

Jaarverslag

2024

funda



Inhouds- opgave



Voorwoord	05
1. Over Funda	07
1.1 Over Funda	07
1.2 Fundamentele cijfers	09
1.3 Het tweezijdige platform van Funda	11
2. 2024 in vogelvlucht	15
3. Het jaar van Funda	21
3.1 Waarde toevoegen voor makelaars	23
3.2 Omgaan met woonwensen in een moeilijke markt	27
3.3 Win-win-oplossingen	29
3.4 De mensen van Funda	31
3.5 Verbinden met waardevolle content	33
3.6 Financiële resultaten om trots op te zijn	35
4. Verantwoording en vooruitblik	37
4.1 Verantwoording	37
4.2 Nawoord: terug- en vooruitblik	38
5. Geconsolideerde jaarrekening	39
6. Overige gegevens	42

Voorwoord Joost Dop CEO

Voor Funda was 2024 een jaar waarin innovatie en verbinding de rode draad vormden. We hebben ons ingezet om wonend Nederland waardevolle inzichten te bieden, perspectief te schetsen in een uitdagende woningmarkt en te inspireren met nieuwe mogelijkheden.

Het aanbod bestaande koopwoningen op ons platform nam het afgelopen jaar met ruim 13% toe; dit zagen we ook terug in de omzet. In 2024 realiseerden we een recordomzet, met een stijging van 22,2% ten opzichte van 2023, kwam deze uit op 58,5 miljoen euro.

Elke dag beter

Ons team heeft elke dag weer alles in het werk gesteld om ons platform te verbeteren en de band met onze belangrijkste klanten – zowel makelaars als consumenten – te versterken. Dat deden we stap voor stap, door altijd vanuit de behoefte van onze gebruikers naar ons platform te kijken. Soms betekende dat een compleet nieuwe tool, maar veel vaker ging het om slimme updates en verbeteringen in de gebruiksvriendelijkheid. Want juist die kleine aanpassingen maken een groot verschil.

Inzicht en overzicht

Funda's missie is wonend Nederland vooruithelpen. Iedereen in de organisatie onderschrijft dit streven en zet zich daar elke dag voor in. De ontwikkelingen in de woningmarkt in het afgelopen jaar maakten nog duidelijker dat er geen eenduidige oplossing is voor de krapte op de markt. Als een van de vele partijen die een rol speelt in deze puzzel zien we het als onze taak om bij te dragen aan het toegankelijker maken van het woningaanbod. Dit doen we onder andere door woonwensen van consumenten en hun vertrouwen in de woningmarkt inzichtelijk te maken met behulp van de [Funda Index](#). Deze publicatie biedt elk kwartaal een actuele kijk op het zoekgedrag van de gebruikers van ons woningplatform.

Samen met de makelaar

Als platform willen we woningzoekenden perspectief en alternatieven bieden in een uitdagende woningmarkt. De makelaar kent als lokale expert zijn regio het beste en kan daardoor kopers en verkopers optimaal begeleiden bij een van de grootste beslissingen in hun leven. Daarom hebben we in 2024 'Buurten met makelaars' geïntroduceerd: een verhalenserie waarin we met de makelaar op pad gaan naar veelbelovende buurten die in en rondom gewilde woonplaatsen liggen ([zie ook p. 16](#)). In samenwerking met makelaars laten we zien dat je in deze veelbelovende buurten wellicht verrassende en betaalbare alternatieven kunt vinden.

Technologie maakt het koop- en verkoopproces efficiënter en inzichtelijker, waarbij de makelaar zorgt voor persoonlijke begeleiding, advies en een menselijke maat ([zie ook p. 23](#)). De kracht zit in de combinatie. In 2024 hebben we nog meer de verbinding met makelaars gezocht om samen toegevoegde waarde te creëren. Naast de vele webinars die we jaarlijks voor de makelaar organiseren, zijn we het afgelopen jaar veel vaker in gesprek gegaan om te begrijpen hoe we de makelaar nog beter kunnen ondersteunen om succesvol te zijn.

'Als platform willen we woningzoekenden perspectief en alternatieven bieden in een uitdagende woningmarkt'

Zo hebben we Kantoorprofiel Pro vernieuwd en verbeterd, zodat makelaars hun online presentatie kunnen versterken ([zie p. 25](#)). Uit Funda-onderzoek onder zo'n vijfhonderd makelaars blijkt dat makelaars ons platform een belangrijke rol toedichten om hun zichtbaarheid bij potentiële klanten te verbeteren.

Technologie in dienst van de mens

Technologie speelt een steeds grotere rol in de zoektocht naar een huis. Wij zetten kunstmatige intelligentie (AI) en data-analyse in om gepersonaliseerde suggesties te doen en relevante informatie snel beschikbaar te maken. De ontwikkeling hiervan gaat razendsnel en biedt nieuwe kansen om onze dienstverlening sneller en efficiënter te maken. Om de mogelijkheden van AI te onderzoeken, organiseerden we een hackathon waarin Funda-collega's vanuit alle expertisevelden uitgedaagd werden om nieuwe AI-toepassingen voor Funda te bedenken, ontwikkelen en presenteren.

Voor onze organisatie, en voor mij persoonlijk, blijft één principe altijd leidend: technologie is een hulpmiddel, geen doel op zich. Het gaat erom hoe we digitale innovatie inzetten om slimmere en persoonlijker oplossingen te bouwen, met als hoofddoel het optimaliseren van ons platform voor makelaars en consumenten. Voor consumenten is het kopen of verkopen van een huis de grootste stap in hun leven,

waarbij niet alleen financiële overwegingen meespelen, maar ook emotie en persoonlijke wensen ([zie ook p. 27](#)). Die stap zorgelozer maken staat bij ons voorop.

4,6 miljoen bezoekers per maand

Als leidend woonplatform van Nederland verwelkomen we elke maand 4,6 miljoen unieke bezoekers, een verantwoordelijkheid die we heel serieus nemen. Het vinden van een geschikt huis in een overspannen markt houdt veel landgenoten bezig, een urgentie die ook binnen onze organisatie voelbaar is. We streven voortdurend naar het toevoegen van waarde voor deze woningzoekers: door regelmatig marktonderzoek te doen en door kennis te delen over huizen, buurten en demografische trends. Tegelijkertijd hebben we onze tools gebruiksvriendelijker gemaakt, bijvoorbeeld door het makkelijker te maken om je favoriete huizen te bewaren en met anderen te delen. Eduardo en Angelika, onze Chief Technology Officer (CTO) en Product & Design Director, vertellen hier meer over op [pagina 29](#).

Vernieuwde stijl

In 2024 hebben we niet alleen gewerkt aan innovaties en verbeteringen, maar hebben we ook onze visuele identiteit aangescherpt. Die nieuwe illustratiestijl en vormen zijn ook herkenbaar in dit jaarverslag. Een frisse, moderne en toekomstbestendige look die toch nog steeds vertrouwd voelt.

Dankwoord

Als organisatie kunnen we met trots terugkijken op het afgelopen jaar. Dankzij de inzet en betrokkenheid van onze medewerkers hebben we belangrijke vooruitgang geboekt in de verdere ontwikkeling van ons platform en de organisatie ([p. 31](#)). We hebben sterke financiële resultaten behaald en een solide basis gelegd voor de toekomst. Met onze focus op groei en innovatie blijven we inspelen op de relevantie van ons woonplatform voor onze belangrijkste doelgroepen.

Uiteindelijk zijn onze collega's de drijvende kracht achter deze vooruitgang. Namens het [managementteam](#) wil ik graag het hele Funda-team bedanken voor hun expertise en inzet. Aan al onze makelaars, gebruikers, partners en aandeelhouders wil ik dank uitspreken voor hun support en vertrouwen.

Joost Dop
CEO





Over Funda

Funda is niet meer weg te denken van de Nederlandse woningmarkt. Met het meest complete woningaanbod van Nederland weten 4,6 miljoen bezoekers ons platform iedere maand te vinden in hun zoektocht naar een passend nieuw huis. In 2024 werden er 13% meer huizen op Funda te koop aangeboden dan in 2023, met een recordomzet tot gevolg. Tegelijk stonden deze huizen gemiddeld negen dagen korter te koop.

In deze markt met aanhoudende krapte blijven we ons inzetten voor onze missie om wonend Nederland vooruit te helpen. Dat doen we door voorop te lopen in de ontwikkeling van nieuwe producten, diensten en informatie om onze bezoekers verder te helpen met het kopen, bezitten en verkopen van een eigen huis. En om de makelaar, wiens expertise onmisbaar is, het podium te bieden om de consument nog beter te ondersteunen.

Fundamentele cijfers

Platformcijfers

8% meer plaatsingen (in totaal 304.694) op Funda t.o.v. 2023

17% meer plaatsingen (in totaal 29.921) op Funda in Business t.o.v. 2023

13% stijging woningaanbod bestaande huizen

10,4 mln. consumenten contacteerden de makelaar via Funda en Funda in Business

788,3 mln. websitebezoeken op Funda en 18,8 mln. op Funda in Business

4:27 min. gemiddelde bezoekduur op Funda

75% van de gebruikers vindt Funda betrouwbaar

228.117
huizen verkocht via Funda

97%
van de beschikbare huizen in Nederland staan op Funda

Organisatiecijfers

148 medewerkers in dienst op 31 december

23 nationaliteiten werkzaam bij Funda

+77 Net Promotor Score door Funda medewerkers in Employee Satisfaction Survey

27 nieuwe medewerkers, 21 vertrokken

61% van de medewerkers is man en 39% is vrouw

37 gemiddelde leeftijd medewerkers

28 dagen gemiddeld time to hire

4,4% verzuimpercentage (t.o.v. 2,5% in 2023)

Leeftijdsoopbouw medewerkers

t/m 25	7
26 t/m 30	27
31 t/m 35	43
36 t/m 40	37
41 t/m 45	15
46 t/m 50	8
51 t/m 55	5
56 t/m 60	4
61 t/m 65	2

€58,5 mln.
omzet

€11,2 mln.
omzet uit advertising

€24,4 mln.
resultaat na belastingen

Het tweezijdige platform van Funda

Funda is een tweezijdig platform: met aan de ene kant het grootste huizenaanbod voor zoekers en aan de andere kant het grootste bereik voor verkopers en makelaars. Vanuit die tweezijdige rol ontwikkelen we ons platform altijd in het belang van beide groepen.

Het is de plek waar we makelaars met consumenten verbinden om hen te helpen een volgende stap op de woningmarkt te zetten. En het is de plek waar we makelaars en consumenten tijdens dat proces zo veel mogelijk inzicht geven, ontzorgen en inspireren.



Makelaar

We zijn er voor makelaars die net als wij vooruit willen. Die ons podium pakken om de consument echt verder te helpen bij het kopen en verkopen van hun huis en alles daartussenin.

We verbeteren Funda elke dag om makelaars te helpen hun werk nog makkelijker te maken. Dat doen we met slimme tools, inzichten en tijdbesparende oplossingen, altijd onderbouwd met data. Zo kunnen makelaars gefundeerde beslissingen nemen en maximale tijd besteden aan datgene wat telt: het binden en helpen van klanten.

