommen – de totaalscores – nauwelijks tot uitdrukking. De eerste drie scoren wel behoorlijk hoog op de gedragsintentie 'ga ik in de toekomst zaken mee doen', een stuk hoger bovendien dan vorig jaar. Dat zijn mogelijke voorbodes van een stijging in het klassement in de komende jaren.

Blauwhoed haalt zijn hoogste score op 'transparantie', maar dat is een softere reputatieaanjager die minder bijdraagt aan de totaalscore dan een harde. Zowel Blauwhoed als Amvest wisten hun totaalscore iets te versterken. Vesteda heeft zijn goede klassering vooral te danken aan hoge posities op de harde reputatieaanjager 'innovatief' en op de softere 'transparant'. BAM Vastgoed verbeterde licht bij de twee harde reputatieaanjagers 'servicegerichtheid' en 'innovatief'.

De grootste daler is BPF Bouwinvest, terwijl het bedrijf in 2005 nog de grootste stijger bij de ontwikkelaars was. Aan de communicatie kan het niet liggen, want op dat onderdeel scoort BPF Bouwinvest nog steeds hoog. Het zal dus wel onvoldoende reputatiemanagement zijn dat dit bedrijf binnen een paar jaar omhoog en omlaag schiet. En dat zou veroorzaakt kunnen zijn door nogal wat wisselingen in de hoogste managementlagen in de afgelopen tijd.

TABEL 1: TOTAALSCORE ONTWIKKELAARS

Positie	'08	'07	'06	'05	'04		Totaalscore 2008
1	1	4	4	3		Volker Wessels Vastgoed	72,4
2	4	4	4	3		Synchroon/Johan Matser	72,3
3	10	-	-	-		OVG	71,7
4	3	1	1	1		TCN	71,7
5	11	9	15	8		Ballast Nedam Ontwikkelingsmij	71,4
6	2	13	-	-		Fortis Vastgoed Ontwikkeling	71,3
7	6	3	3	6		Vesteda	71,1
8	9	7	9	5		Bouwfonds Property Development	71,0
9	7	6	10	10		AM	70,8
10	14	16	16	15		Proper-Stok	70,7
11	12	14	8	9		Heijmans Vastgoed	70,4
12	13	8	11	7		BAM Vastgoed	69,8
13	5	2	2	12		BPF Bouwinvest	69,5
14	15	12	7	2		ING RE Development	69,4
15	17	11	6	-		Blauwhoed	69,4
16	18	17	14	11		Amvest	68,7
17	16	15	13	-		Kristal	68,6
18	19	18	17	14		NS Poort	66,6

Omdat de nieuwe bedrijfsnaam Synchroon na de fusie van Johan Matser en Hopman Interheem pas vlak voor het veldwerk van het onderzoek ingevoerd werd en dus nog nauwelijks bekend kon zijn bij de respondenten, is in het onderzoek de naam Synchroon/Johan Matser gehanteerd. Een – teken betekent dat het bedrijf in dat jaar niet in het onderzoek voorkwam.

TABEL 2: TOTAALSCORE CORPORATIES

Positie	'08	'07	'06	'05	'04		Totaalscore 2008
1	1	2	2	5		Ymere	72,2
2	2	1	1	1		Woonbron	72,0
3	-	-	-	-		WonenBreburch	71,1
4	12	4	4	-		Stadgenoot/AWV	70,9
5	3	7	7	7		Portaal	70,2
6	6	6	14	3		Vestia	70,1
7	16	15	13	16		Eigen Haard	69,9
8	5	11	12	2		de Alliantie	69,8
9	4	5	5	4		Rochdale	69,7
10	13	9	8	-		De Key	69,7
11	8	3	3	-		Stadgenoot/Het Oosten	69,6
12	11	16	-	-		Staedion	69,0
13	10	10	6	9		Woonzorg Nederland	68,5
14	15	14	15	-		Mitros	68,3
15	9	13	10	8		Woonstad Rotterdam/WBR	67,2
16	7	8	11	10		Com.Wonen	67,2

Omdat de nieuwe naam Stadgenoot na de fusie tussen AWV en Het Oosten pas vlak voor het veldwerk van het onderzoek ingevoerd werd en dus nog nauwelijks bekend kon zijn bij de respondenten, zijn Stadgenoot/AWV en Stadgenoot/Het Oosten (apart) in het onderzoek meegenomen. Woonstad Rotterdam werd tot en met vorig jaar als Woningbedrijf Rotterdam gemeten. In dit onderzoek is de naam Woonstad Rotterdam/Woningbedrijf Rotterdam gehanteerd. Een – teken betekent dat de corporatie in dat jaar niet in het onderzoek voorkwam.

