



Jaarverslag





Inhouds- opgave

Bestuursverslag

De hoofdstukken 1 tot en met 4 vormen
gezamenlijk het bestuursverslag

1. Voorwoord	4
2. Over Funda	8
3. Verantwoording	12
4. Financiële resultaten	14

5. 2025 in vogelvlucht	16
6. Het jaar van ...	20
6.1 Funda Desk 2.0	22
6.2 Een prominentere plek voor nieuwbouw	24
6.3 Slimme stappen met AI	26
6.4 Buurten met makelaars	30
6.5 Sleutelverhalen	32
6.6 De Makelaars Vakprijzen (MAVA)	34
6.7 De eerste 90 dagen van Jørgen Hellestveit	38
7. Geconsolideerde jaarrekening	40

‘Alles wat we doen is gericht op één doel: wonend Nederland vooruithelpen.’

Joost Dop
CEO



Voorwoord

In 2025 bleef de noodzakelijke doorbraak op de woningmarkt uit; de veranderingen waar we in Nederland op hoopten laten nog altijd op zich wachten. Bij Funda richten we ons op wat wél binnen onze invloed ligt, we voelen de verantwoordelijkheid om niet stil te blijven staan.



Als organisatie zijn we continu bezig om de kloof tussen vraag en aanbod te verkleinen. Om kansen zichtbaar te maken in een vastgelopen markt. We schetsen perspectief voor onze bezoekers, meer dan 5 miljoen unieke bezoekers per maand, en stimuleren ze om op andere manieren te kijken en te zoeken. Daarnaast ondersteunen we makelaars met de inzichten die zij nodig hebben om hun rol optimaal te kunnen uitoefenen.

Focus op wat wél kan

Bij Funda voelen we allemaal de verantwoordelijkheid om in de complexe woningmarkt mensen te helpen een geschikte woning te vinden. Dat is wat ons drijft, en dat zie ik dit jaar duidelijker terug dan ooit. Hoe teams samenwerken, elkaar betrekken en op die manier met hun gezamenlijke expertise tot oplossingen komen. Alles wat we doen is gericht op één doel: wonend Nederland vooruithelpen. Met deze missie gaan we elke dag weer gemotiveerd aan de slag. En het doet me goed om te zien dat we daarbij als organisatie voor onze medewerkers een prettige en inspirerende werkomgeving creëren, die in 2025 werd gewaardeerd met een tevredenheidsscore van 7,5.

Forse toename aanbod koopwoningen

Ondanks het grote huizentekort nam het aanbod aan koopwoningen op ons platform aanzienlijk toe; met bijna 20% in vergelijking met 2024. Een belangrijke oorzaak van het extra aanbod betrof de zogenaamde uitponding van beleggingspanden. De afgelopen twee jaar zagen we de gevolgen hiervan, en vooral starters hebben kunnen profiteren van deze, vaak kleinere en dus beter betaalbare woningen. Helaas is de andere

kant van de medaille dat hierdoor het aanbod van (betaalbare) huurwoningen alleen maar verder afnam. En de realiteit is dat het voor starters een moeilijke markt blijft. Het is een context waarin wij zo veel mogelijk perspectief willen blijven bieden, zeker aan starters. Onze Snelgids voor Starters, een stappenplan met slimme tips, inzichten en een checklist, is een mooi voorbeeld waarmee we deze doelgroep zo goed mogelijk op weg helpen.

Slimme filters

Bij Funda staat de mens centraal en kijken we waar technologie de juiste ondersteuning kan bieden. Zo hebben we een functionaliteit geïntroduceerd waarmee je een zoekgebied kunt tekenen. Op die manier kun je makkelijker zoeken in specifieke gebieden. Ook zetten we kunstmatige intelligentie (AI) in om de zoektocht makkelijker en daarmee kansrijker te maken.

We hebben de tijd genomen om goed te begrijpen hoe we AI voor ons kunnen laten werken, hoe het waardevol kan bijdragen aan de oriëntatiefase van consumenten. In het afgelopen jaar hebben we daar heel bewust stappen in gemaakt en toepassingen voor ontwikkeld. Zo kijken we hoe AI-waarde kan toevoegen in onze zoekfunctionaliteit, zodat we de woningzoeker beter én breder kunnen laten zoeken. Bijvoorbeeld met suggesties wanneer de zoekopdracht geen resultaten oplevert. Op die manier kan de juiste toepassing van AI het verschil betekenen tussen wel of niet die volgende stap zetten.

Hoe wij AI slim inzetten lees je in het [interview met Stephen Willems](#), Lead Service Owner.

→

Sleutelverhalen

Ons platform is, mede door het gebruik van slimme filters, uitermate geschikt voor die eerste oriëntatie. Vervolgens kan een makelaar met expertise en lokale kennis het maatwerk en persoonlijke advies bieden waar je als woningzoekende behoefte aan hebt bij een van de grootste aankopen in je leven. De zoektocht naar een woning is voor iedereen weer een andere ervaring, een ander verhaal, waar de makelaar een sleutelrol in kan spelen. Deze verhalen hebben we in 2025 extra belicht in de maandelijks serie Sleutelverhalen, waarin woningzoekers vertellen over de onmisbare rol van hun makelaar. Het gaat over onverwachte oplossingen, oprechte betrokkenheid of die ene stap extra die de doorslag gaf. Verhalen die ook weer laten zien wat wél mogelijk is, ongeacht de situatie op de woningmarkt. In dit jaarverslag lees je [een van deze Sleutelverhalen](#).

Makelaars Vakprijzen

Om onze waardering voor het makelaarsvak te tonen hebben we in 2025 voor het eerst de Makelaars Vakprijzen uitgereikt, de MAVA. Met honderden inzendingen en vele enthousiaste reacties werd al snel duidelijk dat we deze awards ook in 2026 weer zullen uitreiken. Tijdens een gala-event hebben we het makelaarsvak gevierd en makelaars die zich onderscheiden door innovatie, maatschappelijke impact en klantgerichtheid een podium gegeven. Hilje Hoogeveen, Senior Content Marketeer, geeft [een kijkje achter de schermen](#) en legt uit hoe het idee voor de MAVA is ontstaan.

Funda Desk 2.0

In 2025 hebben we er ook voor gezorgd dat we de makelaar achter de schermen optimaal faciliteren. We hebben hard gewerkt aan Funda Desk 2.0, het systeem waarin makelaars alles kunnen regelen voor hun werk op Funda. Door nog beter in de behoefte van de makelaar te voorzien hebben we een grote stap gezet in het makkelijker en efficiënter maken van deze tool. De vernieuwde versie is dan ook ontwikkeld in nauwe samenwerking met makelaars,

‘De zoektocht naar een woning is voor iedereen weer een andere ervaring, een ander verhaal, waar de makelaar een sleutelrol in kan spelen.’

ondersteund door data-inzichten en feedback uit de praktijk. Jurriaan van Gent, Team Lead Product Marketing, [vertelt in dit jaarverslag](#) meer over deze belangrijke stap en de mooie resultaten die het heeft opgeleverd.

Team Nieuwbouw

Om te kunnen voldoen aan de grote vraag naar woningen is nieuwbouw onmisbaar. Daarom is in 2025 Team Nieuwbouw opgericht, waarmee we zowel woningzoekers als makelaars nog beter kunnen bedienen in de nieuwbouwsector. De focus ligt op het toevoegen van meer waardevolle informatie over nieuwbouwprojecten in de oriëntatiefase, vanuit datagedreven inzichten. [Senior Product Manager Marc Jutten](#) legt uit hoe zijn team ervoor zorgt dat de consument zowel Funda als de makelaar nog beter weet te vinden voor nieuwbouwprojecten.

Resultaten en vooruitblik

Ik ben trots op Funda en wat we als organisatie in het afgelopen jaar bereikt hebben. Uiteindelijk zijn wij een van de puzzelstukjes in een complexe woningmarkt en kunnen we de woningkrapte niet zomaar oplossen. Wel kunnen we meedenken en perspectief bieden doordat we de intentie van woningzoekers goed kunnen doorgronden. Hiermee weten we echt bij te dragen aan de verbinding tussen consument en makelaar, en beide groepen optimaal te faciliteren. Deze inspanningen hebben afgelopen jaar weer tot mooie resultaten geleid. De makelaarstevredenheid lag met een 7,6 op recordhoogte en ook consumenten gaven ons met een waardering van een 8

een mooi rapportcijfer. Allemaal factoren die bijgedragen hebben aan een positief jaar waarin we een omzetstijging van 25,3% realiseerden.