Makelaars spelen een sleutelrol in het succes van consumenten op de woningmarkt. Parallel aan de 'woonreis' van de consument loopt de professionele reis van de makelaar, van het aantrekken van nieuwe klanten tot de uiteindelijke koop of verkoop van een huis. Deze krappe markt met weinig aanbod is voor makelaars net zo goed uitdagend, voornamelijk het werven van nieuwe opdrachten.

Daarom zetten we onze verbindende kracht zo veel mogelijk in voor makelaars. Funda is immers dé plek om in contact te komen met potentiële klanten. Niet alleen via aangeboden objecten, maar ook via de functie 'Makelaar zoeken' en de eigen kantoorpagina met beoordelingen van klanten – waar makelaars zich sinds afgelopen jaar nóg beter kunnen profileren met Kantoorprofiel Pro. Ook maken we content over de toegevoegde waarde en expertise van makelaars die consumenten inspireert en activeert. Zo brengen we consumenten en makelaars niet alleen met elkaar in contact, maar dragen we ook bij aan een positief geluid over het vak.

Makelaars spelen een sleutelrol in het succes van consumenten op de woningmarkt



Consument

Wonend Nederland vooruithelpen betekent voor ons: consumenten waardevolle inzichten en perspectief bieden en te inspireren met mogelijkheden tijdens het kopen, bezitten en verkopen van een huis. We beseffen dat dat in deze uitdagende markt niet makkelijk is. Daarom proberen we zo veel mogelijk te laten zien wat wél kan.

Dat begint met het grootste en complete woningaanbod aanbieden voor kopers en het grootste bereik voor verkopers. Maar het gaat verder dan dat. Tijdens de hele woonreis bieden we relevante inzichten en oplossingen om consumenten vooruit te helpen. Bijvoorbeeld met inzicht in de (financiële) mogelijkheden en buurtinformatie die inspireert om meer buurten te ontdekken. We informeren over nieuwe beschikbare huizen die passen bij hun zoekopdracht – het welbekende Funda-mailtje 's ochtends vroeg –, over veranderingen in prijs of beschikbaarheid van huizen die ze bewaard hebben als favoriet, en door huizen te laten zien die ze óók kunnen overwegen. Huiseigenaren bieden we inzicht in hun woningwaarde en wat er in de buurt te koop staat, want we weten: ook daarvoor komen mensen op Funda.

Tijdens de hele woonreis bieden we relevante inzichten en oplossingen om consumenten vooruit te helpen

Daarbij verwijzen we altijd door naar experts. Want kopers en verkopers begeleiden blijft vakwerk, een essentiële rol voor de makelaar. Of een consument nu op Funda komt om zich voor het eerst te oriënteren op de mogelijkheden, inzicht te krijgen in de woningwaarde, een bezichtiging aan te vragen of om de verkoop van het eigen huis nauwgezet te volgen – Funda biedt overal een logische opstap naar de makelaar.

2024 in vogelvlucht

April

Content met de makelaar als expert

In de nieuwe reeks 'Op waarde geschat' geven makelaars huiseigenaren antwoord op de vraag hoeveel hun huis op dit moment waard is. Verder introduceren we 'Buurten met makelaars', waarin we consumenten perspectief geven in een moeilijke markt en de makelaar positioneren als lokale expert. Beide series samen bereiken ruim 200.000 mensen op ons platform.

Cookietoestemming vernieuwd

We vernieuwen onze cookiebanner in lijn met nieuwe richtlijnen van de Autoriteit Persoonsgegevens. Vlak daarna introduceren we een nieuwe categorie advertising: campagnes die niet gepersonaliseerd zijn op basis van cookies, maar een inhoudelijke link hebben met de context van het platform waar ze getoond worden. Dit is nieuw bij Funda en biedt adverteerders de kans om exclusief zichtbaar te zijn in een minder competitieve omgeving.

Januari

Makkelijker zoeken op de kaart

Op veler verzoek zien huizenzoekers op de kaart nu ook huizen die buiten hun zoekgebied vallen. Ook zijn favorieten duidelijk zichtbaar op de kaart. Dit droeg bij aan een stijging van de algemene tevredenheid van consumenten naar een 7,9.

Zoeken met influencers

Om gebruikers te helpen alles uit Funda's zoekfunctie te halen, lanceren we een social campagne met influencers die te boek staan als Funda-fan. In diverse video's delen ze zoektips én helpen ze elk een consument met een zoekuitdaging vooruit. We bereiken hiermee 1,8 miljoen mensen via socials.



Februari

Nieuwe Raad van Commissarissen

General Atlantic is met 24% nu formeel aandeelhouder van Funda. Michel van der Bel (Non-Executive Director Red Sift en Board member bij Intrum) zit de nieuwe Raad van Commissarissen voor. Ook Cecilia Beck-Friis (voormalig CEO Hemnet en Council member Stockholms Handelskammare), Yme Bosma (CEO NVM Holding), Sander Heidinga (Partner bij KRK en toezichthouder bij Dynamis Taxaties Nederland) en Tom Hussey (General Atlantic) zitten in de raad.

Sneller en efficiënter testen

Met de nieuwe onderzoekstool Lyssna kunnen we nieuwe functionaliteiten makkelijker en sneller testen met meer gebruikers in de roege ontwerpfase. Hierdoor kunnen we efficiënter nieuwe toepassingen ontwikkelen met bewezen waarde voor consumenten en makelaars.

Maart

Favoriete huizen bewaren vernieuwd

We verbeteren het bewaren van favoriete huizen – een functie die consumenten overzicht geeft in hun zoektocht. Hierdoor neemt het aantal bewaarde favorieten met maar liefst 70% toe. Dit is ook relevant voor makelaars en hun verkopende klanten: zij meten hieraan af hoeveel interesse er is voor een object.

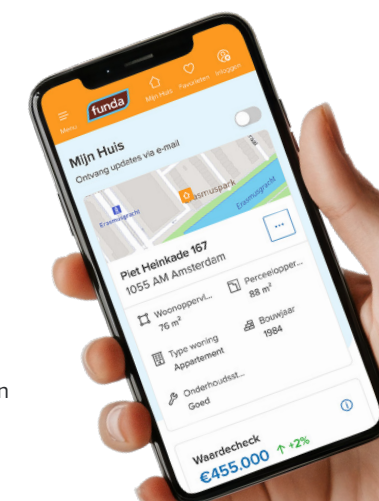
Mei

Mijn Huis uitgebreid én in de app

Mijn Huis, waar huiseigenaren hun woningwaarde en buurt kunnen volgen, is nu ook volledig beschikbaar in de app. Nieuw is dat je ook de interesse in jouw type huis en buurt kunt volgen. Onze socialmediacampagne behaalt 4,1 miljoen views, een record.

Groot onderzoek met makelaars

We onderzoeken de belangrijkste behoeften van makelaars in de huidige markt. Na focusgroepen en interviews met makelaars door onderzoeksbureau Valsplat, valideren we de uitkomsten in een enquête onder vijfhonderd makelaars. Op basis hiervan ontwikkelen we de komende jaren nieuwe initiatieven die waarde toevoegen voor makelaars.



Kantoorprofiel Pro vernieuwd

We lanceren een vernieuwd product voor makelaars om hun kantoor op een eigen pagina optimaal te presenteren aan Funda-bezoekers – immers allemaal potentiële klanten. Inmiddels heeft ruim de helft van de makelaarskantoren Kantoorprofiel Pro – wat in 2024 totaal ruim 1 miljoen leads van consumenten voor hen gezamenlijk oplevert.

Lancering Bedrijfsverzamelgebouw

Na een pilot met bedrijfsmakelaars lanceren we Bedrijfsverzamelgebouw voor Funda in Business. Met dit product kunnen bedrijfsmakelaars gebouwen met verschillende bedrijfsunits op één pagina presenteren voor een vaste prijs, en hier onbeperkt units aan toevoegen. Gebruiksvriendelijker voor makelaars, duidelijker voor zoekers.

Juni

Vernieuwde omgeving voor verkopers

We vernieuwen de pagina waarop verkopers kunnen volgen hoe vaak hun huis op Funda is gevonden, bekeken en bewaard als favoriet. Ook kunnen ze dit vergelijken met huizen in de buurt en zien welke promotieproducten beschikbaar zijn. Zo bieden we grip op het verkoopproces. Met succes: de pagina scoort 97% op tevredenheid.

Nieuw contentmanagementsysteem

Om onze gebruikers op verschillende momenten tijdens hun zoektocht relevante content te kunnen bieden, migreren we onze content naar een zogenaamd ‘headless’ contentmanagementsysteem (CMS). Met dit type CMS kun je content op meer plekken op ons platform tonen, wat het beheer makkelijker en efficiënter maakt. Ook zorgt het voor meer consistentie in design.

Netwerken met makelaars en adverteerders

We zetten twee gewaardeerde tradities voort: onze jaarlijkse Provada-borrel met dit jaar maar liefst 650 makelaars, en ons derde padeltoernooi met 62 adverteerders en mediabureaus. Beide events worden elk jaar enthousiast ontvangen en bieden ons de kans om te investeren in langdurige relaties.

September

24-uurs hackathon

Tijdens Funda's veertiende hackathon onderzoeken twaalf groepjes collega's met uiteenlopende disciplines nieuwe ideeën voor Funda die we met behulp van AI mogelijk zouden kunnen maken. Van een chatbot die helpt om statistieken te interpreteren tot een tool die laat zien voor welke duurzaamheidssubsidies je als huiseigenaar in aanmerking komt. De meest kansrijke ideeën gaan de teams binnen Funda verder onderzoeken.

Juli

Banners maken met AI

Om adverteren op Funda toegankelijker te maken voor makelaars bieden we de optie bij het afnemen van een campagne kosteloos banners te laten ontwikkelen door het Funda-team met behulp van AI. De tijd en kosten die dit bespaart, werkt drempelverlagend. In 2024 maakten 40 klanten hier al gebruik van.

Augustus

Nieuw zoekfilter toegankelijkheid

Veel mensen zoeken naar huizen waar ze tot op latere leeftijd comfortabel kunnen blijven wonen, blijkt uit zoekgedrag op Funda. Enkele van de meest gebruikte open zoektermen op Funda in 2024 waren levensloopbestendig, lift, bungalow en gelijkvloers. Met het nieuwe filter ‘toegankelijkheid’ kun je zulke huizen nu nog makkelijker en sneller vinden.



Beter inzicht in leads voor makelaars

We verbeteren de manier waarop makelaars leads ontvangen. Daardoor zien makelaars direct of iemand contact opneemt voor aan- of verkoopdiensten of voor een bezichtiging. Hierdoor kunnen makelaars sneller leads beoordelen en gericht opvolgen. In 2024 kregen makelaars in totaal 10,4 miljoen leads via Funda en Funda in Business.

Oktober

Zoekvolumerecord

We noteren het hoogste aantal ingelogde gebruikers sinds het ontstaan van Funda: 1,6 miljoen – 48% meer dan vorig jaar. Ook zien we deze maand een zoekvolumerecord met 329 miljoen getoonde zoekresultaten – in oktober 2023 was dit 221 miljoen.