TABEL 3: TOTAALSCORE ADVIESBUREAUS

Positie	'08	'07	'06	'05	'04		Totaalscore 2008
1	4	1	2	4		Arcadis	71,9
2	1	3	9	10		PwC, adv.gr. woco's, bouw en vastgoed	71,4
3	2	2	1	-		Buck Consultants Int.	71,1
4	3	6	5	9		Brink Groep	70,8
5	7	8	6	3		DHV	70,5
6	5	5	7	8		Grontmij	70,3
7	6	4	4	2		Twynstra Gudde	69,8
8	10	10	8	5		Deloitte Real Estate	69,4
9	9	7	3	1		Boer & Croon Ruimtelijke Investerings	68,2
10	8	9	10	7		Ecorys	67,8
11	11	11	10	6		AT Osborne	67,2

Corporaties

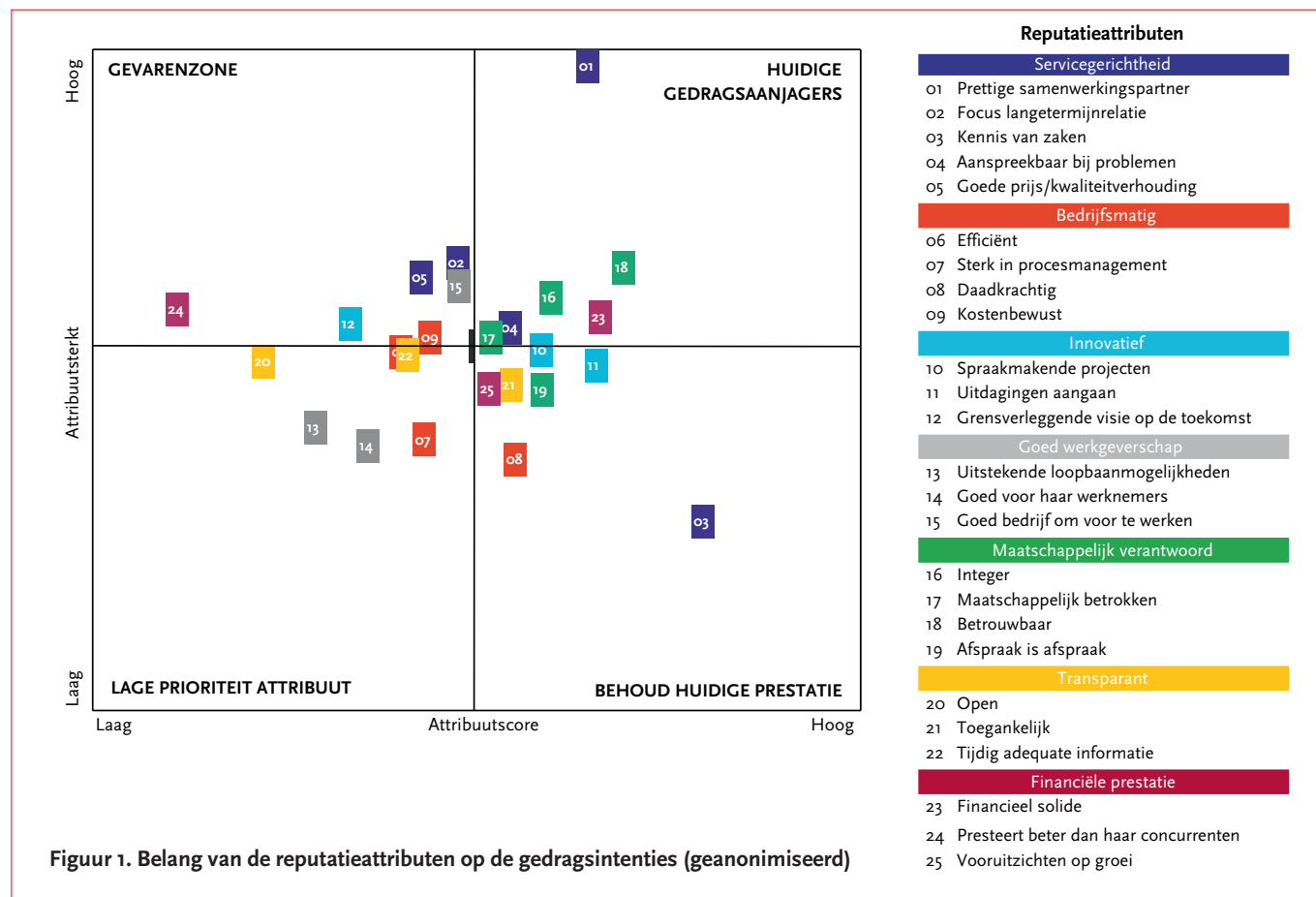
Ymere en Woonbron, de twee koplopers van de laatste paar jaren bij de corporaties handhaven keurig hun topposities. Opmerkelijke binnenkomen met een derde plaats in het klassement is WonenBreburch uit Tilburg/Breda met goede scores over de hele linie. WonenBreburch is voor het eerst in het onderzoek opgenomen.