In 2026 viert Funda haar 25-jarig jubileum en ik kijk ernaar uit om te laten zien dat we als tweezijdig platform onverminderd relevant zijn. Juist in een steeds complexere woningmarkt kunnen we verbinding realiseren door slimme, functionele oplossingen te bieden en door samen met de makelaar vraag en aanbod bij elkaar te brengen. Daarbij analyseren we de ontwikkelingen die AI met zich meebrengt met grote interesse én concrete inzet: we handelen proactief op de kansen die er liggen om ons platform door te ontwikkelen en wonend Nederland nog beter vooruit te helpen, zonder de mogelijke bedreigingen uit het oog te verliezen.

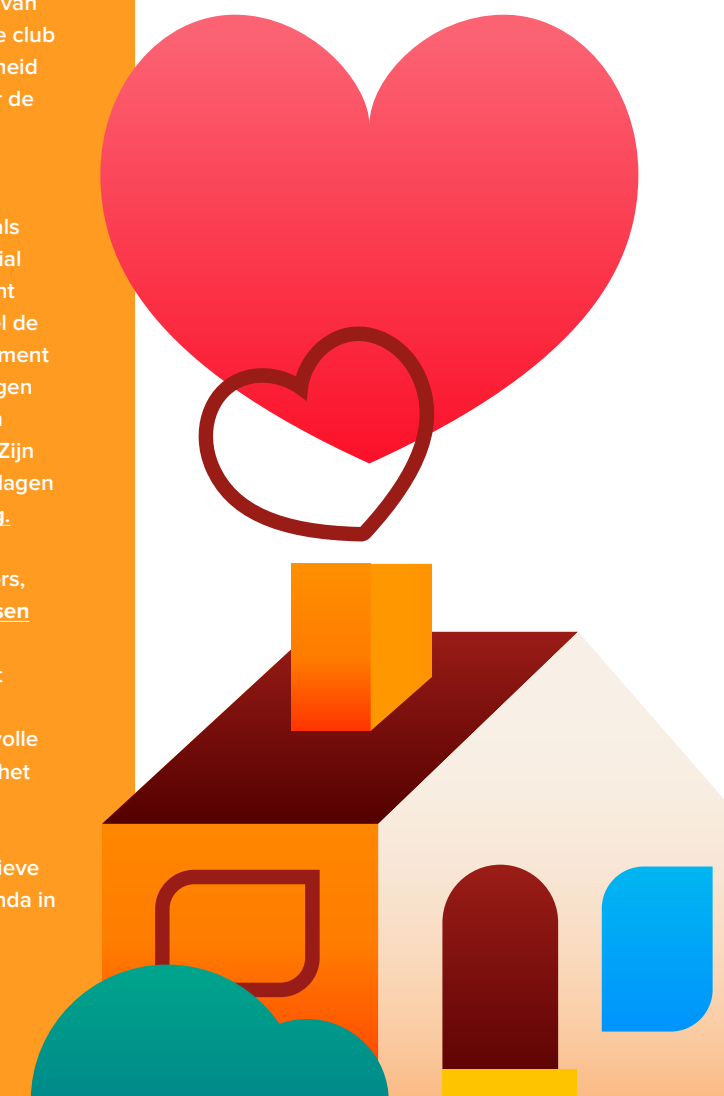
Dankwoord

Ik noemde al het enthousiasme, het harde werk en de betrokkenheid van mijn collega's bij Funda. Met deze club mensen en onze grote gedrevenheid leggen we een stevige basis voor de toekomst.

Ook wil ik Jørgen Hellestveit, die per 1 augustus is gestart, nogmaals verwelkomen als Chief Commercial Officer en lid van het Management Team. Met zijn ervaring aan zowel de makelaarskant als in het management van woonplatforms kan hij bijdragen aan het nog beter samenbrengen van makelaars en consumenten. Zijn inzichten na de eerste negentig dagen [lees je verderop in dit jaarverslag](#).

Graag wil ik ook al onze gebruikers, partners, [Raad van Commissarissen](#) en aandeelhouders danken voor hun steun en vertrouwen. Tot slot wil ik mijn waardering uitspreken voor de constructieve en succesvolle samenwerking met makelaars in het afgelopen jaar. Met deze stevige gezamenlijke basis kijk ik vol vertrouwen uit naar nieuwe positieve stappen en verdere groei van Funda in 2026.

Joost Dop
CEO



Over Funda

Funda vormt het hart van de Nederlandse woningmarkt. Maandelijks gebruiken meer dan 5 miljoen mensen ons platform om zich te oriënteren, een woning te zoeken of te verkopen, of inzicht te krijgen in hun woonsituatie. In een woningmarkt die voor veel mensen onzeker is, bieden wij overzicht, inzicht en perspectief.

Als tweezijdig platform brengen we vraag en aanbod bij elkaar. We verbinden woningzoekers en verkopers met makelaars, en zorgen dat beide groepen elkaar beter weten te vinden. Wat we ontwikkelen voor consumenten versterkt ook de makelaar en andersom. Onze missie is helder: wonend Nederland vooruithelpen. We geven consumenten grip op wonen met slimme zoekmogelijkheden en relevante informatie, en ondersteunen makelaars in hun sleutelrol met tools die hun werk makkelijker en efficiënter maken. Zo brengen we vraag en aanbod bij elkaar en bouwen we aan een woningmarkt waarin iedereen beter zijn weg kan vinden.



De fundamentele cijfers

Platformcijfers

834,2 mln.

websitebezoeken op Funda en
22,3 mln. op Funda in Business

239.239

huizen verkocht via Funda

4:41 min.

gemiddelde bezoekduur
op Funda

97%

naamsbekendheid

13%

meer plaatsingen (in totaal 345.221)
op Funda t.o.v. 2024

9 mln.

consumenten contacteerden de
makelaar via Funda en Funda in
Business

3%

meer plaatsingen (in totaal 30.935)
op Funda in Business t.o.v. 2024

Organisatiecijfers

162

medewerkers in dienst
op 31 december

23

nationaliteiten werkzaam
bij Funda

22

nieuwe medewerkers,
9 namen afscheid

40%

van de medewerkers is vrouw
en 60% is man

37

gemiddelde leeftijd
medewerkers

27

dagen gemiddeld
time to hire

4,4%

verzuimpercentage
(t.o.v. 4,4% in 2024)

€ 73,3 mln.

omzet
(2024: € 58,5 mln.)

€11,9 mln.

omzet uit advertising
(2024: € 11,2 mln.)

€34,2 mln.

resultaat na belastingen
(2024: € 24,4 mln.)

Leeftijdsopbouw medewerkers

t/m 26	12
27 t/m 30	24
31 t/m 35	44
36 t/m 40	40
41 t/m 45	20
46 t/m 50	10
51 t/m 55	5
56 t/m 60	6
61 t/m 66	1

Verantwoording



Jaarlijks bod op aandelen STAK

Bij de toetreding van General Atlantic begin 2024 is overeengekomen dat General Atlantic jaarlijks een bod uitbrengt op de door STAK gehouden aandelen in Funda B.V. In dat kader is begin februari 2025 een eerste transactie afgerond, waarna het aandelenbelang van General Atlantic is uitgekomen op 24,39% en dat van STAK op 5,02%. Naar aanleiding van het eind 2025 uitgebrachte bod, waarvan de afwikkeling begin januari 2026 heeft plaatsgevonden, is het aandelenbelang van General Atlantic per januari 2026 gewijzigd van 24,39% naar 24,49% en dat van STAK van 5,02% naar 4,93%.

Samenstelling RvC

De samenstelling van Funda's Raad van Commissarissen is per 18 maart 2025 gewijzigd. Op die datum is Tom Hussey afgetreden als RvC-lid en is Chris Caulkin (Managing Director en Head of Technology EMEA bij General Atlantic) benoemd als nieuw lid.

De Raad van Commissarissen bestaat daarmee uit voorzitter Michel van der Bel (Non-Executive Director bij Red Sift en Board Member bij Intrum), Cecilia Beck-Friis (voormalig CEO van Hemnet en Council Member bij Stockholms Handelskammare), Yme Bosma (CEO NVM Holding), Sander Heidinga (Partner bij KRK en toezichthouder bij Dynamis Taxaties Nederland) en Chris Caulkin.

Samenstelling Management Team

Per 1 augustus 2025 heeft Funda Jørgen Hellestveit verwelkomd als nieuwe Chief Commercial Officer. In deze rol richt hij zich op het versterken van de toegevoegde waarde die Funda biedt

aan zowel makelaars als consumenten. Op dezelfde datum is Ilse Westerveen, Head of People & Culture, toegetreden tot het Management Team.

Samen met Joost Dop (CEO), Eduardo Neves (CTO), Róbin de Wit (Legal Director), Roos van Ginkel (CFO) en Angelika Dietrich-Winkler (Product & Design Director) bestaat het Management Team hiermee uit zeven leden. Angelika Dietrich-Winkler zal per eind april 2026 Funda verlaten.