Testrelease vernieuwde Funda Desk

Achter de schermen zijn we momenteel bezig met de ontwikkeling van een vernieuwde Funda Desk met verbeterde functionaliteiten en gebruikerservaring. Deze maand is de allereerste release voor een kleine testgroep van acht makelaars. Met hun feedback kunnen we het uiteindelijke eindproduct nog beter laten aansluiten op de behoeften van makelaars.

Droomhuis bouwen met adverteerders

Om de band met mediabureaus te verstevigen, nodigen we zeven bureaus waarmee we nauw samenwerken uit om hun droomhuis te bouwen met Lego, als ludieke actie tijdens de woonmaand oktober. De gebruikte Lego voor de actie schenken we in december aan een goed doel.

Golfen met makelaars

We gaan de golfbaan op met 100 makelaars en 25 Funda-medewerkers om de band te versterken, kennis te delen én tegelijk onze golftechniek te verbeteren – van beginner tot gevorderde. Een succesvolle combinatie, dus dit eerste golfevent zal niet het laatste zijn.

Modernere visuele identiteit

We maken een moderne slag op Funda's huisstijl met een opgefrist logo, kleurenpalet, vormtaal en gloednieuwe illustraties die naadloos aansluiten op onze merkstrategie. Nog steeds herkenbaar, maar met een frisse, eigentijdse uitstraling. Stap voor stap voeren we de nieuwe visuele identiteit in al onze middelen door.



Dam tot Damloop

Maar liefst 28 Funda-medewerkers weten dit jaar de finish te halen van de jaarlijkse hardloophwedstrijd tussen Amsterdam en Zaandam.

Toegankelijke voorleesfunctie

Funda-bezoekers kunnen huizenadvertenties vanaf nu ook in de app laten voorlezen dankzij een nieuwe voice-overfunctionaliteit. Hierdoor is Funda toegankelijker voor mensen met een visuele beperking.

Recordomzet adverteren

Team Advertising, dat campagnes op Funda verzorgt voor grote merken en organisaties zoals KPN, Hornbach, ING, en Eneco, haalt in november met 943.000 euro hun hoogste maandomzet ooit.

Derde editie Meedraaidagen

We organiseren de derde en vernieuwde editie van de Meedraaidagen, een initiatief waar makelaars en Funda-medewerkers een kijkje in elkaars keuken nemen om elkaar beter te leren kennen. Veertig makelaars komen langs bij Funda en ontvangen vervolgens ook twee Funda-medewerkers op kantoor. Het resultaat: meer wederzijds begrip, enthousiasme en waardering: makelaars geven het een 8.



Website van het Jaar

Ook in 2024 worden we verkozen tot Website van het Jaar in de categorie huisvesting – de twaalfde keer dat we de prijs mee naar huis nemen.

Hoge tevredenheid medewerkers

Uit ons medewerkersonderzoek komt de hoogste tevredenheidsscore sinds drie jaar: een 7,8. De top 3-factoren die hieraan bijdragen, zijn het werkplezier, de uitdaging en de positieve werksfeer die medewerkers ervaren. Lees meer over hoe medewerkers de werksfeer ervaren op [pagina 31](#).

Funda jaaroverzicht

In ons jaaroverzicht delen we de leukste en interessantste highlights van 2024 in een mail naar zo'n 650.000 Funda-gebruikers met een account, zoals het meest bekeken en duurste huis, en meest gebruikte zoekfilters. 130.000 Mijn Huis-gebruikers krijgen daar ook een persoonlijk overzicht bij met de ontwikkelingen van hun woningwaarde en buurt. Daarnaast krijgen makelaars een eigen jaaroverzicht met de prestaties van hun kantoor. De actie wordt enthousiast ontvangen en breed opgepikt in de media, goed voor 2,7 miljoen euro mediawaarde.

1,4 miljoen advertisingomzet uit vastgoedcampagnes

Funda biedt makelaars de kans om hun zichtbaarheid te vergroten via advertentiecampaagnes. Dit jaar groeit de omzet uit maatwerkcampaagnes voor makelaars met 25% naar 1,4 miljoen euro. Hiervan komt 600.000 euro binnen via contacten van accountmanagers. De groei is te danken aan uitbreiding van het team en planmatige campagnes gericht op nieuwbouw en met behulp van AI.

Premium-record

Begin 2023 lanceerden we Premium, een nieuw presentatiepakket waarmee makelaars een object vanaf het eerste moment maximaal zichtbaar op Funda kunnen plaatsen. Eind 2024 wordt ruim een kwart van de huizen op Funda met een Premium-pakket geplaatst – het hoogste aandeel tot nu toe.

Slimmere updates over favorieten

De mails die gebruikers ontvangen zodra een van hun favoriete huizen verandert in prijs of beschikbaar zijn vernieuwd. Bij meerdere veranderingen aan favorieten op één dag krijgen gebruikers deze gebundeld in één mail. Zo creëren we meer overzicht en verminderen we de hoeveelheid mails.

Goede doelen

Ook in 2024 doneren we ons kerstpakketten-budget voor collega's van 20.000 euro aan Habitat for Humanity om bij te dragen aan betere woonomstandigheden op plekken waar dat niet vanzelfsprekend is, deze keer in Oekraïne. Ook schenken we hardware ter waarde van 8800 euro aan IT4kids en maar liefst 21 dozen vol speelgoed van collega's aan een Blijf-locatie voor gezinnen die slachtoffer zijn van huiselijk geweld.

Het jaar van...

2024 was het jaar van aanhoudende krapte en concurrentie op de woningmarkt. Ondanks de toename van het aanbod van bestaande koopwoningen op Funda met ruim 13% stonden die huizen gemiddeld negen dagen korter te koop. Des te belangrijker dat we voortdurend ons platform en onze organisatie verbeteren om consumenten perspectief te bieden op wat wél mogelijk is.

Daarnaast ontwikkelen we slimme tools en tijdbesparende oplossingen voor makelaars, en verbinden we hen met consumenten als lokale experts voor advies. Op de volgende pagina's gaan we in gesprek met een makelaar, huizenkoper en onze eigen medewerkers over hoe Funda volgens hen het verschil maakt.

Het jaar van waarde toevoegen **voor makelaars**

Waar Funda misschien de eerste app is die een consument 's ochtends opent, is het de makelaar die het dichtst bij mensen staat tijdens de koop of verkoop van hun huis. Samen zijn we onderdeel van die grote stap – elk met een eigen toegevoegde waarde. Over die wisselwerking gaan makelaar Kevin Nijs van Van Silfhout & Hogetoorn Wereldmakelaars in Delft en Funda's Head of Customer Success Mark Askamp in gesprek.

Mark: 'Jij bent als makelaar begonnen in 2008, in een compleet andere tijd. Qua markt, maar ook qua digitale mogelijkheden. Ook Funda is niet meer het Funda van toen, we breiden continu onze producten en diensten uit. Hoe kijk jij naar alle veranderingen?'

Kevin: 'Het aanbod is gedigitaliseerd, maar het contact is persoonlijker geworden. Vijftien jaar geleden liep ik nog met een stropdas rond. Klanten vinden het tegenwoordig fijner als je toegankelijk bent. Al onze collega's staan op de foto in werk- én privétenue – ikzelf bijvoorbeeld in snowboardkleding – wat vaak een ijsbreker is in gesprekken. Dat je sinds afgelopen jaar op Funda een makelaar met foto kunt tonen bij een object, sluit daar helemaal bij aan.'

Mark: 'In andere beroepsgroepen zie je juist een tegenovergestelde trend. Vroeger kwam een verzekeringsagent bij je langs, nu sluit je alles digitaal af. Over de makelaardij wordt ook al jaren gespeculeerd dat het zal verdwijnen, hoe kijk jij daarnaar?'

Kevin: 'Ik ben ervan overtuigd dat het mensenwerk blijft. Tijdens corona kwamen videobezichtigingen

op, maar dat werkte alleen in Amsterdam. Het kopen van een huis is zoiets persoonlijks dat mensen daar altijd persoonlijke begeleiding bij zullen willen.'

Mark: 'Dat geloven wij ook. Naast het complete huizenaanbod en inzichten via Funda blijven consumenten behoefte hebben aan de lokale kennis en ervaring van een makelaar die hen adviseert en begeleidt. Zie je wel je rol veranderen?'

Kevin: 'Alle diensten rondom koop en verkoop worden een stuk digitaler, maar ik geloof niet dat ons werk volledig zal digitaliseren. We gebruiken bijvoorbeeld een CRM-systeem voor communicatie met klanten, maar alsnog vinden verkopers het fijn als je einde dag even belt hoe de bezichtigingen waren. Hetzelfde geldt voor de statistiekenpagina voor verkopers op Funda, waar je na een eerste piek het bezoekersverkeer standaard ziet afnemen. Klanten vinden dat inzicht fijn, maar willen óók van ons horen wat ze daarvan moeten vinden. Zo worden we meer en meer de specialist. Ik merk dat de branchevereniging en Funda ons ook zo neerzetten.'



Kevin Nijs van Van Silfhout & Hogetoorn Wereldmakelaars

'Het kopen van een huis is zoiets persoonlijks dat mensen daar altijd persoonlijke begeleiding bij zullen willen'



Mark Askamp - Head of Customer Success

Mark: 'Dat is inderdaad precies hoe we jullie bij Funda zien, en zo positioneren we jullie ook bij de consument. Bijvoorbeeld met het persoonlijk contactblok, maar ook door overal door te verwijzen naar makelaars voor professioneel advies. Met Kantoorprofiel Pro helpen we makelaars om zich te profileren op Funda, omdat we uit onderzoek weten dat het werven van opdrachten momenteel jullie grootste behoefte is.'

Kevin: 'Zulke ontwikkelingen zorgen er ook voor dat wij nu anders naar Funda kijken. Voorheen zag ik Funda vooral als een middel om huizen te verkopen. Bij additionele producten zoals Premium, Blikvanger of Kantoorprofiel Pro was ik in eerste instantie sceptisch – het zijn toch extra kosten. Nu zie ik het juist als een investering in onze marketing: het levert ons veel extra zichtbaarheid op. Dat is mede te danken aan de

inzichten van onze accountmanager bij Funda én door het gewoon te proberen. Met resultaat: ons marktaandeel is in 2024 van 20% naar 25% gegroeid. Maar als je naar de eerste vijf resultatenpagina's kijkt, lijkt het eerder 70%.'

'In de huidige markt moeten veel mensen concessies doen. Bij Funda willen we mensen perspectief geven op wat wél kan'

Mark: 'Om klanten te werven moet je eerst zichtbaar zijn – daarin zien we een mooie rol voor Funda om makelaars te helpen. Met die zichtbaarheid zit het bij jullie dus wel goed. Wat is daarnaast belangrijk om klanten te binden?'

Kevin: 'We zijn een groot kantoor, waardoor mensen soms bang zijn dat ze een nummertje worden. Daarom blijven wij investeren in een persoonlijke benadering met twee vaste contactpersonen. Ook blijven we veel tijd nemen voor een-op-eenbezichtigingen, hoeveel animo er ook is. Dat levert ons veel nieuwe leads op van mensen die willen dat hun huis met diezelfde aandacht verkocht wordt.'

Mark: 'Je hebt tegenwoordig meer data tot je beschikking dan ooit. Ook bij Funda proberen we continu onze data om te zetten in waardevolle inzichten en tools waar je als makelaar wat mee kunt. Zoals de objectstatistieken, de Vraagscan en de Barometer. Maak je veel gebruik van data?'