Ymere scoort op zes van de zeven reputatieaanjagers in de topdrie, Woonbron op vijf van de zeven. Beiden scoren ook uitstekend op de

gedragsintenties ‘beveel ik anderen aan om zaken mee te doen’ en ‘beveel ik anderen aan om voor te werken’. Ymere ziet zijn naamsbekendheid eveneens met een forse sprong verbeteren.

AWV en Het Oosten lanceerden vlak voor het veldwerk startte, hun gezamenlijke fusienaam Stadgenoot. Omdat deze bij de respondenten nog nauwelijks bekend kon zijn, zijn de twee oude namen (apart, maar wel gekoppeld aan Stadgenoot) in het onderzoek meegenomen. Beide namen wisselen nogal stuivertje op de diverse reputatieaanjagers; waar de ene hoog scoort, scoort de andere laag en omgekeerd. Omdat Stadgenoot/AWV op ‘servicegerichtheid’ en ‘maatschappelijk verant-

Vestia, Staedion en Mitros handhaven zich op dezelfde plaats. Voor Staedion, dat vorig jaar de grootste sprong naar boven maakte van alle onderzochte partijen, zou deze pas op de plaats tijdelijk kunnen zijn. Op alle drie gedragsintenties ‘ga ik in de toekomst zaken mee doen’, ‘beveel ik anderen aan om zaken mee te doen’ en ‘beveel ik anderen aan om voor te werken’ scoort Staedion in de top. Twee jaar geleden stond Staedion nog op zes van de zeven reputatieaanjagers



Figuur 1. Belang van de reputatieattributen op de gedragsintenties (geanonimiseerd)

woord’ – verreweg de hardste reputatieaanjagers voor corporaties – nummer één is, staat Stadgenoot/AWV beduidend hoger in het klassemment dan Stadgenoot/Het Oosten. Hoe de reputatie van Stadgenoot zich in 2009 ontwikkelt, is afwachten.

Woonstad Rotterdam, in 2007 ontstaan vanuit een fusie tussen Woningbedrijf Rotterdam en De Nieuwe Unie, heeft duidelijk moeite om de reputatie van Woningbedrijf Rotterdam vast te houden, en zakt dus wat weg.

Eigen Haard, een introverte corporatie uit Amsterdam is met stip gestegen, vooral dankzij beduidend betere scores dan voorheen op de twee harde reputatieaanjagers ‘servicegerichtheid’ en ‘maatschappelijk verantwoord’.

De grootste dalers zijn Rochdale en Com.Wonen. Mogelijk zuigen Amsterdamse corporaties die de schijnwerpers het afgelopen jaar meer op zich gericht zagen, zoals Ymere (groot én nummer één), Stadgenoot (veel regionale fusieaandacht) en in mindere mate De Key (licht gestegen), enige reputatie van Rochdale weg. Rochdale scoort ook matig op communicatie expressiviteit.

Com.Wonen heeft nogal wat negatieve publiciteit in het Rotterdamse gehad in de afgelopen periode. Dat zal ongetwijfeld de reputatie hebben beïnvloed, maar kan een tijdelijk verschijnsel zijn. Op de gedragsintentie ‘ga ik in de toekomst zaken mee doen’ scoort Com.Wonen namelijk veel hoger dan het vorig jaar.

De Alliantie is licht gedaald, net als Woonzorg Nederland en Portaal.

onderaan, maar deze corporatie is duidelijk in beweging gekomen.