Onzekerheden & risico's

Het risicomanagement is integraal verankerd in de governance- en planning-en-controlcyclus, met duidelijke verantwoordelijkheden binnen het Management Team en periodieke monitoring van de belangrijkste risico's. Onze risicobereidheid is laag en wij richten onze processen op een efficiënte en effectieve manier in om deze risico's laag te houden.

In 2025 was sprake van aanhoudende krapte op de woningmarkt, beperkte nieuwbouwproductie en terughoudendheid bij zowel kopers als verkopers. Deze factoren waren duidelijk zichtbaar in de marktdynamiek.

Overheidsmaatregelen gericht op het vergroten van het woningaanbod en het versnellen van de bouw bevinden zich grotendeels nog in de implementatiefase. De effecten hiervan zijn daardoor vooralsnog beperkt gebleven. Funda volgt deze ontwikkelingen actief en past waar nodig haar commerciële en operationele koers aan.

Overige operationele, financiële en juridische risico's die een materiële impact kunnen hebben op de jaarrekening, worden door Funda als beheersbaar beschouwd.

Binnen onze organisatie hechten we grote waarde aan ethisch en professioneel gedrag van onze medewerkers. We erkennen dat maatschappelijke thema's zoals ongewenst gedrag een impact kunnen hebben op onze werkomgeving. Daarom krijgt dit onderwerp bij ons veel aandacht, wat zich onder meer uit in onze code of conduct.

Frauderisico en Business Continuity Management

Funda acht het frauderisico binnen de onderneming beperkt. Jaarlijks wordt een frauderisicoanalyse uitgevoerd om potentiële risico's te identificeren en te beoordelen. Waar nodig worden adequate maatregelen getroffen om dergelijke risico's proactief te verkleinen.

In 2026 zet Funda vervolgstappen om de bedrijfscontinuïteit te versterken en de weerbaarheid tegen grootschalige en ernstige incidenten verder te vergroten. Dat gebeurt onder meer door gerichte training van het interne Crisis Management Team.

Privacy & security

In het najaar van 2025 heeft Funda opnieuw een externe privacy-audit laten uitvoeren om de naleving van relevante privacywetgeving blijvend te waarborgen. Uit deze audit bleek dat Funda een onverminderd hoog niveau van compliance handhaaft. De audit resulteerde in een beperkt aantal

aanbevelingen, waarvan geen als hoog risico is aangemerkt. Deze aandachtspunten zijn meegenomen in de plannen voor 2026.

Ingroeiquote vrouwen

Het bestuur van Funda bestaat uit één bestuurder (man) (2024: 1). De Raad van Commissarissen telt vijf leden, van wie één vrouw (2024: 1) en vier mannen (2024: 4).

De subtop van Funda wordt gevormd door het Management Team dat bestaat uit zeven personen: drie mannen (inclusief de bestuurder) en vier vrouwen.

Funda streeft naar een evenwichtige man-vrouwverhouding in zowel de top als de subtop van de organisatie. Hiervoor zijn streefcijfers vastgesteld voor de samenstelling van de Raad van Commissarissen en het Management Team. Het doel is minimaal een derde vrouwelijke leden in de Raad van Commissarissen en een evenwichtige verdeling tussen vrouwen en mannen in het Management Team te behouden.

Bij (her)benoemingen wordt nadrukkelijk gezocht naar kandidaten die bijdragen aan deze doelstellingen. Waar nodig worden aanvullende maatregelen getroffen, zoals het verbreden van wervingskanalen en expliciete aandacht voor een diverse kandidatenpool. Het meest recente lid van de Raad van Commissarissen is benoemd op voordracht van aandeelhouder General Atlantic, conform de geldende afspraken.

Financiële

Het boekjaar 2025 was sterk voor Funda, gedreven door zowel gunstige marktomstandigheden als doelgerichte commerciële inspanningen.



resultaten

De onderneming realiseerde een omzet van € 73,3 miljoen (2024: € 58,5 miljoen), wat neerkomt op een jaar-op-jaargroei van 25,3%. Dit is te danken aan hogere aantallen woningtransacties – als gevolg van een grootschalige ‘uitponding’ golf in de woningmarkt – en door intensievere samenwerking met makelaars, alsook een grotere adoptie van Funda’s toegevoegde waarde producten.

De verkoop van Funda’s meest premium presentatiepakket nam ook in 2025 verder toe. Dit weerspiegelt een gerichte salesaanpak en de toenemende behoefte van makelaars en verkopers om zich nog beter te kunnen onderscheiden op het platform van Funda. Promotionele producten voor makelaars, waaronder advertentie- en abonnementsoplossingen, zijn in de loop van 2025 verder opgeschaald, ondersteund door een groeiende klantadoptie. Parallel hieraan realiseerde Funda in Business een solide groei, wat de sterke positie van Funda in het commercieel vastgoedsegment bevestigt.

De resultaten over 2025 tonen daarmee de effectiviteit van Funda’s commerciële strategie aan, waarin klantgerichtheid, heldere waarde proposities en gedisciplineerde salesuitvoering worden gecombineerd met een zeer gunstige marktdynamiek.

De omzetgroei vertaalde zich in een significante stijging van het resultaat. Het resultaat vóór belastingen bedroeg € 42,6 miljoen (2024: € 30,6 miljoen), een toename van 39,2%. Het resultaat na belastingen kwam uit op € 34,2 miljoen (2024: € 24,4 miljoen), een stijging van 40,2%. De kosten namen eveneens toe, onder meer als gevolg van gerichte investeringen in technologie, platformontwikkeling en personeel ter ondersteuning van de strategische doelstellingen van Funda.

De financiële positie van Funda bleef zeer solide. De liquiditeitspositie daalde in 2025 tot € 24,4 miljoen (2024: € 28,9 miljoen). Deze afname is voornamelijk het gevolg van de uitkering van interim-dividend, dat vanaf 2025 op kwartaalbasis plaatsvindt conform het vastgestelde interim-dividendbeleid. In 2025 is over het eerste tot en met het derde kwartaal in totaal € 15,9 miljoen aan interim-dividend uitgekeerd.

Het hogere resultaat over het boekjaar had een positief effect op de solvabiliteit, die echter deels werd verminderd door de in 2025 uitgekeerde interim-dividenden. De solvabiliteitsratio daalde in 2025 van 72,9% naar 63,6%.

In het afgelopen boekjaar hebben geen significante investeringen plaatsgevonden en voor het komend jaar zijn geen omvangrijke investeringen voorzien. De investeringen voor komend jaar beperken zich met name tot de vervanging en optimalisatie van de IT-infrastructuur.

Het bestuur heeft de continuïteit van de onderneming beoordeeld en is van mening dat de jaarrekening is opgesteld op basis van de continuïteitsveronderstelling. Een nadere toelichting op de financiële resultaten, kasstromen en balansposten is te lezen in de jaarrekening.

2025 in vogelvlucht

Januari

Beschikbare bezichtigingsdagen verbeterd

Bij het aanvragen van een bezichtiging tonen we alleen nog de dagen en dagdelen waarop de makelaar beschikbaar is.

Strategiedag

We komen met alle collega's samen tijdens de Strategiedag om vooruit te kijken naar onze koers richting 2030.



Nieuw onboardingsprogramma

We vernieuwen ons onboardingprogramma om nieuwe collega's een nóg betere start te geven.

Februari

Eerste Sleutelverhaal online

De eerste van de tien Sleutelverhalen staat online. In deze serie laten consumenten zien hoe makelaars het verschil maken bij de aan- of verkoop van hun huis. Samen worden alle verhalen uiteindelijk 531.296 keer gelezen.

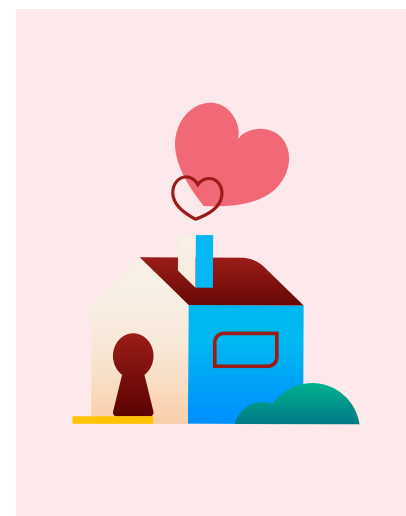
Valentijnsactie

Om onze waardering voor makelaars te tonen, brengen we het eerste Sleutelverhaal op ludieke wijze onder de aandacht met een Valentijnskaart en een verkoopbord met de boodschap 'verkocht'.