Kevin: 'Zeker. Maar niet alleen wij, de consument ook. Daardoor moeten we vaker onze toegevoegde waarde bewijzen, want veel klanten komen al binnen met zelf opgezochte data over hun woningwaarde, verkoopprijzen en biedingen. Er is veel data vrij beschikbaar, maar vaak lopen die achter de feiten aan.'

Mark: 'Iedereen heeft data, maar jullie kunnen het duiden. Pas dan wordt het informatie waar je iets mee kunt.'

Kevin: 'Vaak missen mensen de nuance. Dan lezen ze in een kop dat 10% overbieden de norm is, maar niet dat dit vooral opgaat voor Amsterdam. Dan trap ik op de rem en laat met mijn kennis van de lokale markt zien: hier is dat niet nodig. Wij maken elke dag transacties mee en hebben daardoor meer expertise om een advies op te baseren dan puur een uittreksel uit het kadaster.'

Mark: 'In de huidige markt moeten veel mensen concessies doen. Bij Funda willen we mensen perspectief geven op wat wél kan. Hoe vervul jij die rol als makelaar?'

Kevin: 'Die rol is in deze markt gegroeid. Ik moet kopers vaak met beide benen op de grond zetten: met dit budget en deze wensen gaat het niet beter worden. Tijd speelt daarin ook een rol, want de prijzen blijven stijgen. Hoe langer je zoekt, hoe meer concessies je zult moeten doen.'

Mark: 'Dankzij je lokale kennis kun je bij uitstek adviseren over realistische concessies. Waar zie jij nog kansen voor Funda om meer waarde toe te voegen voor makelaars?'

Kevin: 'Ik zou graag een uitgebreider contactformulier willen voor verkopers. Tegenwoordig krijg je bij een contactverzoek wel te zien of iemand contact opneemt voor aankoop, verkoop of een bezichtiging. Een waardevolle verbetering, maar ik zou nog wel meer informatie willen uitvragen vooraf.'

Mark: 'Dat zijn interessante vragen die we zeker onderzoeken. We willen makelaars helpen om efficiënter te werken – want we weten dat dit naast klanten werven een belangrijke behoefte is – maar óók het opnemen van contact zo laagdrempelig mogelijk maken. We zoeken altijd naar de perfecte balans. Over efficiënter werken gesproken, hoeveel gebruik maken jullie al van artificial intelligence?'

Kevin: 'We gebruiken het onder andere voor het schrijven van teksten en socialmediaposts. Het bespaart zeker tijd, maar je kunt niets klakkeloos overnemen. Ik merk ook dat consumenten het gebruiken, bijvoorbeeld om een vragenlijst voor een bezichtiging te genereren. Maar ik zie toch vooral heel veel generieke output – AI kan niet door een huis heen kijken zoals wij dat kunnen.'

Het jaar van omgaan met woonwensen in een moeilijke markt

Claire Bolt-Exoo (45) woonde tot zes jaar geleden met haar twee kinderen in een huurhuis in Deventer. Toen de huurprijs onverwacht fors werd verhoogd, was dat een goed moment om toch eens te kijken gaan kijken naar een koophuis

'Ik ben gek op de stijl van jarendertighuizen: die glas-in-loodramen en ensuitedeuren, prachtig vind ik dat. Dus dat is waar ik vooral naar zocht toen ik op Funda ging kijken. Geen idee van het kluswerk dat bij zo'n huis komt kijken; ik was alleenstaand en had nog nooit in mijn leven een huis gekocht. De eerste paar keer dat ik ging bezichtigen, vroeg ik mijn vader om mee te gaan.

Al snel merkten we dat een koophuis zoeken behoorlijk veel tijd en energie kost, ook al was de markt toen anders dan nu. Ik had inmiddels een aardige Funda-verslaving, maar vond het lastig om iets te vinden waar ik een goed gevoel bij had. En voor mijn vader was het eigenlijk geen doen om steeds vanuit zijn woonplaats in Limburg naar mij toe te komen. Ik besloot een aankoopmakelaar in te schakelen.'

Leerzaam

'Via de kleuterjuf van mijn kinderen kwam ik terecht bij Joseph Lagrené van Thoma Post Makelaars in Deventer, een amicale makelaar die duidelijk en recht door zee was in zijn manier van praten. Ik voelde meteen een goede klik. Terwijl ik alleen keek naar hoe leuk ik huizen vond, legde Joseph mij uit hoe bepaalde scheuren in muren waren ontstaan, wat boeidenen

zijn en hoe ik kon zien in welke staat die verkeerden. Ik vond het enorm leerzaam.

Joseph was ook degene die mij uiteindelijk overtuigde om te gaan voor een huis uit de jaren negentig. Niet bepaald het jarendertigplaatje dat ik in mijn hoofd had, maar hij zag vooral de mogelijkheden: het was een stuk groter dan de andere huizen die ik had gezien, had een vrijstaande garage die ideaal zou zijn voor mijn hypnotherapie-praktijk en vroeg weinig onderhoud. Mijn familie was meteen enthousiast en ik, na enige twijfels, ook.'

Uit huis gegroeid

'Ik woonde er inmiddels al een half jaar toen ik mijn man Olaf leerde kennen. Hij trok bij mij in en samen knapten we het huis helemaal op: van een energielabel C gingen we naar A. De kinderen waren inmiddels al wat ouder en we merkten dat we uit ons huis begonnen te groeien. Ik ging weer intensiever op Funda te kijken: naar wat er te koop stond en naar de verkoopprijzen van vergelijkbare huizen in de buurt. Dankzij Joseph wist ik dit keer beter waar ik op moest letten, maar de markt was duidelijk veranderd en Deventer is populair. Zo wilden we een leuk jarenvijftighuis bekijken, maar dat was een paar dagen later al verkocht.'

'Dankzij de makelaar wist ik beter waar ik op moest letten, maar de markt was duidelijk veranderd en Deventer is populair'



Claire Bolt-Exoo & Olaf Exoo-Bolt



Terug naar de jaren dertig

'We besloten eens wat verder te kijken in de omgeving van Deventer. Onze droom was een vrijstaand jarendertighuis met van die typische jarendertigkenmerken en een groot stuk land eromheen. In het dorpje Eefde vonden we wat we zochten: een vrijstaand huis met alle ruimte in de tuin voor kippen en een kas, en een multifunctionele binnenruimte voor mijn praktijk. Het kon wat liefde gebruiken, maar dit huis ádemde gewoon sfeer.

Tot onze verbazing vertelde de verkoopmakelaar dat er nog niemand op geboden had. Meteen belde ik Joseph weer. Hij koppelde ons aan zijn collega Willem, omdat die het huis al kende van eerdere bezichtigingen. Willem wist ons te vertellen dat het huis best wat onderhoud nodig had en in de buurt stond van een spoor, waar regelmatig een boemeltreintje over rijdt. Ook zou achter het huis een bouwproject komen. Het had andere

geïnteresseerden er tot nu toe van weerhouden om te bieden, maar wij vonden dit allemaal niet zo bezwaarlijk. Voor een beetje kluswerk draaien we onze handen inmiddels ook niet meer om. Dit keer deed Willem namens ons de onderhandelingen. Erg fijn, want ik word altijd bloednerveus als het om zulke grote bedragen gaat. En met goed resultaat: op 1 juli krijgen we de sleutel!

Van aankoopmakelaar naar verkoopmakelaar

'De volgende stap is ons oude huis in Deventer verkopen. Voor ons was het niet meer dan vanzelfsprekend om ook hier Josephs hulp weer voor te vragen. Hij wist nog precies hoe ons huis eruitzag en heeft ons al wat goede tips gegeven om de verkoop voor te bereiden. Zo hebben we op zijn aanraden het oude fietsenschuurtje uit de tuin gesloopt en flink opgeruimd. Ik kan niet wachten tot we kunnen verhuizen naar ons nieuwe huis: eindelijk dat jarendertighuis waar ik altijd van droomde.'

Funda bij elke stap in je woonreis

De meeste consumenten beginnen hun zoektocht naar een huis, net als Claire, op Funda. Met onze in 2024 verbeterde zoekfunctie kunnen zij meerdere zoekopdrachten tegelijk opslaan en favoriete huizen bewaren. Wie zich wil verdiepen in het aan- of verkoopproces vindt daarvoor praktische tips en informatie op funda.nl/meer-weten. En wie als eerste op de hoogte wil zijn van nieuw aanbod op Funda hoeft daarvoor alleen maar een account aan te maken.

Zoektocht geslaagd?

Ook voor nieuwe en bestaande huiseigenaren blijven we van toegevoegde waarde. Door hen via Mijn Huis te laten zien hoe de waarde van hun huis zich ontwikkelt, wat er te koop en verkocht is in hun buurt, en door tips en informatie te geven om hun woningwaarde te vergroten en hun woonlasten te verlagen. En is het moment daar om weer een volgende stap te zetten? Dan bieden wij het grootste bereik voor de verkoop van hun huis en een overzichtelijke verkoopstatistiekenpagina om dat bereik én de interesse van potentiële kopers inzichtelijk te maken. Zo staan wij hen bij in elke stap van hun woonreis.

VERKOCHT

Het jaar van win-win-oplossingen

Funda bestaat al bijna 25 jaar, maar de ontwikkelingen staan nooit stil. Elke dag verbeteren we ons platform om met onze technologie en producten nog meer waarde toe te voegen voor makelaars, consumenten en partners. Niet altijd zichtbaar, wél altijd relevant. Hoe we dat doen, bespreken we met Chief Technology Officer Eduardo Neves en Product & Design Director Angelika Dietrich-Winkler.

Welke rol speelt technologie bij Funda?

Eduardo: 'We zijn een techbedrijf, maar technologie is altijd een middel, geen doel op zich. Het belangrijkste in een organisatie met een hoge kwaliteitsstandaard is nieuwsgierigheid. Dat medewerkers zich bewust zijn van nieuwe ontwikkelingen, maar óók oude technologie die we al tien, vijftien jaar gebruiken tot in detail begrijpen. Wat werkt, wat niet, wat kunnen we verbeteren? Technologie is voor ons geen speeltje, maar een manier om verschil te maken.'

Angelika: 'We zijn een digitaal platform, dus we onderzoeken altijd hoe het beter kan. Zowel voor de gebruikers als de mensen die ons platform ontwikkelen. Dat doen we het liefst in kleine stappen, bijna zonder dat mensen het merken. Met miljoenen gebruikers die Funda bijna met hun ogen dicht kunnen gebruiken, denken we nooit licht over veranderingen.'

Eduardo: 'Veel technische verbeteringen die we doen zijn onzichtbaar, maar hebben wel impact. Dat we alle media – foto's, video's van huizen – naar Cloudflare, een cloudoptimalisatieservice hebben gemigreerd, zorgt ervoor dat

makelaars hun media sneller kunnen publiceren. Het migreren van ons hele platform naar het nieuwere frontend framework Nuxt 3 zorgt ervoor dat alle pagina's sneller laden, wat de gebruikerservaring verbetert.'

