

Verkorte samenvatting promotieonderzoek Pim Klamer

Titel: ***Focus op de opdrachtgever of het vastgoed? Een studie naar klantgerichte oordeelsbias in vastgoedtaxaties***

In dit promotieonderzoek staat de relatie centraal tussen klantoriëntatie en professionele oordeelsvorming van zakelijk vastgoedtaxateurs. Er is verkend op welke wijze klant en klantbelangen invloed kunnen uitoefenen op de taxateur en diens onafhankelijkheid tijdens de uitvoering van taxatieprocessen. Een taxatiewaarde is immers geen objectief gegeven, maar een inschatting op basis van beeldvorming en analyse. Externe beïnvloeding (ruis of bias) kan daarin een belangrijke rol spelen.

Een belangrijk uitgangspunt van dit promotieonderzoek is dat taxateurs zowel een privaat als een maatschappelijk belang dienen. Het private belang komt tot uiting in het (vaak) commerciële speelveld waarop zakelijk vastgoedtaxateurs opereren, hetgeen kan leiden tot 'wenswaarden' of beïnvloeding vanuit de opdrachtgever. Het maatschappelijke belang omvat het behoeden van direct of indirect betrokken vastgoedpartijen voor financiële risico's in het maatschappelijke verkeer door het afgeven van realistische en betrouwbare taxatiewaarden.

Uit het onderzoek komt naar voren dat klantoriëntatie onder taxateurs samenhangt met de (onbewuste) perceptie van 'de klant' als een autoriteit op het speelveld. Erkenning van deze autoriteit vereist aandacht voor commerciële aspecten van taxeren, zoals servicegerichtheid en efficiëntie. Aangetoond is dat klantoriëntatie daarmee ten koste kan gaan van inhoudelijke kwaliteitsaspecten van taxaties, zoals analyse en onderbouwing. Dit risico wordt versterkt doordat taxateurs alert zijn op klant- en omgevingssignalen uit oogpunt van een goede taakuitoefening.

Taxateurs dienen zich daarom meer bewust te worden van de risico's die een (nadrukkelijke) klantgerichtheid met zich meebrengt. Aanbevelingen richten zich daarom op het versterken van de kritische beroepshouding en verankering van het maatschappelijke belang onder taxateurs teneinde risico's op klantgerelateerde oordeelsbias te verminderen.