Maart

Vernieuwde mail bij veranderingen op Funda

We bundelen veranderingen bij favoriete huizen voortaan in één mail. Zo krijgen consumenten in één overzicht updates over bijvoorbeeld prijswijzigingen, statusveranderingen en Open Huizen.



Mei

Favorieten vernieuwd in de app

In de Funda-app kunnen consumenten nu notities toevoegen aan favorieten en energielabels vergelijken.

Contentserie: Wat kan ik met

Met de online branded contentserie 'Wat kan ik met' spelen we in op herkenbare vragen rondom wonen. Door samen te werken met experts en partners verbinden we relevante merken aan inhoud die consumenten verder helpt.

Juni

Huizen aanbevelen met AI

We zetten AI in om op basis van favorieten vergelijkbare huizen aan te bevelen. Zo helpen we woningzoekers om sneller passend aanbod te ontdekken.

Nieuwe feature: AI Zoeken

We testen een nieuwe manier van zoeken, waarbij een geselecteerde groep woningzoekers in eigen woorden kan aangeven wat ze zoeken. AI zet dit automatisch om in passende zoekfilters.



April

Introductie Makelaars Vakprijzen (MAVA)

We kondigen de Makelaars Vakprijzen aan. Met de MAVA geven we het vakwerk van makelaars een podium en laten we zien hoe belangrijk en waardevol hun rol is.

Publiceren via Funda Desk 2.0

Makelaars testen het voorbereiden en publiceren van woningen via Funda Desk 2.0, zodat we op basis van feedback blijven verbeteren.

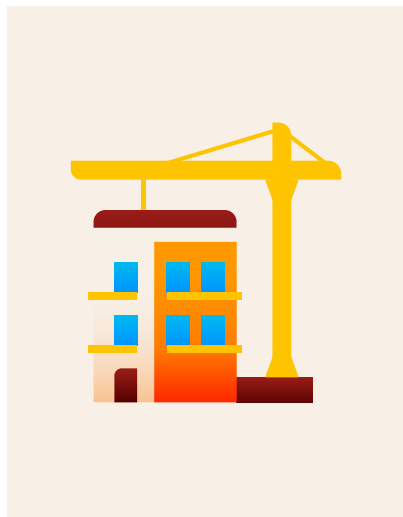
Juli

Funda Desk 2.0

We lanceren Funda Desk 2.0 om makelaars te helpen efficiënter te publiceren op Funda. Met het nieuwe systeem kunnen ze hun objecten tot 60% sneller publiceren.

Nieuwbouw zoekfilters

We breiden de zoekfilters voor nieuwbouwprojecten uit, waardoor nieuwbouw op Funda beter vindbaar is.



September

Funda in beweging

Met subtiële animaties maken we het platform intuïtiever, zodat woningzoekers makkelijker door het aanbod bewegen.

AI-gestuurde zoeksuggesties

Bij zoekopdrachten zonder resultaten tonen we AI-gegenereerde suggesties voor alternatieve locaties met meer passend aanbod.

Nieuwbouw filteren op projectfase

Binnen nieuwbouw kunnen woningzoekers filteren op de fase van een project, zoals 'in voorbereiding', 'in verkoop' of 'opgeleverd'. Zo vinden ze sneller aanbod dat bij hun situatie past.

Oktober

MAVA-uitreiking

Tijdens een feestelijk gala in Studio 21 in Hilversum reiken we de Makelaars Vakprijzen uit in zes categorieën. Daarnaast delen we veertig regio-awards uit voor de best presterende makelaars op basis van Funda-data.

Wegwijzers

Met Wegwijzers helpen we consumenten om alles uit Funda te halen. Op één plek vinden ze duidelijke uitleg over functies die helpen bij zoeken, vergelijken en beslissen.

NVM Open Huizen Dag

Tijdens de Open Huizen Dag stellen in totaal 8500 verkopers hun deuren open, goed voor 29% van het totale aanbod.

November

Website van het Jaar in huisvesting

We winnen de award voor populairste website van het jaar in de categorie huisvesting. Een erkenning voor het vertrouwen van woningzoekers en de kracht van ons platform.

Nieuwbouw-mail

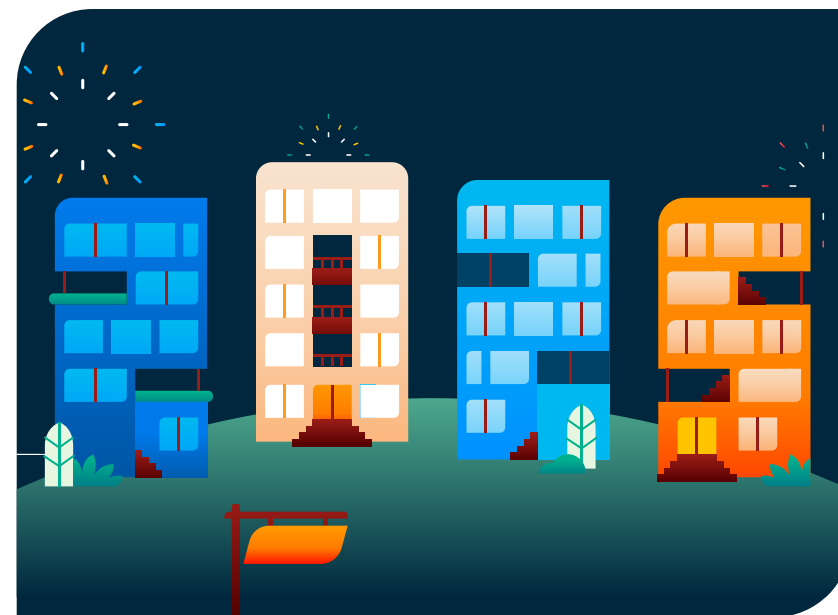
Volgers van een nieuwbouwproject ontvangen voortaan automatisch een mail zodra de verkoop van start gaat.

Verbeterde media-ervaring op mobiel

We verbeteren de media-ervaring op mobiel: foto's worden groter en duidelijker weergegeven, wat huizen bekijken prettiger maakt.

Hoogste saturatie Premium (koopwoningen)

Er is een record bereikt: 33,2% van alle koopwoningen wordt aangeboden met het Premium-pakket. Bijna één op de drie woningen krijgt hiermee extra zichtbaarheid op Funda.



December

Goede doelen

We doneren opnieuw het kerstpakkettenbudget van 20.000 euro aan een goed doel. Met onze bijdrage ondersteunen we klimaatbestendige huisvesting en toegang tot water voor kwetsbare gezinnen in Cambodja.

Funda's Kijkcijfers

Met Funda's Kijkcijfers delen we inzichten uit het zoekgedrag van woningzoekers in 2025 via mail, socials en de website. Net als persoonlijke overzichten voor Mijn Huis-gebruikers en makelaars. De actie wordt enthousiast ontvangen en breed opgepikt in de media, goed voor ruim 4 miljoen euro aan pr-waarde.

Een nieuw record: Kantoorprofiel Pro

Er staan 2562 actieve Kantoorprofiel Pro-pagina's op Funda; het hoogste aantal van het jaar.

Een nieuw record: Podiumplaats

Met Podiumplaats vergroten makelaars de zichtbaarheid van hun kantoor. In totaal zijn er 2053 Podiumplaats-locaties voor wonen; een nieuw hoogtepunt.

Augustus

Nieuwe feature: Teken je zoekgebied

Woningzoekers kunnen nu op de kaart zelf hun zoekgebied tekenen en zijn daarmee niet langer gebonden aan vaste buurt- of gemeentegrenzen.