Angelika: 'Het is heel makkelijk om je platform zwaar en daarmee traag te maken, en heel moeilijk om het licht en snel te houden. Zoeken op Funda lijkt moeiteloos – en zo hoort het ook – maar daar zit veel techniek en expertise achter.'

Waar start een verbetering meestal?

Angelika: 'Vaak met een signaal. Vanuit de markt, makelaars, consumenten of een succesvol voorbeeld van andere platforms. We onderzoeken altijd eerst de relevantie voor Funda, en of het in lijn is met onze bredere visie en strategie. We krijgen veel feedback binnen van gebruikers, maar we proberen altijd eerst de vraag achter de vraag te begrijpen. Je moet verliefd worden op een probleem, zeggen we altijd. Want voor elk probleem zijn er wel honderd oplossingen. De eerste die je bedenkt, is bijna nooit de beste.'

Hoe weet je dat je dé oplossing te pakken hebt?

Angelika: 'Een oplossing moet altijd voldoen aan verschillende principes. Het moet bijdragen aan de behoeftes van makelaars én consumenten, het moet in elke marktsituatie relevant zijn, het moet haalbaar zijn voor onze organisatie én het moet bijdragen aan Funda's marktpositie en missie om wonend Nederland vooruit te helpen.'

Kun je een voorbeeld geven van zo'n ontwikkeling in 2024?

Eduardo: 'Het afgelopen jaar hebben we het bewaren van favoriete huizen verbeterd. De technologie daarachter was verouderd, waardoor het lastig was om verbeteringen door te voeren. Zowel voor de gebruikers als onszelf was het dus tijd voor vernieuwing.'

Angelika: 'Het is een waardevolle functie om overzicht te creëren voor huizenzoekers. We hebben het makkelijker gemaakt om favorieten te bewaren door het hartje op meer plekken te tonen, we hebben de overzichtspagina verbeterd én de notificatiemails die mensen ontvangen bij veranderingen. AI die verbeteringen hebben ervoor gezorgd dat 70% meer huizen bewaard worden als favoriet.'

Eduardo: 'Dat is ook voor makelaars relevant, want zij kunnen aan het aantal keer dat een object is bewaard als favoriet zien hoeveel interesse er is.'

Angelika: 'Een ander voorbeeld is de statistiekenpagina voor verkopers, waar zij kunnen volgen hoe vaak hun huis

getoond, bekeken en bewaard is door Funda-bezoekers. Mensen die een huis verkopen, bezoeken deze pagina vaak meerdere keren per dag, want er staat veel op het spel. We hebben de data in 2024 overzichtelijker en begrijpelijker gepresenteerd – we nemen verkopers meer aan de hand – maar we vervangen nooit de makelaar. Wij geven informatie en inzicht, maar het is de makelaar die consumenten kan adviseren over vervolgstappen – zoals wat je kunt doen als je huis niet direct verkoopt.'

Eduardo: 'Technisch hebben we hier de manier waarop we data tonen verbeterd. Voorheen kwamen de statistieken voor makelaars in Funda Desk en de statistieken voor verkopers uit twee verschillende bronnen, nu uit één. Daardoor zijn de cijfers die makelaars en consumenten zien altijd 100% consistent, wat onderling een stuk makkelijker praat.'

Welke rol speelt data in het verbeteren van Funda?

Eduardo: 'We hebben het geluk dat we heel veel data tot onze beschikking hebben. Wie klikt waar en ook: waar niet? Zulke data helpt ons om gebruikers beter te begrijpen en om te identificeren wanneer iets stuk is. Als we het verkeer ineens onnatuurlijk hard zien dalen, is dat een teken dat er iets mis is. Heel soms moet er dan iemand midden in de nacht uit bed komen – er staat altijd iemand stand-by.'

Angelika: 'Naast kwantitatieve data halen we ook kwalitatieve feedback binnen van gebruikers. We kunnen niet overal direct actie op nemen, we analyseren eerst of er trends of gedeelde behoeftes zijn. Zo ja, dan gaan we het verder onderzoeken in onze productteams.'

Hoe belangrijk zijn de ontwikkelingen op AI voor Funda?

Eduardo: 'AI heeft veel potentie, vooral als het gaat om het interpreteren en vertalen van grote hoeveelheden ongestructureerde data. We zijn nieuwsgierig en experimenteren ermee, want het biedt veel kansen om ons platform nog gebruiksvriendelijker en toegankelijker te maken. Tegelijk zijn we voorzichtig, want het vinden en kopen van een huis is een van de grootste stappen in iemands leven, die gebaseerd moet zijn op correcte informatie. Vooralsnog zitten er vaak fouten in de informatie van AI. Dat kun je niet gebruiken als je bijvoorbeeld aan het berekenen bent hoeveel hypotheek je kunt krijgen.

Overigens gebruiken we de 'oudere' vorm van AI, machine learning, al jaren voor onze toepassing Waardecheck, die een schatting geeft van je woningwaarde.'

Angelika: 'De nieuwe mogelijkheden van AI om taal te begrijpen en vertalen, is het meest interessant. Tot nu toe hebben mensen zich altijd moeten aanpassen om met computers te communiceren. AI kan dat veranderen, door die vertaalslag uit handen te nemen.

Voor het zoeken naar huizen kan dat bijvoorbeeld betekenen dat je je ideale huis omschrijft, in plaats van filters aan te vinken. Dat zijn dingen die we onderzoeken en testen.'

Naar welke ontwikkeling kijken jullie uit in 2025?

Eduardo: 'Naast het verder testen van concrete toepassingen met AI, gaan we in 2025 Funda Desk helemaal vernieuwen, waar we afgelopen jaar overigens al aan hebben gewerkt. Funda Desk is er al vanaf het eerste begin en de techniek is nu zodanig verouderd dat het tijd is voor vernieuwing.'

Angelika: 'Oud betekent niet per se slecht. Maar als je 25 jaar in een huis woont, dan mag je de badkamer weleens vervangen. Op dat punt zijn we nu met Funda Desk.'

Eduardo: 'We hebben door de jaren heen van alles 'aangebouwd' wat inmiddels overbodig is geworden. Dus ik zou zelfs willen zeggen: het is tijd voor Funda Desk om kleiner te gaan wonen.'

Angelika: 'We testen onze verbeteringen met een panel van inmiddels vijftig makelaars, zodat we verder kunnen optimaliseren op basis van hun feedback. De reacties zijn erg enthousiast, dus ik heb er veel vertrouwen in dat we heel veel makelaars hier blij mee gaan maken en hun werk makkelijker maken. Dat is het doel.'

Het jaar van de mensen van Funda

Het zijn de mensen die Funda Funda maken. Dat zeggen we niet alleen, dat horen we ook vaak van collega's. De sfeer bij Funda is warm en informeel, maar ook gedreven, resultaatgericht en ambitieus. We werken hard aan onze missie om wonend Nederland vooruit te helpen, maar maken ook graag ruimte voor plezier. Naast al die overeenkomsten zijn we ook 148 heel verschillende mensen, die 2024 allemaal op hun eigen manier beleefden.



João kwam na vijf jaar elders opnieuw bij Funda in dienst

'Als engineer bij Funda werk je aan oplossingen die miljoenen mensen bereiken. Dat triggerde me om in 2015 bij Funda te gaan werken en nu wéér. In 2020 ging ik na 4,5 fijne jaren voor een nieuwe uitdaging, maar de warme gevoelens voor Funda bleven. Dus toen een voormalige collega me benaderde voor een vacature wist ik: ik wil terug. Het bedrijf én ikzelf zijn in de tussentijd ontwikkeld, maar we zijn nog steeds een goede match. De diverse cultuur en de zelfstandige manier van werken, voelen als thuiskomen.'



Fenna combineert haar functie op de finance-afdeling met recruitment

'Eerst werkte ik drie dagen bij Funda naast mijn sieradenbedrijf. Toen People & Culture handen tekortkwam op recruitment, vroegen ze of ik wilde bijspringen. Wat begon met ondersteunen bij de communicatie met kandidaten, groeide al snel uit tot zelfstandig trajecten begeleiden. De interactie met mensen vind ik een leuke afwisseling met cijfers. Dat ik bij Funda de kans heb om twee interesses te combineren, vind ik heel waardevol. Ik kijk altijd naar de persoon achter het cv, want ik heb zelf ook allesbehalve een standaardverhaal.'



Dmitry nam drie maanden vrij met Funda's sabbaticalregeling

'Het was ideaal om voor langere tijd te kunnen reizen zonder mijn baan te hoeven opzeggen. Ik vind het mooi dat Funda haar medewerkers die mogelijkheid gunt. Het was fijn om drie maanden niet met werk bezig te zijn, hoewel dat niet de reden van mijn sabbatical was. Ik ben een stuk relaxter teruggekomen. Voor mijn sabbatical kon ik werk moeilijk loslaten. Ik heb geleerd dat ik erop kan vertrouwen dat dingen bij mijn collega's in goede handen zijn. Daar heb ik tot op de dag van vandaag plezier van.'



Alexandru switchte van QA Engineer naar Product Manager

'Ik raakte meer geïnteresseerd in wát we maken, in plaats van hóé we het maken. Producten ontwikkelen die echte gebruikersproblemen oplossen – daar wilde ik meer bij betrokken zijn. Naast mijn rol als scrum master ging ik productmanagers ondersteunen en zelfs vervangen tijdens vakanties. Van mijn lead en Funda kreeg ik daar de ruimte voor. In oktober maakte ik definitief de overstap. Nu heb ik veel voordeel van mijn technische achtergrond. Die helpt me om de juiste vragen te stellen en bruggen te bouwen tussen disciplines.'



Sacha verzorgt al bijna vijftien jaar Funda's brandstof voor collega's

'Toen ik bij Funda begon, werkten er zo'n dertig mensen. Nu zijn dat er ruim 140 met 25 nationaliteiten, die ik niet allemaal blij maak met een boterham met kaas. Soep en salades zijn populair, ook bij mij, want daarmee kan ik lekker experimenteren. Het creatieve proces vind ik het leukst – iets nieuws proberen, wat dan ook lukt. Ik vind het belangrijk dat de lunch voor iedereen een fijne onderbreking van de dag is. Even weg van dat scherm, bijtanken, en dan weer vol energie aan de slag.'



Matheus zet zich bij Funda in voor goede doelen en kennisdeling

'Ik krijg energie van initiatieven die verder gaan dan mijn directe rol. Zoals het inzamelen van geld voor Giro 555 of ongebruikt speelgoed voor gezinnen in een crisisopvang. Ook ben ik betrokken bij het doneren van Funda's kerstpakkettenbudget aan Habitat for Humanity en organiseer ik meet-ups over actuele tech-thema's. Veel van zulke initiatieven worden gestart door een groepje collega's en groeien dan groter. Funda is een werkgever die dat graag faciliteert met geld of andere middelen. Die maatschappelijke betrokkenheid en vrije cultuur vind ik heel fijn.'



Jome ontdekte bij Funda haar potentieel voor leiderschap

'Ik had nooit de ambitie om leiding te geven, tot mijn manager me vroeg om collega's te coachen. Dat gaf me zo veel voldoening dat ik twee jaar geleden voor de rol van Quality Assurance Lead ben gegaan. Er is bij Funda veel oog voor persoonlijke potentie én je krijgt alle hulp om die potentie waar te maken. Dat probeer ik ook mijn team te bieden. Het afgelopen jaar hebben we gefocust op persoonlijk leiderschap en communicatie om hun impact te vergroten. Soft skills zijn daarvoor net zo belangrijk als technische skills.'