Op communicatie expressiviteit scoren Portaal, Woonbron, Stadgenoot/AWV en Vestia in de top.

Opvallend bij corporaties

Wat opvalt is dat corporaties wederom het best scoren onder ontwikkelaars/bouwers en het slechtst onder overheidspartijen, hun natuurlijke bondgenoten. Je zou dat eerder andersom verwachten. Ontwikkelaars/bouwers geven corporaties op alle reputatieaanjagers de hoogste scores; vooral bij ‘servicegerichtheid’ en ‘innovatief’ liggen hun scores ver boven die van andere groepen respondenten. Overheidspartijen waarderen corporaties vooral minder op ‘goed werkgeverschap’, ‘financiële prestatie’ en ‘bedrijfsmatige werkwijze’.

Adviesbureaus

Na een dip vorig jaar is Arcadis weer terug aan de top bij de adviesbureaus. Op vier van de zeven reputatieaanjagers staat Arcadis als eerste. Vorig jaar was dat slechts op één reputatieaanjager. Arcadis blijft daarmee de twee andere ingenieursbureaus uit het onderzoek, DHV en Grontmij, ruim voor. DHV zet zijn lichte stijging van de vorige jaren voort, Grontmij behoudt ongeveer dezelfde positie als vorig jaar.

PricewaterhouseCoopers Adviesgroep Woningcorporaties, Bouw en Vastgoed handhaaft zich met zijn tweede plaats goed in de top >>

van het klassemment. Dat komt vooral omdat PwC op alle reputatieaanjagers heel behoorlijk scoort. Deloitte Real Estate, dat jarenlang nogal onderin het klassemment stond, lijkt echter aan een opmars naar boven begonnen te zijn. Weliswaar scoort Deloitte op de meeste reputatieaanjagers nog steeds matig, maar is wel op de voor adviesbureaus veruit belangrijkste reputatieaanjager 'servicegerichtheid' PwC dit jaar voorbij. En ook op de drie gedragsintenties 'ga ik in de toekomst zaken mee doen', 'beveel ik anderen aan om zaken mee te doen' en 'beveel ik anderen aan om voor te werken'. Op communicatie expressiviteit blijft PwC echter zijn voorsprong op Deloitte houden.

Buck Consultants International, Brink Groep en Twynstra Gudde zakken een plaats in het totale klassemment, Ecorys twee, terwijl Boer & Croon Ruimtelijke Investerings en AT Osborne gelijk gebleven zijn. AT Osborne zag zijn reputatie echter wel een stuk sterker worden. Diens totaalscore steeg met 1,4 punten. Het gespecialiseerde adviesbureau Buck handhaaft zijn hoge score op de voor adviesbureaus één na belangrijkste reputatieaanjager 'innovatief'. AT Osborne, ook een specialist die slechts een deel van de respondenten bedient, stijgt op deze harde reputatieaanjager. Net als Boer & Croon stijgt AT Osborne eveneens op communicatie expressiviteit. Opvallend is echter dat alle adviesbureaus wederom erg laag scoren op 'onderscheidende communicatie'. Ecorys heeft een eerste plaats op 'beveel ik anderen aan om zaken mee te doen'. Op deze gedragsintentie was Ecorys vorig jaar nog een middenmoter. Dat biedt Ecorys dus uitzicht op stijging in het totale klassemment.

Reputatiemanagement

Reputaties zijn geen doel, maar een middel om meer succes te hebben op de personeelsmarkt, om makkelijker bij je prospects of zakenrelaties binnen te komen, om soepeler zaken te doen, om een beter financieel rendement te halen. Een sterke reputatie jaagt gedrag aan. Een

sterke reputatie verlaagt ook de kosten, bijvoorbeeld van personeelswerving of klantenacquisitie, en dat tikt onder de streep vaak harder aan dan omzet proberen te vergroten. De kunst is om van respect in de bedrijfstak naar bewondering te komen. Om daarin te slagen moet een reputatie op al zijn onderdelen gemanaged worden.