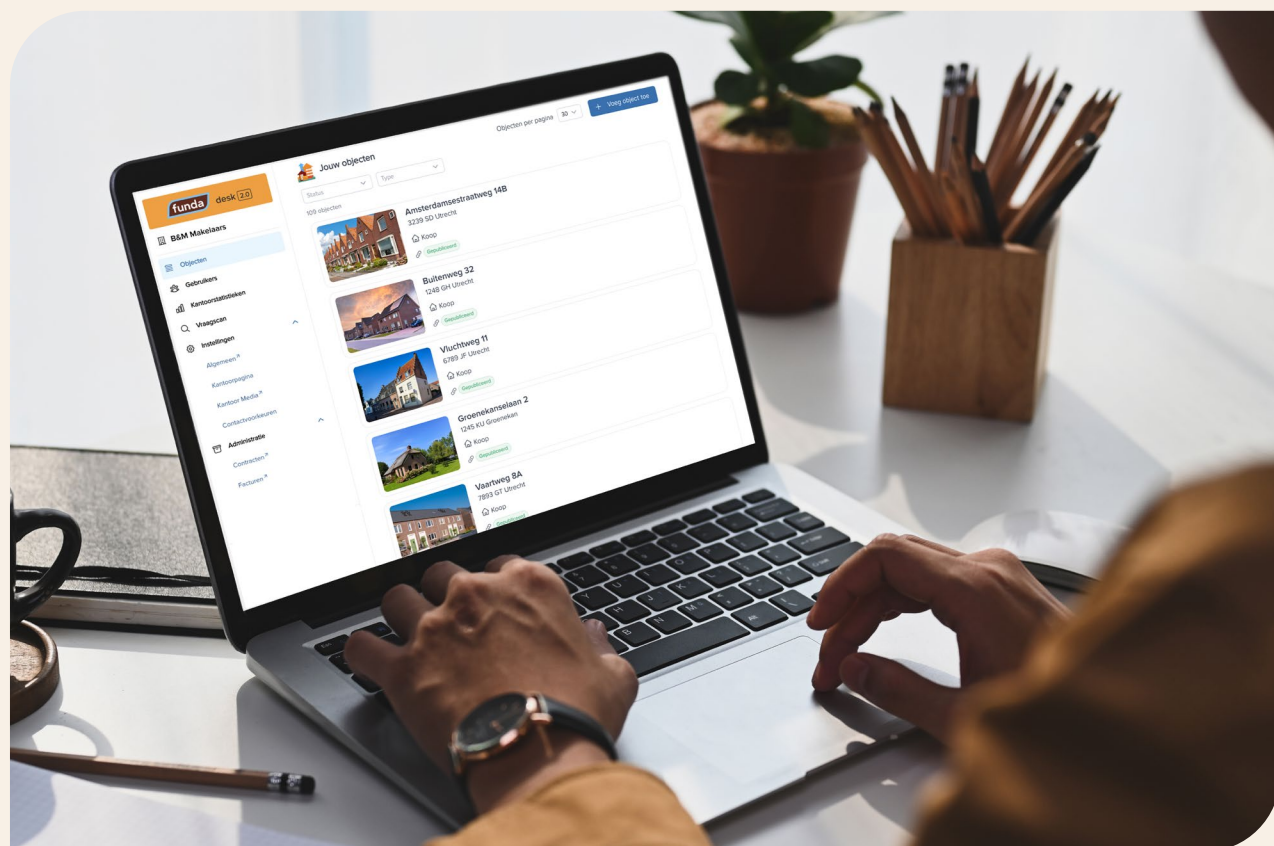
Het jaar van...

2025 was het jaar van de focus op wat wél kan

De woningmarkt bleef ook in 2025 complex en de veranderingen waar Nederland op hoopte, lieten nog altijd op zich wachten. Tegelijk nam het aanbod aan koopwoningen op Funda met bijna 20% toe. In deze lastige markt richtten we ons bij Funda op wat binnen onze invloed ligt: perspectief bieden aan consumenten en makelaars ondersteunen met inzichten en slimme oplossingen.

We hielpen consumenten om anders te kijken en breder te zoeken, en gaven makelaars de tools en het podium om hun onmisbare rol goed te vervullen. Op de volgende pagina's blikken we terug op de momenten, verhalen en ontwikkelingen die laten zien hoe Funda in 2025 wonend Nederland vooruit heeft geholpen.

Het jaar van Funda Desk 2.0



Jaarlijks publiceren makelaars via Funda Desk ruim 300.000 objecten. Na ruim twintig jaar trouwe dienst was het systeem toe aan een nieuwe en verbeterde versie. Het in 2025 gelanceerde Funda Desk 2.0 is een gebruiksvriendelijk systeem dat makelaars tot wel 60% tijd bespaart bij het publiceren van objecten.

De vernieuwing van Funda Desk stond niet op zichzelf. In 2024 deed Funda breed onderzoek naar de behoeften van makelaars. Daaruit kwamen drie thema's naar voren: het aantrekken van nieuwe opdrachten, een succesvolle verkoop realiseren voor klanten én een efficiëntere bedrijfsvoering. Vooral op dat laatste punt is Funda Desk een grote verbetering.

Makelaars gaven namelijk aan dat ze liever minder tijd kwijt zijn aan het publiceren van objecten. 'Gemiddeld besteden makelaars vijftien minuten aan het publiceren van een object in Funda Desk', vertelt Jurriaan van Gent, Team Lead Product Marketing bij Funda. Zeker voor kantoren die meerdere objecten per week publiceren, valt daar flink wat tijds winst te behalen.'

Sneller en makkelijker publiceren

In de vernieuwde omgeving zijn functies beter vindbaar en is de navigatie intuïtiever. Jurriaan: 'Makelaars stellen hun presentatie op één overzichtelijke pagina samen, waardoor ze minder hoeven te zoeken en geen elementen over het hoofd zien. Het toevoegen van media verloopt soepeler en de laadtijd is aanzienlijk korter – iets waar we vaker feedback over kregen. Daardoor is de wachttijd tot wel 60% afgenomen. Waardevolle tijd die makelaars aan hun klanten kunnen besteden.'

Gebouwd én verbeterd met makelaars

Om ervoor te zorgen dat het nieuwe systeem echt aansluit bij de dagelijkse praktijk van makelaars, is Funda Desk 2.0 in nauwe samenwerking met een testpanel van veertig makelaarskantoren ontwikkeld. Jurriaan: 'Zij hebben elk onderdeel van het systeem getest, van navigatie tot knoptekst. Wat werkt prettig? Wat kan sneller, logischer of duidelijker? Met die feedback hebben we het systeem verder verbeterd, waardoor het nog beter aansluit bij hoe makelaars werken.'

Klaar, maar niet af

Hoewel alle makelaars inmiddels Funda Desk 2.0 kunnen gebruiken, is het zeker nog niet 'af', zegt Jurriaan. 'We blijven Funda Desk 2.0 uitbreiden en verbeteren. Zodat het bijvoorbeeld ook

beschikbaar wordt voor bedrijfsvastgoed en nieuwbouw.'

De verouderde techniek van het vroegere Funda Desk maakte het lastig om verbeteringen door te voeren, maar dankzij de toekomstbestendige basis van Funda Desk 2.0 kan Funda nu makkelijker nieuwe functies blijven toevoegen. Jurriaan: 'Ons uitgangspunt blijft hetzelfde: het werk van makelaars zo makkelijk en efficiënt mogelijk maken. We blijven altijd luisteren naar wat makelaars daarvoor nodig hebben.'

Jurriaan van Gent
Team Lead
Product Marketing



Marc Jutten
Senior Product Manager

Het jaar van een prominenter plek voor nieuwbouw

De strategie van Funda richtte zich in 2025 voor een belangrijk deel op nieuwbouw. Daar liggen namelijk veel groeikansen. In maart is daarom een gloednieuw Team Nieuwbouw gestart, met onder anderen Senior Product Manager Marc Jutten.



‘Ons platform is van oudsher gericht op de verkoop van – met name bestaande – huizen en minder op langetermijntrajecten als nieuwbouw’, vertelt Marc. ‘Bij nieuwbouw draait het aanvankelijk vaak nog helemaal niet om verkopen, maar om interesse peilen, en consumenten informeren en enthousiasmeren. Zodat de juiste prijs kan worden bepaald voordat alles echt in de verkoop gaat. Funda was altijd vooral gefocust op dat allerlaatste verkoopmoment. Daar brengen we nu verandering in.’

Waar houdt Team Nieuwbouw zich mee bezig?

‘Ons werk bestaat uit het onderzoeken wat de makelaar en consument nodig hebben om het meeste uit Funda te halen en daar functionaliteiten voor te bouwen. Daarbij concentreren wij ons volledig op nieuwbouwprojecten. Met als doel een zo volledig mogelijk aanbod van nieuwbouwprojecten op Funda te krijgen, zodat de consument weet dat Funda ook hét platform is voor nieuwbouw.’

We praten met nieuwbouwmakelaars over hoe zij het platform gebruiken en waar zij kansen voor verbetering zien. Ook bekijken we aan de hand van onze data hoe consumenten Funda gebruiken en waar mogelijkheden liggen om hen nog beter te helpen. Zodat we samen met onze developers aan de juiste oplossingen kunnen werken, voor beide doelgroepen.’

Een belangrijke taak voor Marcs team is dan ook makelaars de tools geven die zij nodig hebben om een project al in een vroeg stadium goed te kunnen presenteren op Funda. ‘Maar dat niet



alleen’, zegt Marc. ‘Als vertegenwoordiger van de vraag kunnen makelaars een adviserende rol vervullen richting projectontwikkelaars. Wij willen makelaars beter gaan ondersteunen met meer data en inzichten, en hen zo helpen om hun positie in de markt te versterken.’

Kun je voorbeelden geven van verbeteringen die jullie al hebben doorgevoerd?