Na drie stages kwam Ewoud definitief bij Funda in dienst

'Ik begon als stagiair in het full-service advertising team toen het team nog uit één persoon bestond. Inmiddels zijn we met z'n vieren, want onze omzet, en dus ook het team, blijft groeien. Na drie stages wilde ik niet meer weg en gelukkig was dat wederzijds. Mijn team is heel ondernemend en competitief, en we komen graag naar kantoor – dat werkt toch het leukst samen. Nu ik stagiair-af ben, voel ik meer verantwoordelijkheid, maar een volwaardige collega voelde ik me altijd al.'



Connor laat collega's van elkaar leren tijdens speciale taallunches

'Voor iemand met Engels als moedertaal is het handig dat Nederlanders zo goed Engels spreken, maar het is ook lastiger om Nederlands te leren. Zodra mensen horen dat je hier niet vandaan komt, switchen ze naar Engels. Voor buitenlanders zoals ik is het handig om een plek te hebben om bewust de taal te oefenen, dus kwam ik op het idee om taallunches te organiseren. Zo krijgen we meer binding met Nederland en het zorgt voor meer verbinding tussen collega's door het hele bedrijf.'

Ilse zet zich in voor een werkomgeving waarin collega's kunnen floreren

'Naast een mooie 7,8 op tevredenheid zegt 77% van de collega's Funda aan te bevelen bij anderen – de hoogste score ooit. Daar zijn we als People & Culture heel trots op en daar werken we ook hard voor. Dat begint al vanaf dag één, als we nieuwe mensen verwelkomen voor hun onboarding. We vinden het belangrijk om iedereen de best mogelijke start te geven, dus hebben we het programma afgelopen jaar herzien en verbeterd. Door regelmatig te reflecteren, blijven we innoveren.'

We hebben veel aandacht voor het welzijn van mensen, zowel professioneel als privé. We vinden het belangrijk dat collega's zich kunnen blijven ontwikkelen, bijvoorbeeld met gebruik van hun opleidingsbudget, maar bieden ook ruimte voor mentaal welzijn, waarvoor ze terecht kunnen bij OpenUp. Omdat we hybride werken en het belangrijk vinden dat er een goede verbinding blijft tussen verschillende teams, hebben we het afgelopen jaar onder andere de frequentie van onze 'All Hands' meeting met het hele bedrijf verhoogd. Daarin komen nu meer teams aan het woord, juist ook teams die doorgaans minder zichtbaar zijn. Het aantal open vacatures is nu gemiddeld vijf, het laagste ooit. Dat betekent dat we de juiste mensen weten te vinden én binden. Dat doe je niet alleen met goede arbeidsvoorwaarden, maar vooral met een fijne werkomgeving.'



Ilse Westerveen – Head of People & Culture

Het jaar van verbinden met waardevolle content

Dat Funda meer te bieden heeft dan Nederlands grootste woningaanbod, laten we zien met ons contentplatform funda.nl/meer-weten. Content Marketeer Steven Post Uiterweer legt uit hoe we met informatieve artikelen, ervaringsverhalen en inspirerende tips consumenten helpen om met vertrouwen een volgende stap te zetten.

'Wie een huis koopt, verkoopt of bezit, loopt tegen allerlei vragen aan. Ook ikzelf, als kersverse bewoner van een nieuwbouwhuis. Hoe vind ik een verkoopmakelaar die bij mij past? Wat kan ik verwachten aan meerwerk bij nieuwbouw? Hoe kan ik het slimste besparen op mijn energiekosten?

Om consumenten hierbij te helpen, hebben we de afgelopen jaren veel geïnvesteerd in kwalitatief hoogwaardige artikelen en video's, vaak in samenwerking met makelaars en experts uit verschillende vakgebieden. Met behulp van onze data en inzichten zijn we in staat om unieke content te maken.'

Verbinden met makelaars en producten

'Een goed voorbeeld is onze in 2024 gelanceerde artikelserie 'Buurten met makelaars', waarin we inzoomen op plaatsen die het populairst zijn op Funda. Samen met lokale makelaars lichten we buurten uit die misschien minder bekend zijn, maar wel potentie hebben en waar je meer kans maakt om binnen je budget een huis te vinden. We benadrukken hiermee de toegevoegde waarde en de sleutelrol van makelaars in het aankoopproces, en bieden tegelijkertijd perspectief aan kopers. Die kunnen onderaan het artikel direct op zoek naar een NVM-makelaar om hen te helpen.

Een ander voorbeeld waar we vorig jaar mee zijn gestart is onze serie 'Op waarde geschat', gericht op huiseigenaren. Veel mensen zijn nieuwsgierig wat hun huis waard is in de huidige markt, zeker als zij geïnvesteerd hebben in

bijvoorbeeld verduurzaming of renovatie. In deze artikelen vertellen bewoners over de keuzes die zij hebben gemaakt en schatten zij zelf wat de waarde van hun huis is. Een lokale makelaar voert de waardebeoordeling uit en licht de uiteindelijke waarde toe. Dit nodigt lezers uit om direct de waarde van hun eigen huis te checken in onze Mijn Huis-omgeving en om onze andere artikelen over verduurzamen te lezen.'

Zo veel mogelijk mensen bereiken

'Rubrieken als 'Buurten met makelaars' en 'Op waarde geschat', maar ook informatieve artikelen, vertalen we door naar formats voor social media. Via onze socialmediakanalen en nieuwsbrieven kunnen we een groter publiek helpen in hun woonreis. En bereiken we ook de zogenoemde funzoekers: mensen die vooral op Funda kijken en ons volgen omdat ze graag wooninspiratie opdoen door binnen te kijken bij verkopend Nederland.

Een groot succes is onze eindejaarscampagne Kijkcijfers, die bestaat uit jaaroverzichten met interessante inzichten over de meest bekeken huizen en plaatsen op Funda. Ze bieden aanknopingspunten voor huizenzoekers en huiseigenaren om zich te verdiepen in de informatie op ons contentplatform en leveren veel landelijke publiciteit op. Het afgelopen jaar resulteerde dat in 2,7 miljoen euro aan pr-waarde, met als hoogtepunt het verhaal rondom het meest bekeken huis van 2024 op de Holterberg, én een recordaantal bezoekers op ons contentplatform in december.

Natuurlijk zorgen we er door middel van SEO-optimalisaties voor dat onze content ook organisch goed vindbaar is. De overstap naar Contentful helpt daarbij. Dit zogenoemde 'headless' CMS zorgt niet alleen voor dat ons platform sneller en beter werkt, maar maakt het ook makkelijker om consumenten op andere plekken dan alleen het contentplatform artikelen aan te bieden die voor hen relevant kunnen zijn, zoals de makelaar-contactpagina en Mijn Huis.'

Branded content

'We werken ook regelmatig samen met commerciële aanbieders als AXA, Coolblue Energy of X2O Badkamers in de vorm van branded content. Met behulp van hun expertise geven we consumenten bijvoorbeeld tips en informatie om te besparen op hun woonlasten, of om hun woningwaarde te verhogen door te verduurzamen. Dit levert relevante content op voor onze doelgroep én helpt adverteerders om direct bij de juiste doelgroep onder de aandacht te komen.'

Meer aandacht voor starters en senioren

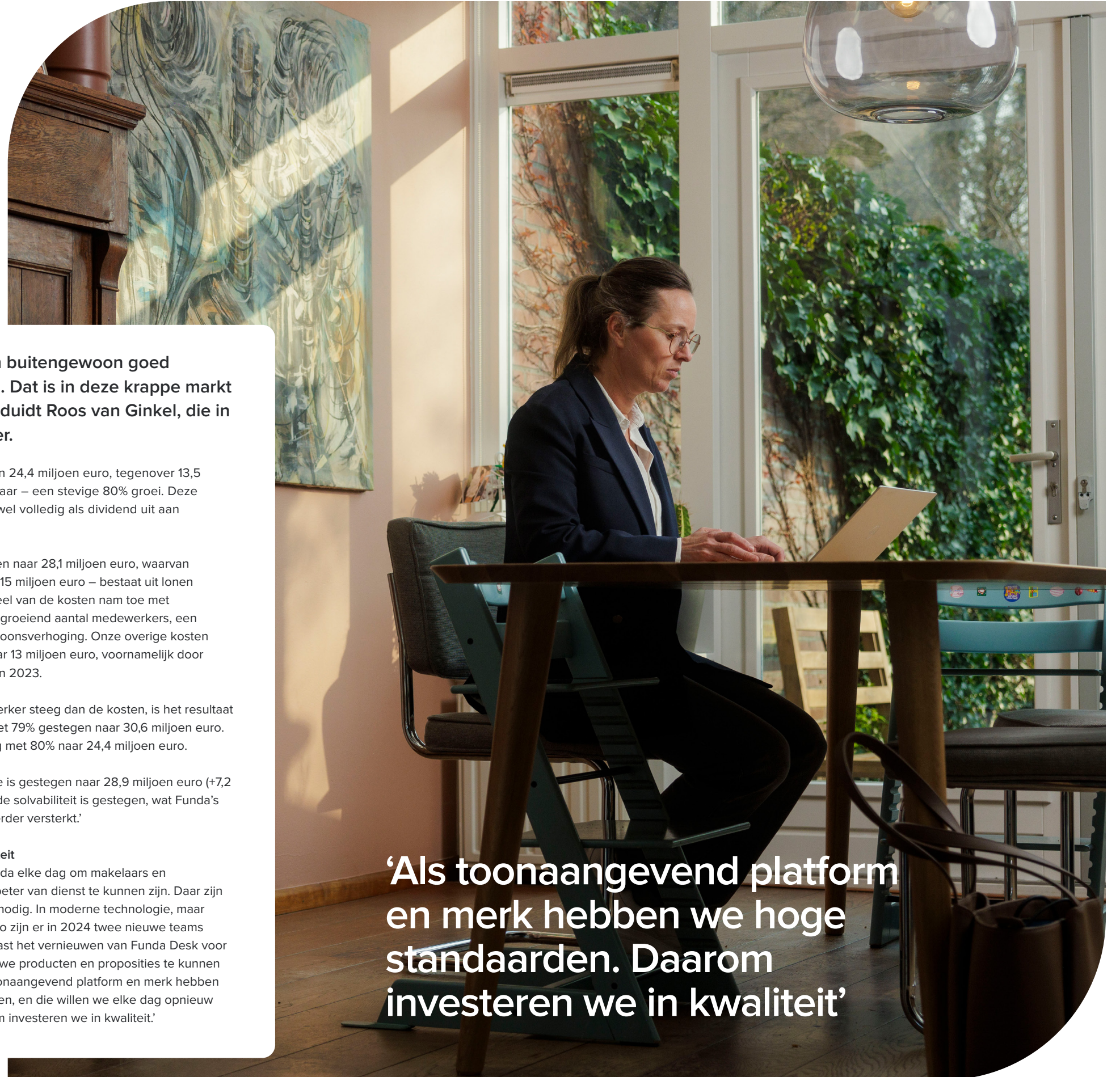
'In 2025 gaan we ons met content nadrukkelijker richten op starters en senioren. Met verhalen, tips en informatie willen we starters perspectief bieden op een eerste huis en senioren inzicht geven in mogelijkheden om door te stromen. Daarnaast willen we onze branded-contentpositie uitbreiden met videoformats, omdat we zien dat hier veel vraag naar is. Al onze content heeft uiteindelijk als doel om wonend Nederland vooruit te helpen.'