In toenemende mate zijn ontwikkelaars, corporaties en adviesbureaus zich de laatste jaren over hun reputatiemanagement gaan buigen. Dat is echter een lange weg te gaan. Niet alleen moet het hoogste management van een organisatie doordrongen zijn (of worden) van het belang van een sterke reputatie, alle divisies en afdelingen moeten dat ook zijn én bereid om al hun handelen langs de reputatiemeetlat te leggen. Meten is ook in dit geval weten. Neem bijvoorbeeld de invloed van de 25 reputatieattributen op de drie gedragsintenties. Figuur 1 toont van een geanonimiseerde partij in vier kwadranten welke reputatieattributen welke positieve of negatieve gedragsgevolgen hebben voor deze partij. Daarop kan gestuurd worden.

In de vijf jaar tussen de 1e Reputatie Monitor en de huidige is de naamsbekendheid van de meeste bedrijven en organisaties bij de vakgenoten gestegen; er is kennelijk in geïnvesteerd. Naamsbekendheid is het entreekaartje tot een reputatie. Bij wie je niet kent kun je immers geen reputatie hebben. En die doet dus geen zaken met je. Toch laat de naamsbekendheid van alle onderzochte bedrijven nog ernstig te wensen over. Zelfs het meest bekende adviesbureau met duizenden werknemers is nog steeds bij eenderde van de vakgenoten ónbekend! Voor sommige adviesbureaus en ontwikkelaars loopt de naamsónbekendheid zelfs op tot tweederde van de markt. Het is onbegrijpelijk dat veel bedrijven daaraan zo weinig doen. Naamsbekendheid is immers gemakkelijk voor elkaar te krijgen, veel makkelijker dan een sterke reputatie. ◀◀

IMPRESSIE

BARRIE NEEDHAM, EMERITUS-HOGLERAAR RADBOUD UNIVERSITEIT NIJMEGEN



Stijgende grondprijzen een structureel probleem

Alle kosten in de bouw stijgen, maar met name de grondkosten zijn fors gestegen de afgelopen tijd. En dat terwijl de kredietcrisis een nadelig effect heeft op de prijsontwikkeling van onroerend goed. Is het inderdaad zo dat de grondkosten de pan uit rijzen en is dit een structureel probleem?

"Laten we de stelling iets veranderen door uit te gaan van grondprijzen in plaats van grondkosten. Als de grondprijs de pan uit rijst, is er iets misgegaan. De vraag is wat precies. De lange doorlooptijd van bouwprojecten is hierin een belangrijke factor. Tussen de verkoop van de ruwe grond en de oplevering van een bouwproject zit vaak een jaar of tien. Dat betekent dat de koper van ruwe grond – doorgaans een project-

ontwikkelaar – een verwachting heeft van de vastgoedprijzen over tien jaar. Dat is een erg lange periode om een betrouwbare verwachting van te maken. Het is duidelijk dat de verwachting tien jaar geleden van hoe de vastgoedmarkt er nu uit zou zien, te positief is geweest. Het gevolg is een relatief hoge grondprijs nu. Overigens zijn de prijzen van ruwe grond niet zo hoog – zeg vijftig euro per vierkante meter – dus verkeerde verwachtingen hebben een beperkt effect op de bedrijfsvoering van de ontwikkelaar. Dat ligt anders bij de handel in bouwrijp gemaakte grond. Hier worden prijzen van 200 tot soms wel 500 euro per vierkante meter neergeteld. Een verkeerde verwachting kan in dat geval dus grote gevolgen hebben voor de bedrijfsvoering. Gelukkig is de periode tussen de aankoop van bouwrijp grond en de oplevering korter, ongeveer vijf jaar, dus is de kans op verkeerde verwachtingen ook kleiner. Niettemin zitten

we in de huidige marktsituatie van stabiele of misschien straks licht dalende vastgoedprijzen wel met een probleem. Simpelweg een hogere prijs vragen aan de koper van het vastgoed werkt niet, want er is altijd concurrentie met bestaande gebouwen. Ik denk dat het een structureel probleem is. De doorlooptijd van bouwprojecten is nu eenmaal lang en het maken van realistische verwachtingen is lastig. Ik pleit er dan ook voor om bij de handel in bouwrijp grond een systeem in het leven te roepen waarbij de grondprijs achteraf kan worden bijgesteld, afhankelijk van de marktontwikkelingen en bouwkostenontwikkelingen. Je kunt het vergelijken met het systeem van opties op de effectenbeurzen. Als de gemeente de verkoper van bouwrijp grond is, zal deze dus moeten leven met onzekerheid over de uiteindelijke grondprijs. Dergelijke afspraken zijn bij transacties tussen bedrijven al gemeengoed."