‘Naast diverse optimalisaties om nieuwbouwprojecten zichtbaarder te maken in zoekresultaten, hebben we ook de eerste stappen gezet om woningzoekers actief te informeren op belangrijke momenten in de ontwikkeling van een project. Zo ontvangen mensen die een project als favoriet hebben opgeslagen automatisch een melding zodra het in de verkoop gaat. Daarnaast kunnen geïnteresseerden zich inschrijven voor een speciale nieuwbouwnieuwsbrief, die hen al in een vroeg stadium informeert over projecten die passen bij hun voorkeuren. Hiermee zorgen we ervoor dat woningzoekers altijd op tijd geïnformeerd zijn en makelaars op

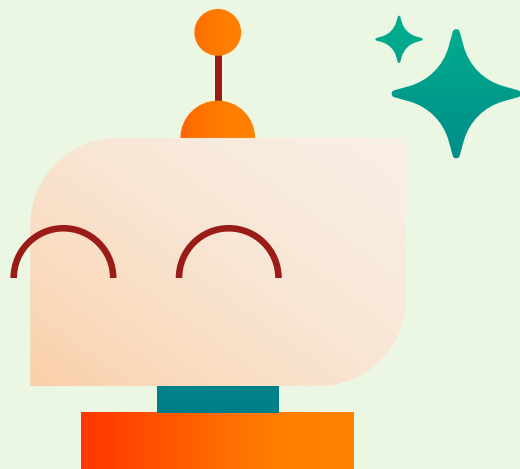
precies het juiste moment extra aandacht krijgen voor hun projecten.’

Hoe staan de gebruikers van het platform centraal in jullie werk?

Marc: ‘We zijn een nieuw team dat nog veel te leren heeft en dat doen we voornamelijk aan de hand van de feedback die we van makelaars krijgen. Zij kennen de markt, de consument en de uitdagingen in nieuwbouw. Door naar hen te luisteren en de juiste problemen aan te pakken, helpen we zowel hen als de consument.’

Daarnaast krijgen we vanuit de accountmanagers en de Strategie- en Marketingteams van Funda veel inzichten die ons helpen om verbetermogelijkheden te identificeren. Samen met de developers bekijken we wat haalbaar en uitvoerbaar is. Maar we gaan ook zelf op bezoek bij makelaarskantoren om in de praktijk te zien waar zij tegenaan lopen. Dat levert enorm veel inzichten op en helpt ons om te bepalen aan welke zaken we prioriteit moeten geven.’

Het jaar van slimme stappen met AI



Stephen Willems
Lead Service Owner

AI speelde in 2025 een steeds grotere rol bij Funda. Als middel om consumenten sneller verder te helpen, makelaars beter te ondersteunen en onze eigen teams efficiënter te laten werken. Samen met Stephen Willems, Lead Service Owner, blikken we terug op de belangrijkste stappen.

Welke nieuwe AI-toepassingen zijn in 2025 toegevoegd?

‘Een belangrijke stap was de introductie van zoeken in eigen woorden’, vertelt Stephen. ‘Met deze functie kunnen woningzoekers in hun eigen woorden beschrijven wat ze zoeken, waarna Funda dit vertaalt naar een passende zoekopdracht met de juiste filters. We hebben deze manier van zoeken uitgebreid getest onder woningzoekers en zien dat het helpt om sneller en makkelijker passend aanbod te vinden.’

Daarnaast gebruiken we AI om huizen aan te bevelen op basis van favorieten. Als iemand huizen opslaat, tonen we vergelijkbare huizen die aansluiten bij die voorkeuren. Zo helpen we woningzoekers ook aanbod te ontdekken waar ze zelf misschien niet direct op zouden zoeken.

Ook hebben we AI-highlights aan huizenpagina's toegevoegd. AI haalt uit de woningomschrijving de belangrijkste kenmerken, zoals 'ruim' of 'energiezuinig', zodat je in één oogopslag ziet wat een huis bijzonder maakt.

Tot slot zetten we AI in bij zoekopdrachten zonder resultaten. Als binnen de gekozen zoekcriteria geen passend aanbod beschikbaar is, doet AI slimme suggesties voor alternatieve zoekopdrachten met meer resultaten, zodat woningzoekers meteen verder kunnen kijken.’

Wat veranderde er intern door AI?

‘We zetten AI ook steeds vaker in om collega's te ondersteunen. Binnen Customer Service gebruiken we AI om binnengekomen vragen en meldingen samen te vatten, zodat collega's sneller overzicht hebben en makkelijker kunnen helpen. Daarnaast hebben we een AI-gestuurde chatbot, gebaseerd op onze eigen kennis, waardoor Customer Service minder wordt belast. Ook werken teams met goedgekeurde tools zoals ChatGPT en Copilot om efficiënter samen te werken.’

Hoe draagt AI bij aan Funda's missie: wonend Nederland vooruithelpen?

‘Door AI kunnen we woningzoekers sneller naar passend aanbod leiden en zorgen dat zij niet vastlopen in hun zoektocht. Aanbevelingen en slim zoeken helpen woningzoekers om huizen te vinden die ze anders misschien hadden gemist.’

Hoe reageren gebruikers op AI-suggesties?

‘Gebruikers zijn kritisch en vergelijken onze suggesties met wat ze kennen van tools als ChatGPT of andere platforms. Dat merken we bijvoorbeeld bij functies zoals zoeken in eigen woorden en aanbevelingen: mensen verwachten dat suggesties heel precies aansluiten bij hun voorkeuren. Zo kregen we de feedback dat woningzoekers sterk letten op prijs. In sommige gevallen lagen aanbevolen huizen iets boven de prijs van hun favorieten, onder andere doordat het aanbod schaars is. Op basis

van die feedback hebben we het algoritme aangepast, zodat prijs beter meeweegt en de aanbevelingen relevanter zijn.’

Welke rol speelt AI bij het zoeken naar huizen?

‘We zien dat een kleine groep woningzoekers via AI-tools op Funda terecht komt, maar voor het zoeken naar huizen blijft Funda in 2025 duidelijk het startpunt. Dat komt door ons complete aanbod en het vertrouwen dat mensen hebben in de

‘Door AI kunnen we woningzoekers sneller naar passend aanbod leiden en zorgen dat zij niet vastlopen in hun zoektocht.’

informatie op ons platform. Ik denk dat AI-tools vooral worden gebruikt in de oriëntatiefase, bijvoorbeeld voor algemene vragen over het koop- of verkoopproces. AI zien we vooralsnog geen grote veranderingen in het aantal lezers van de artikelen op onze website.

Vooruitblik: waar liggen de kansen?

‘Voor de komende periode zie ik kansen om makelaars nog beter te ondersteunen in hun dagelijkse werk. We onderzoeken bijvoorbeeld hoe een digitale assistent binnen Funda Desk ze kan helpen bij vragen over hun aanbod en onze producten en diensten. Ook kijken we naar manieren waarop AI kan helpen bij de presentatie van woningen, zoals het tonen van inspirerende beelden bij een leeg huis of een huis dat nog opgeknapt moet worden.’

Bij consumenten ligt de focus op het verder vereenvoudigen van zoeken en ontdekken. We onderzoeken hoe zoeken in eigen woorden nog natuurlijker kan werken en hoe we daarbij meer informatie kunnen meenemen, zoals beelden van de woning en gegevens over de omgeving. Zo willen we woningzoekers helpen om sneller een goed beeld te krijgen van een huis en de buurt, en beter te bepalen of het bij hen past.’

→

En als alles mogelijk was?

'Als AI alles mogelijk kon maken, zie ik een toekomst waarin elke makelaar op Funda een eigen digitale vertegenwoordiger heeft richting consumenten. Niet als vervanging van de makelaar, maar als verlengstuk van het kantoor. Zo'n digitale assistent kan namens het kantoor eenvoudige vragen beantwoorden over een huis op de Funda-website, in de toon van de makelaar zelf, terwijl complexere vragen altijd persoonlijk blijven. Daarmee houden makelaars regie over het contact, en helpen we consumenten sneller verder op momenten dat direct persoonlijk contact niet nodig is.'

Hoe zorgt Funda voor transparantie en privacy bij het gebruik van AI?

'Bij Funda beschikken we over veel data en weten we hoe gevoelig een groot deel daarvan is. Daarom gaan we bij het ontwikkelen van AI-toepassingen heel zorgvuldig om met privacy en transparantie. We kijken steeds bewust welke informatie nodig is om een functie goed te laten werken, en zorgen dat we die verantwoordelijkheid serieus nemen richting consumenten en makelaars.'

'Het gebruiken van AI was dit jaar geen experiment, maar een bewuste stap vooruit. Altijd met oog voor de makelaar én de consument.'