Makelaars vooruithelpen met tips en informatie

Op ons contentplatform funda.nl/voormakelaars vinden makelaars tips en inzichten om de prestaties van hun kantoor en objecten te verbeteren. Met artikelen, lunchwebinars, e-learnings en gepersonaliseerde data en inzichten geven we makelaars handvatten om meer leads te genereren, efficiënter te werken en meer resultaat te halen uit hun marketingactiviteiten. Een voorbeeld is de online Barometer. Hier vinden makelaars, naast een vergelijkingstool waarmee zij hun eigen objectprestaties kunnen vergelijken met gemiddelden in hun regio, elk half jaar inzichten uit een nieuw onderzoek en daaraan gerelateerde verdiepende artikelen. De laatste Barometer-campagne van 2024 leidde direct tot bijna tweehonderd nieuwe afspraken met onze accountmanagers voor een persoonlijk advies.



Het jaar van financiële resultaten om trots op te zijn



2024 was met een recordomzet van 58,5 miljoen euro een buitengewoon goed financieel jaar. Een groei van 22,2% ten opzichte van 2023. Dat is in deze krappe markt gekenmerkt door weinig aanbod ruim boven verwachting, duidt Roos van Ginkel, die in september 2024 bij Funda begon als Chief Financial Officer.

‘Funda is financieel een kerngezond bedrijf. Dat was mij al duidelijk als buitenstaander en dat beeld is in mijn rol als CFO alleen maar bevestigd. Wat me als nieuwkomer heeft verrast, is hoeveel omzet Funda haalt uit bronnen buiten het huizenaanbod om. Ook is het scala aan producten diverser dan ik vooraf aannam.’

Divers maakt stabiel

‘Dankzij de verschillende pakketten en promotieproducten die Funda biedt – niet alleen om huizen te promoten, maar ook makelaarskantoren, nieuwbouwprojecten en woongerelateerde producten – kunnen we onze risico’s spreiden. Zo lanceerden we in 2023 het nieuwe presentatiepakket Funda Premium, dat eind 2024 al voor meer dan een kwart van de huizen werd gebruikt. Nieuw in 2024 was dat Kantoorprofiel Pro werd vernieuwd en omgezet naar een betaald product met een maandabonnement, waardoor we er een stabiele extra inkomstenstroom bij hebben.’

Meer huizen te koop

‘Hoewel Funda minder afhankelijk van het huizenaanbod is dan ik had gedacht, zijn onze cijfers onlosmakelijk verbonden met de markt. Onze resultaten fluctueren deels mee met het aantal huizen dat verkocht wordt, en dat waren er dit jaar meer dan onze prognose. Ook onze omzet uit commercieel vastgoed op Funda in Business nam toe. Daarnaast zagen we 8,5% groei bij advertising.’

Financiële resultaten

‘Die hogere omzet vertaalt zich naar een hoger

bedrijfsresultaat van 24,4 miljoen euro, tegenover 13,5 miljoen euro vorig jaar – een stevige 80% groei. Deze winst keren we vrijwel volledig als dividend uit aan aandeelhouders.

Onze kosten daalden naar 28,1 miljoen euro, waarvan het grootste deel – 15 miljoen euro – bestaat uit lonen en salarissen. Dit deel van de kosten nam toe met 11,3% vanwege een groeiend aantal medewerkers, een inflatiecorrectie en loonsverhoging. Onze overige kosten namen af van 17 naar 13 miljoen euro, voornamelijk door incidentele kosten in 2023.

Omdat de omzet sterker steeg dan de kosten, is het resultaat voor belastingen met 79% gestegen naar 30,6 miljoen euro. De nettowinst steeg met 80% naar 24,4 miljoen euro.

De liquiditeitspositie is gestegen naar 28,9 miljoen euro (+7,2 miljoen euro). Ook de solvabiliteit is gestegen, wat Funda’s financiële positie verder versterkt.’

Investeren in kwaliteit

‘We verbeteren Funda elke dag om makelaars en consumenten nog beter van dienst te kunnen zijn. Daar zijn investeringen voor nodig. In moderne technologie, maar vooral in mensen. Zo zijn er in 2024 twee nieuwe teams bijgekomen, om naast het vernieuwen van Funda Desk voor makelaars ook nieuwe producten en proposities te kunnen ontwikkelen. Als toonaangevend platform en merk hebben we hoge standaarden, en die willen we elke dag opnieuw waarmaken. Daarom investeren we in kwaliteit.’

‘Als toonaangevend platform en merk hebben we hoge standaarden. Daarom investeren we in kwaliteit’

Verantwoording en vooruitblik

Verantwoording

Nieuw toegetreden aandeelhouder General Atlantic

Begin februari 2024 is het bod door General Atlantic op aandelen Funda B.V., gehouden door Stichting Administratiekantoor Funda (STAK), afgerond. Door de transactie bezit General Atlantic een belang van 24% in Funda. NVM Holding en STAK behouden een belang van respectievelijk 71% en 5,4%. Als nieuw toegetreden aandeelhouder is General Atlantic begin 2024 overeengekomen dat ze jaarlijks een bod uitbrengt op de resterende aandelen gehouden door STAK in Funda B.V. Deze transactie is begin februari 2025 voltooid. Door deze transactie heeft General Atlantic nu een belang van 24,4% en STAK 5%.

Samenstelling RvC

Per februari 2024 heeft Funda een nieuwe RvC bestaande uit voorzitter Michel van der Bel (Non-Executive Director Red Sift en Board member bij Intrum), Cecilia Beck-Friis (voormalig CEO van Hemnet en Council member Stockholms Handelskammare), Yme Bosma (CEO NVM Holding), Sander Heidinga (Partner bij KRK en toezichthouder bij Dynamis Taxaties Nederland) en Tom Hussey (Principal General Atlantic). Per 18 maart 2025 wijzigt deze samenstelling. Per die datum treedt Tom Hussey als RvC-lid af en is Chris Caulkin (Managing Director en Head of Technology EMEA bij General Atlantic) als nieuw lid benoemd. Funda kijkt uit naar de voortzetting van de goede samenwerking met de RvC.

Samenstelling Management Team

In september 2024 hebben we met de komst van Roos van Ginkel een nieuwe CFO en lid van het managementteam verwelkomd. In de rol van CFO vertaalt Roos de strategie van Funda naar financiële doelstellingen en monitort ze de voortgang. Het managementteam bestaat naast de CEO Joost Dop en CFO Roos van Ginkel, uit CTO Eduardo Neves, Product & Design Director Angelika Dietrich-Winkler en Legal Director Róbin de Wit.

Onzekerheden & risico's

Het bedrijfsresultaat van Funda is en blijft sterk verbonden met de stand van de Nederlandse woningmarkt, die grote uitdagingen kent. De overheid heeft maatregelen aangekondigd om de nieuwbouw te versnellen om het woningaanbod te vergroten, maar die zullen naar onze mening niet in 2025 al tot

significante resultaten leiden. We houden de ontwikkelingen scherp in de gaten en acteren daar zo goed mogelijk op. Overige operationele, financiële en juridische risico's die wezenlijke impact zouden kunnen hebben op de jaarrekening, zijn naar onze mening tot een minimum beperkt.

Frauderisico en Business Continuity Management

We zijn van mening dat er sprake is van een beperkt frauderisico binnen de onderneming. Waar nodig treffen we adequate maatregelen om dergelijke risico's ook proactief te verkleinen. Daarnaast hebben we in 2024 verdere stappen gezet om onze bedrijfscontinuïteit te versterken en onze weerbaarheid tegen grootschalige en ernstige incidenten verder te vergroten. Een belangrijke mijlpaal was de vaststelling van een crisismanagementplan. Dit plan biedt ons Crisis Management Team (CMT) een raamwerk om crises effectief te beheersen. In 2025 bouwen we hierop voort met een crisissimulatie en gerichte training van het CMT.

Privacy & security

In het najaar van 2024 heeft Funda opnieuw een externe privacy-audit laten uitvoeren om de naleving van toepasselijke privacywetgeving continu te bewaken. De audit bevestigde dat Funda nog steeds een hoog niveau van compliance kent. Er zijn enkele aanbevelingen gedaan. Geen daarvan vormt een hoog risico voor Funda. Deze aanbevelingen zijn meegenomen in de plannen voor 2025.

ESG

In 2024 heeft Funda verdere stappen gezet in de voorbereiding op de aangescherpte transparantieregels voor duurzaamheidsrapportages op basis van de Europese CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive). De belangrijkste ESG-thema's (Environmental, Social, Governance) zijn vastgesteld en getoetst bij Funda's in- en externe stakeholders om de rapportageprioriteiten te bepalen. Ook is gestart met een gap-analyse. Begin 2025 heeft de Europese Commissie echter een voorstel tot wijziging van de CSRD gepubliceerd, waardoor er voor Funda geen rapportageverplichting meer geldt. Gezien deze ontwikkeling legt Funda de verdere voorbereidingen voor de duurzaamheidsrapportage voorlopig stil. Uiteraard blijven we wel initiatieven ontplooiën om onze voetafdruk te verkleinen en blijven we de situatie nauwlettend volgen om tijdig in te kunnen spelen op mogelijke wijzigingen en nieuwe vereisten.



Nawoord: terug- en vooruitblik

In 2024 heeft Funda mooie resultaten gerealiseerd, zowel commercieel, operationeel als financieel. We sloten 2024 af met een makelaarstevredenheidsscore van 7,2, vergelijkbaar met de 7,3 in 2023. Uit consumenten-tevredenheidsonderzoek blijkt dat bezoekers ons platform met een gemiddelde van 7,9 heel positief beoordelen, dezelfde score als in 2023.

Groei van activiteiten betekent vaak ook groei van de organisatie. In 2024 is het Funda-team uitgebreid van 140 naar 148 collega's. En het doet me goed om te zien dat de prettige sfeer, ambitie en collegialiteit ook met een groeiend aantal collega's standhoudt. De Employee Satisfaction Survey kwam met een score van 7,8 uit op een stijging ten opzichte van de laatste meting in 2022 (7,5). De top 3-score bestond uit: een prettige werksfeer, genoeg uitdaging en leuk en interessant werk. Het bevestigt ons beleid dat blijven investeren in een omgeving waar talent zich op een prettige manier kan ontwikkelen, positief bijdraagt aan klantgerichtheid, innovatie en resultaten.

Waar we afgelopen jaar echt het verschil hebben kunnen maken – ik heb het al eerder genoemd – is de focus op de relatie met onze belangrijkste klantgroepen. Dat doen we door zorg te dragen voor de echte verbinding met makelaars en door consumenten inzicht en overzicht te bieden. Dankzij expertise en lokale kennis draagt de makelaar er in belangrijke mate aan bij dat zij met vertrouwen de volgende stap kunnen zetten. Zo brengen we samen de Nederlandse woningmarkt in beweging, elke dag weer.

Om de makelaar ook in 2025 weer optimaal te ondersteunen in de beste service aan (ver)kopers, introduceren we dit jaar onder andere een verbeterde versie van de Funda Desk. Deze tool helpt makelaars sneller en efficiënter te werken, zodat zij meer tijd hebben voor hun klanten en nieuwe opdrachten. Dankzij verbeterde technologie en gebruikersgemak kunnen makelaars hun aanbod eenvoudiger publiceren en hun marketing optimaliseren. Ook zullen we in 2025 blijven investeren in de samenwerking met businesspartners, waaronder onze adverteerders. Om meerwaarde voor de bezoekers van ons platform te bieden, ontwikkelen we nieuwe initiatieven voor en met onze adverteerders, zoals innovatieve manieren om op laagdrempelige wijze wonen-gerelateerde diensten en producten aan te bieden. Ook concrete toepassingen van AI die waarde toevoegen aan ons platform en voor onze gebruikers, zullen we in 2025 verder verkennen en lanceren.

De uitdagingen die we in de woningmarkt zien, zullen niet op korte termijn opgelost zijn. In 2024 rapporteerden we een aanzienlijke stijging van het woningaanbod

op ons platform, tegelijkertijd zagen we het aantal dagen dat een huis te koop stond flink afnemen. De Nederlandse woningmarkt blijft onder druk staan. Starters vinden moeilijk een betaalbaar huis, terwijl doorstromers aarzelen door hoge prijzen en beperkte keuze. Tegelijkertijd zorgt de dubbele vergrijzing – meer ouderen én een hogere levensverwachting – voor extra vraag naar passende woonalternatieven. Om dit lastige probleem écht aan te pakken, is een oplossingsgerichte houding nodig. Het vraagt om breder denken en buiten de gebaande paden treden. Een betere doorstroming kan helpen, maar vraagt om een combinatie van nieuwbouw, innovatie en beleid. Huizen moeten niet alleen betaalbaar, maar ook toekomstbestendig zijn. Hoewel er geen snelle oplossing is, liggen er kansen om de markt toegankelijker te maken. Hopelijk brengt dit jaar nieuwe perspectieven voor starters, senioren en andere doorstromers die een passend huis zoeken.

Dit vraagt mijns inziens om een andere manier van denken, een mentaliteitsomslag. Het vinden van oplossingen om te zorgen dat iets wel kan, in plaats van redenen zoeken waarom iets onmogelijk is. Niets is tenslotte zo'n basisbehoefte als wonen. Een eigen plek, een veilig onderkomen, het is de basis van waaruit groei en ontwikkeling ontstaat.

In 2025 zullen we dan ook blijven werken aan een toekomstbestendige organisatie met focus op wat echt telt: gebruikers van ons platform inzicht bieden en onze klanten en businesspartners ondersteunen om gezamenlijk wonend Nederland vooruit te helpen.

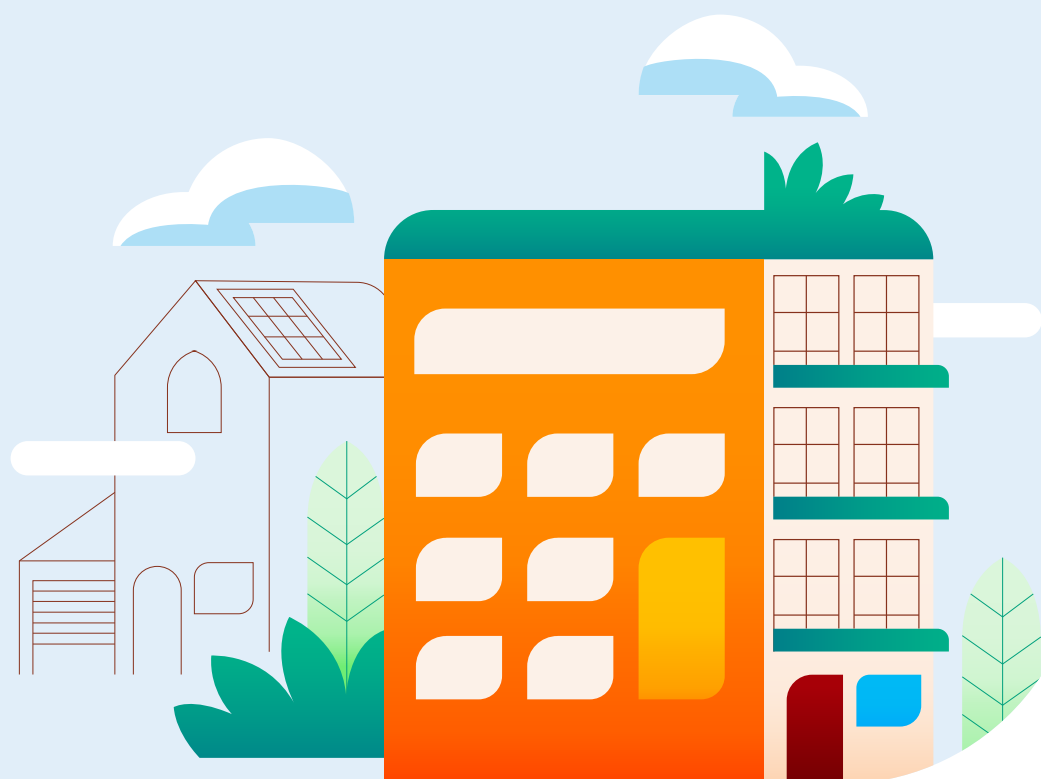
Amsterdam, 8 mei 2025

Namens de directie van Funda,



Joost Dop
CEO

Geconsolideerde jaarrekening



Geconsolideerde balans per 31 december 2024

(voor resultaatbestemming)

Bedragen in euro's	2024	2023*
Vaste activa		
Materiële vaste activa (1)	417.391	408.498
	417.391	408.498
Vlottende activa		
Vorderingen en overlopende activa (2)	6.653.282	5.425.387
Liquide middelen (3)	28.886.767	21.714.975
	35.540.049	27.140.362
	35.957.440	27.548.860

* De vergelijkende cijfers over 2023 zijn aangepast. Zie 5.4 (fourthrestel) van de volledige geconsolideerde jaarrekening voor een toelichting

Bedragen in euro's	2024	2023*
Groepsvermogen (4)		
Geplaatst en gestort aandelen kapitaal	2.550.000	8.750.000
Agio reserve	12.054.799	7.104.799
Overige reserves	(12.750.607)	(12.823.206)
Onverdeelde winst	24.359.204	13.510.599
	26.213.396	16.542.192
Vlottende passiva (5)		
Overige schulden en overlopende passiva	9.744.044	11.006.668
	35.957.440	27.548.860

* De vergelijkende cijfers over 2023 zijn aangepast. Zie 5.4 (fourthrestel) van de volledige geconsolideerde jaarrekening voor een toelichting

Geconsolideerde winst-en-verliesrekening over 2024

Bedragen in euro's	2024	2023*
Netto omzet (7)	58.511.462	47.878.954
Lonen, salarissen & sociale lasten (8)	15.001.896	13.473.707
Afschrijvingen op materiële vaste activa (9)	147.720	155.317
Overige waardeveranderingen materiële vaste activa (10)	16.413	13.714
Overige bedrijfskosten (11)	12.981.017	17.182.012
Som der bedrijfslasten	28.147.046	30.824.750
Financiële baten en (lasten) (12)	212.554	40.423
Resultaat uit gewone bedrijfsuitoefening	30.576.970	17.094.627
Belastingen (13)	6.217.766	3.584.028
Resultaat na belastingen	24.359.204	13.510.599

* De vergelijkende cijfers over 2023 zijn aangepast. Zie 5.4 (fourthrestel) van de volledige geconsolideerde jaarrekening voor een toelichting

Overige gegevens





Deloitte Accountants B.V.
Audit
Orteliuslaan 982
3528 BD Utrecht
Postbus 3180
3502 GD Utrecht
Nederland

Tel: 088 288 2888
www.deloitte.nl

VERKLARING VAN DE ONAFHANKELIJKE ACCOUNTANT

Aan de algemene vergadering van Funda B.V.

Ons oordeel

De samengevatte jaarrekening 2024 (hierna 'de samengevatte jaarrekening') van Funda B.V. te Amsterdam is ontleend aan de gecontroleerde jaarrekening 2024 van Funda B.V.

Naar ons oordeel is de bijgesloten samengevatte jaarrekening in alle van materieel belang zijnde aspecten consistent met de gecontroleerde jaarrekening 2024 van Funda B.V. op basis van de grondslagen zoals beschreven in punt 5.4 in de toelichting.

De samengevatte jaarrekening bestaat uit:

- 1. De samengevatte geconsolideerde balans per 31 december 2024.
- 2. De samengevatte geconsolideerde winst-en-verliesrekening over boekjaar 2024.

Samengevatte jaarrekening

De samengevatte jaarrekening bevat niet alle toelichtingen die zijn vereist op basis van Titel 9 Boek 2 van het in Nederland geldende Burgerlijk Wetboek (BW). Het kennisnemen van de samengevatte jaarrekening en onze verklaring daarbij kan derhalve niet in de plaats treden van het kennisnemen van de gecontroleerde jaarrekening van Funda B.V. en onze controleverklaring daarbij. De samengevatte jaarrekening en de gecontroleerde jaarrekening bevatten geen weergave van gebeurtenissen die hebben plaatsgevonden sinds de datum van onze controleverklaring van 9 mei 2025.

De gecontroleerde jaarrekening en onze controleverklaring daarbij

Wij hebben een goedkeurend oordeel verstrekt bij de gecontroleerde jaarrekening 2024 van Funda B.V. in onze controleverklaring van 9 mei 2025.

Verantwoordelijkheden van het bestuur en de raad van commissarissen voor de samengevatte jaarrekening

De directie is verantwoordelijk voor het opstellen van de samengevatte jaarrekening op basis van de grondslagen zoals beschreven in punt 5.4 van de toelichting van de geconsolideerde jaarrekening van Funda B.V.

De raad van commissarissen is verantwoordelijk voor het uitoefenen van toezicht op het proces van financiële verslaggeving van de vennootschap.

Deloitte Accountants B.V. is ingeschreven in het handelsregister van de Kamer van Koophandel onder nummer 24362853. Deloitte Accountants B.V. is een zogenoemde affiliate van Deloitte NSE LLP en maakt onderdeel uit van het internationale netwerk van Deloitte Touche Tohmatsu Limited.

2505AD0E36.01/JV/1



Onze verantwoordelijkheden

Onze verantwoordelijkheid is het geven van een oordeel of de samengevatte jaarrekening in alle van materieel belang zijnde aspecten consistent is met de gecontroleerde jaarrekening op basis van onze werkzaamheden, uitgevoerd in overeenstemming met Nederlands recht, waaronder de Nederlandse Standaard 810 'Opdrachten om te rapporteren betreffende samengevatte financiële overzichten'.

Utrecht, 9 mei 2025

Deloitte Accountants B.V.

Was getekend: H.H. Beugelink MSc RA

2505AD0E36.01/JV/2

Colofon

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

Creatie
Zandbeek, Eindhoven
In-house creative agency Funda, Amsterdam