Makelaar
Dimitri van Kleef

Het jaar van Buurten met makelaars

Hoe kan ik mijn kans op een huis vergroten? Ook in 2025 worstelden veel woningzoekers met deze vraag. Met onze artikelserie Buurten met makelaars bieden we hen perspectief, door samen met makelaars veelbelovende buurten uit te lichten in en rondom de populairste plaatsen op Funda.

Uit onderzoek van Funda blijkt dat woningzoekers eerder kiezen voor een duurder of kleiner huis dan een andere locatie. Maar juist buurten waar ze in eerste instantie niet aan denken, blijken soms verrassende én betaalbare opties te bieden.

Rotterdam is bijvoorbeeld een stad die steevast in de top 5 van steden staat waar het vaakst gezocht wordt naar een huis. Daarom vroegen we makelaar Dimitri van Kleef welke drie buurten hij woningzoekers zou adviseren om óók eens te overwegen.



[Bekijk hier de aflevering over Rotterdam](#)
en [hier alle andere afleveringen van Buurten met makelaars](#) →

Het verhaal van
Harm en Lucie uit Nootdorp

Het jaar van Sleutel- verhalen

Een huis kopen of verkopen is meer dan een zakelijke transactie. Soms is er een emotionele aanleiding of loopt het (ver)koopproces anders dan verwacht. Op zulke momenten wil je iemand aan je zijde die je vertrouwt en die je de weg wijst. Om die onmisbare rol van makelaars draait de artikelserie Sleutelverhalen. We laten zien dat makelaars met hun kennis en ervaring niet alleen professionele service verlenen, maar ook oprechte, menselijke steun geven in de belangrijkste momenten van ons leven.



Het verhaal van Harm en Lucie uit Nootdorp is hier een goed voorbeeld van. Zij stonden op het punt met vakantie te gaan toen eindelijk een appartement te koop kwam op de plek waar ze al zo lang wilden wonen, in het nabijgelegen Pijnacker. Zonder aarzeling besloten ze de aankoop over te laten aan iemand die ze volledig vertrouwen: makelaar Anneke Haak-Bronsema.

[Lees hier hun verhaal →](#)

Afgelopen jaar brachten we Sleutelverhalen extra tot leven met een groot billboard langs de snelweg, stoepborden en een opvallende activatiecampagne tijdens het vastgoedevenement NVM Hotspot. Ook zijn de verhalen gebundeld in een boek: Sleutelmomenten, een eindejaarsgeschenk voor makelaars.



[Bekijk hier alle afleveringen uit de serie Sleutelverhalen →](#)

Het jaar van de MAVA

Makelaars Vakprijzen

Hilje Hoogeveen
Senior Content
Marketeer



Makelaars spelen een onmisbare rol bij een van de grootste stappen in het leven van consumenten. Dat vakmanschap verdient erkenning. Daarom lanceerde Funda dit jaar voor het eerst de Makelaars Vakprijzen (MAVA). Senior Content Marketeer Hilje Hoogeveen vertelt hoe dit initiatief tot stand kwam en wat de eerste editie te weegbracht.

Hoe is het idee voor MAVA ontstaan?
‘Het idee voor de MAVA leefde al langer’, vertelt Hilje. ‘Als platform vinden we het logisch om makelaars zichtbaar te waarderen voor hun vak. Toen vanuit onze CEO Joost Dop de vraag kwam om dit concreet vorm te geven, viel alles samen. Met de MAVA laten we zien dat we geloven in de sleutelrol van makelaars en dat we die rol serieus nemen.’

Welk doel wilden jullie bereiken?
‘We wilden laten zien hoe veelzijdig het makelaarsvak is’, zegt Hilje. ‘Van maatschappelijke betrokkenheid en innovatie tot klantgerichtheid. Met de MAVA geven we dat vak een podium richting de consument, door bijzondere prestaties zichtbaar te maken, verhalen te delen en winnaars te belonen met een titel en veel zichtbaarheid op en buiten Funda.’

Maar de impact reikt verder dan de individuele winnaars. ‘MAVA draagt ook bij aan de positionering van makelaars als onmisbare schakel op de woningmarkt. Het is een positief tegengeluid in een tijd waarin de beroepsgroep soms negatief in het nieuws komt. En minstens zo belangrijk: het versterkt de relatie tussen Funda en makelaars. We hebben een gezamenlijke missie om mensen vooruit

te helpen op de woningmarkt, en de MAVA brengt ons daarin dichterbij elkaar.’

Hoe hebben jullie de eerste editie aangepakt?
‘Er komt ontzettend veel kijken bij het organiseren van awards’, legt Hilje uit. ‘Van de awardshow zelf tot alle communicatie eromheen, en ondertussen moest het initiatief ook nog omarmd worden door de doelgroep.’ Dat vroeg om duidelijke uitleg en overtuiging. ‘Makelaars moesten begrijpen waarom we dit doen en waarom hun deelname zo belangrijk is.’

‘Ook inhoudelijk moesten we keuzes maken. De eerste editie wilden we overzichtelijk houden, met een beperkt aantal categorieën. Tegelijk moesten we voorkomen dat Funda zelf een oordeel zou vellen over wat ‘goed’ of ‘beter’ is. Daarom hebben we met veel zorg een diverse jury samengesteld, zodat het oordeel zo objectief mogelijk tot stand kwam.’

Hoe reageerden makelaars op de MAVA?
‘De respons was overweldigend positief. Dat zagen we terug in het grote aantal inzendingen. Natuurlijk was er in het begin ook twijfel. Sommige makelaars vonden het lastig om zichzelf aan te prijzen.’
→

'Die twijfel probeerden we weg te nemen door het gesprek te verleggen. Het ging niet om zelfverheerlijking, maar om trots op het vak. Om waarom je elke dag doet wat je doet en welke impact je hebt op het leven van mensen.' Een moment dat Hilje blijft, is een reactie van een makelaar na de gala-avond. 'Hij vertelde dat hij zich normaal wat ongemakkelijk voelt als mensen naar zijn werk vragen, maar dat hij zich die avond weer echt trots voelde op zijn vak. Voor mij was dat hét bewijs dat we iets goeds hadden neergezet.'

Hoe kijken jullie terug op de organisatie van de eerste editie?

'MAVA was alles waar we op hoopten, en meer', zegt Hilje. 'Het was soms pittig om veel dingen voor het eerst te doen, en om als techorganisatie ineens een groots event te organiseren. Maar dankzij de enorme inzet van collega's en het enthousiasme van de makelaars is het een groot succes geworden.'

Is het doel bereikt?

'Zonder twijfel. We zien in klanttevredenheidsonderzoeken dat de MAVA bijdraagt aan een sterkere verbinding tussen makelaars en Funda. Makelaars geven aan dat ze zich gezien

en gewaardeerd voelen.' Ook buiten Funda is de impact zichtbaar. 'Winnaars en finalisten dragen hun titel met trots uit richting hun klanten, waardoor het effect van MAVA zich verder verspreidt.'

Waar zijn jullie het meest trots op?

'De resultaten hebben al onze verwachtingen overtroffen', vertelt Hilje. 'Het aantal inzendingen in deze eerste editie, de hoge waardering voor de gala-avond en de positieve indruk die we bij makelaars achterlieten: het bevestigt dat we met MAVA een snaar hebben geraakt.'

En volgend jaar?

'De MAVA komt in 2026 zeker terug. Het succes van de eerste editie smaakt naar meer. We willen de impact verder vergroten en bouwen aan een award die uitgroeit tot de Oscars van de makelaardij.'

'De resultaten hebben al onze verwachtingen overtroffen', vertelt Hilje. 'Het aantal inzendingen in deze eerste editie, de hoge waardering voor de gala-avond en de positieve indruk die we bij makelaars achterlieten: het bevestigt dat we met MAVA een snaar hebben geraakt.'



Jørgen Hellestveit
Chief Commercial Officer

Het jaar van de eerste 90 dagen van Jørgen Hellestveit

Sinds 1 augustus is Jørgen Hellestveit Chief Commercial Officer bij Funda. Met jarenlange ervaring aan zowel de makelaarskant als bij toonaangevende Noord-Europese woonplatforms, waaronder FINN.no en Blocket, brengt hij een brede blik mee naar de Nederlandse woningmarkt.



In zijn eerste negentig dagen maakte Jørgen kennis met Funda, de dynamiek van de Nederlandse markt en de makelaarsgemeenschap. Aan de hand van negen vragen blikt hij terug op wat hem opviel, wat hij leerde en waar hij kansen ziet om de toegevoegde waarde van Funda voor makelaars en consumenten verder te versterken.

Wat maakt Funda uniek als platform en organisatie?

'Wat mij meteen opviel, is het enorme vertrouwen dat de Nederlandse woningmarkt heeft in Funda', vertelt Jørgen. 'Voor zowel consumenten als makelaars is Funda het vanzelfsprekende startpunt. Dat zie je bijna nergens.' Daarnaast ziet hij nog een ander belangrijk verschil met zijn eerdere werkervaringen. 'Ik kom uit een organisatie die actief was in meerdere landen en markten. Bij Funda werken we met één merk, één bedrijf en één markt. Dat voelt als een luxe. Het geeft focus, snelheid en duidelijke prioriteiten, en maakt het mogelijk om veel dieper in één ecosysteem te werken.'

Maar ook de cultuur bij Funda valt hem op. 'Het valt op hoe professioneel en doordacht er wordt gewerkt, met een sterke focus op de missie. Mensen voelen zich echt verantwoordelijk voor de rol die Funda speelt in de woningmarkt en dat zie je terug in alles wat ze doen. Vergeleken met grotere Noord-Europese organisaties waar ik heb gewerkt, voelt Funda veel meer gefocust. Wat mij daarnaast opvalt is de enorme kennis en ervaring binnen de organisatie. En het feit dat mensen die eerder bij Funda zijn vertrokken, later weer terugkomen. Dat zegt veel over de kracht van de cultuur en hoe betekenisvol mensen hun werk hier ervaren.'

Welke lessen uit eerdere rollen zijn direct waardevol bij Funda?

'Een van de belangrijkste lessen die ik meeneem, is hoe belangrijk het is om goed en gestructureerd naar klanten te luisteren. Makelaars en consumenten geven veel waardevolle input, maar die signalen verschillen soms per doelgroep of situatie. De kunst is om daarin scherpe keuzes te maken en te bepalen wat op dat moment de meeste impact heeft in het dagelijks gebruik.'

Daarbij spelen klantgerichte teams een cruciale rol. 'Accountmanagers en Customer Service staan dagelijks in contact met gebruikers. Hun signalen moeten zwaar meewegen in wat we prioriteren en waar we tijd en middelen in investeren.'

Hoe onderscheidt Funda zich in de samenwerking met makelaars?

'Wat Funda onderscheidt, is de lange en hechte samenwerking met makelaars. Die samenwerking gaat al jaren terug en zorgt ervoor dat we hun dagelijkse praktijk goed begrijpen. Dat zie je bijvoorbeeld terug in Funda Desk, waar multidisciplinaire teams werken aan oplossingen om het werk van makelaars efficiënter te maken.'

Daarbij is aandacht voor de dagelijkse praktijk essentieel. 'Juist doordat we weten wat makelaars en binnendienstteams dagelijks nodig hebben, kunnen we functionaliteiten bouwen die hen echt helpen en tijd besparen.'

Wat viel je in je eerste 90 dagen het meest op?

'Hoe anders de Nederlandse woningmarkt is dan die in Noorwegen en Zweden. De rol van de aankoopmakelaar is hier veel groter, waardoor consumenten zich anders voorbereiden en makelaars intensiever betrokken zijn bij het hele proces. Dat vraagt ook iets anders van Funda: we kunnen meer waarde toevoegen door makelaars en consumenten beter te ondersteunen in die samenwerking en besluitvorming.'

Waar liggen de grootste groeikansen voor Funda?

'In nieuwbouw, Funda in Business en advertising zie ik nog veel groeipotentieel. Daarnaast kunnen we data en inzichten nog beter inzetten om makelaars te ondersteunen in hun dagelijkse werk. Een goed voorbeeld daarvan is de bezichtigingsplanner waar we mee bezig zijn. Dit helpt makelaars om vraag beter te organiseren en maakt het voor consumenten makkelijker om een volgende stap te zetten. Het startpunt moet altijd zijn: voegen we meer waarde

toe voor gebruikers? Als dat klopt, volgt groei vanzelf.'

Welke internationale platforms inspireren jou?

'Veel platforms kunnen van Funda leren', zegt Jørgen. 'Maar we kijken zelf ook actief naar buiten. Al staat daarbij hoog op de agenda.' Als voorbeeld noemt hij het Britse Jitty. 'Zij tillen zoeken met AI naar een nieuw niveau, door woningzoekers in hun eigen woorden te laten zoeken naar wat zij belangrijk vinden in een huis. Denk aan specifieke elementen zoals glas-inlood. Die kenmerken worden niet alleen herkend in het aanbod, maar ook visueel teruggebracht in de zoekresultaten, waardoor je meteen ziet waar je naar op zoek bent.'

Hoe ervaar je de Nederlandse makelaarsgemeenschap?

'Ik heb in korte tijd veel makelaars gesproken', vertelt Jørgen. 'Ik ervaar hen als ondernemend en sterk gericht op het resultaat voor hun verkopers. Makelaars zijn duidelijk over waar ze verbeteringen zien, en ik hoor ook veel waardering voor wat al goed werkt op Funda.'

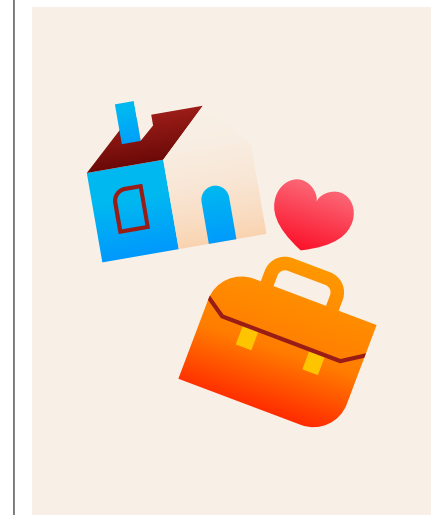
Zie je verschillen met andere landen?

'De verschillen zitten vooral in hoe het verkoopproces is ingericht. In Nederland verlopen processen vóór en na publicatie van een object heel anders. In Noorwegen werken makelaars bijvoorbeeld met vaste kijkmomenten en een digitaal biedsysteem, waarbij kopers meerdere biedingen kunnen doen om met elkaar te concurreren.'

Welke eerste stappen zet je om Funda verder te versterken?

'We nemen concrete stappen om de interactie tussen consumenten en makelaars op Funda te verbeteren', zegt Jørgen. 'Met oplossingen zoals de bezichtigingsplanner maken we het contact eenvoudiger en overzichtelijker. In bredere zin richten we ons op oplossingen die makelaars ondersteunen en consumenten helpen om met meer vertrouwen hun volgende huis te vinden.'

Na negentig dagen is het duidelijk: Jørgen kijkt met een scherpe, maar ook betrokken blik naar Funda. Met respect voor wat er staat, en met frisse energie om samen met makelaars en collega's verder te bouwen aan wat komt.



Geconsolideerde jaarrekening



Geconsolideerde balans per 31 december 2025 (voor resultaatbestemming)

Bedragen in euro's	2025	2024
Vaste activa		
Materiële vaste activa (1)	484.678	417.391
	484.678	417.391
Vlottende activa		
Vorderingen (2)	6.831.466	6.653.282
Liquide middelen (3)	24.419.125	28.886.767
	31.250.591	35.540.049
	31.735.269	35.957.440

Bedragen in euro's	2025	2024
Groepsvermogen (4)		
Geplaatst en gestort aandelenkapitaal	2.550.000	2.550.000
Agio reserve	12.054.799	12.054.799
Overige reserves	(12.737.944)	(12.750.607)
Onverdeelde winst	18.331.419	24.359.204
	20.198.274	26.213.396
Vorzieningen (5)	899.379	-
Vlottende passiva (6)		
Kortlopende schulden	10.637.616	9.744.044
	31.735.269	35.957.440

Geconsolideerde winst-en-verliesrekening over 2025

Bedragen in euro's	2025	2024
Netto omzet (8)	73.309.651	58.511.462
Lonen en salarissen (9)	14.667.278	12.617.104
Sociale lasten (10)	2.673.403	2.384.792
Afschrijvingen op materiële vaste activa (11)	153.345	147.720
Overige waardeveranderingen materiële vaste activa (12)	13.391	16.413
Overige bedrijfskosten (13)	13.504.707	12.981.017
Totaal van bedrijfslasten	31.012.124	28.147.046
Financiële baten en (lasten) (14)	377.646	212.554
Totaal van resultaat voor belastingen	42.675.173	30.576.970
Belastingen (15)	8.442.958	6.217.766
Totaal van resultaat na belastingen	34.232.215	24.359.204
Totaalresultaat toekomend aan de aandeelhouders van de rechtspersoon	34.232.215	24.359.204



Colofon

Funda B.V.
Postbus 94591
1090 GN Amsterdam
T 020 5618200
funda.nl

Creatie
In-house creative agency Funda,
Amsterdam

