



Niet te koopstaande woningen op de woningmarkt

Wanneer is een eigenaar bereid een niet te koopstaande woning te verkopen?

Niet te koopstaande woningen op de woningmarkt



**rijksuniversiteit
 groningen**

Opdracht: Masterthesis vastgoedkunde, 20-07-2014
Titel: Niet te koopstaande woningen op de woningmarkt
Ondertitel: Wanneer is een eigenaar van een niet te koopstaande woning
bereid om de woning toch te verkopen?

Auteur: A. Piek
Studentnummer: S2420619
Adres: Fivelstraat 13, 9715 BD Groningen
E-mail: A.Piek.2@student.rug.nl
E-mail privé: annepiek7@gmail.com
Telefoon: 06 - 27289666

Ingeleverd op: 20-07-2014

Instelling: Rijksuniversiteit Groningen
Faculteit: Ruimtelijke Wetenschappen
Opleiding: Master Real Estate Studies
Begeleider: F.J. Sijtsma
Tweede beoordelaar: H.J. Brouwer
Adres: Landleven 1 - 9749 AD Groningen
Website: www.rug.nl

Voorwoord

Voor u ligt het eindproduct wat is opgebouwd tijdens een half jaar durend onderzoek ter afronding van de masteropleiding Real Estate Studies aan de Rijksuniversiteit Groningen. Dit is tevens het laatste verslag van mijn studieperiode, waar na 6 jaar toch een einde aan lijkt te komen. Na eerst mijn diploma gehaald te hebben voor de opleiding Vastgoed en Makelaardij in 2012, hoop ik nu mijn master succesvol af te kunnen ronden. Deze scriptie gaat over de bewegingsbereidheid van eigenaren van niet te koopstaande woningen. Het onderwerp boeit mij heel erg, omdat het te maken heeft met makelaardij, menselijk gedrag en het uitbrengen van een nieuw concept. Zelf ben ik al een aantal jaren werkzaam in de makelaardij en denk dat innovatie erg belangrijk is in deze wereld, omdat mensen steeds meer zelf kunnen door de opkomst van nieuwe technologieën.

Dit afstudeeronderzoek is mede gelukt door hulp van een aantal mensen, deze mensen wil ik bedanken voor hun geduld en input tijdens de periode van het schrijven van mijn scriptie. Ten eerste wil ik mijn begeleider bedanken, meneer Sijtsma. Hij heeft op een enthousiaste manier advies en waardevolle tips gegeven bij het schrijven van de scriptie. Ook wil ik Peter van Kampen en Michel Tartarotti bedanken voor het oppakken van het technische gedeelte. Zij hebben mij geholpen bij het aanpassen van de software, iets wat ik zelf niet had kunnen doen. Ten slotte wil ik mijn vrienden en familie bedanken voor hun steun en geduld tijdens deze drukke maar erg leerzame periode.

Bedankt!

Groningen, juni 2014

Anne Piek

Samenvatting

Aanleiding

In dit onderzoek is onderzocht wanneer eigenaren van niet te koopstaande woningen eventueel bereid kunnen zijn om de woning te verkopen aan mensen die hier interesse in hebben. Het betreft een verkennend onderzoek waarbij is ingegaan op de factoren die invloed hebben op de bewegingsbereid van deze woningeigenaren. Wanneer is een eigenaar bereid om zijn of haar niet te koopstaande woning te verkopen?

Door een tekortschietend woningaanbod kunnen veel mensen hun verhuiscens niet vervullen. Een deel van de woningzoekenden verhuist niet, omdat zij de aangeboden woningen ongeschikt, te duur of op een ongeschikte locatie vinden staan. In totaal zijn er 4.083.808 koopwoningen in Nederland. Op dit moment staan er 250.815 woningen te koop op Funda. Dit is maar een klein aandeel van het totale aantal koopwoningen, daardoor bestaat de kans dat er net iemand in de droomwoning van een woningzoeker woont. Uit eerder onderzoek is al gebleken dat er vraag is naar een medium waarop niet te koopstaande woningen op staan. Geconcludeerd is dat eigenaren absoluut bereid zijn om met iemand wie geïnteresseerd is in de woning in gesprek te gaan. Er is echter nog geen onderzoek gedaan naar de factoren welke invloed hebben op de bewegingsbereidheid van een eigenaar van een niet te koopstaande woning.

Er zijn veel platformen in Nederland waar woningen aangeboden kunnen worden, zoals Funda en Jaap. Er is echter nog geen medium waar zoekers hun interesse kunnen aangeven in een bepaalde woning die niet te koop staat. Dit zou nieuwe kansen kunnen bieden voor de woningmarkt. Voor woningzoekenden en makelaars zou het kunnen zorgen voor betere 'matches'. Het hebben van informatie over een verkoopwens is niet meer waar het om draait in de makelaarswereld, omdat de rol van 'matchmaker' steeds meer wordt overgenomen door het internet. Doordat makelaars via deze tool ook buiten het aanbod zoeken, zouden zij extra toegevoegde waarde kunnen creëren. Het aantal transacties van koopwoningen is sterk teruggelopen de afgelopen jaren. Op termijn zou dit concept het aantal transacties in Nederland kunnen verhogen. Een dergelijke tool zou mensen kunnen prikkelen door nieuwe mogelijkheden.

Centrale vraag en deelvragen

De centrale vraag welke in dit onderzoek onderzocht is, is als volgt:

Wanneer is een eigenaar bereid een niet te koopstaande woning te verkopen?

Beantwoording van onderstaande deelvragen zal plaats vinden om antwoord te kunnen geven op de centrale vraag:

1. *Wat voor type verkopersprofielen zijn er?*
2. *Wat doet het met de woningeigenaar dat er interesse wordt getoond in de woning?*
3. *Wat voor invloed heeft de prijs op de bewegingsbereidheid en zijn er ook andere factoren die een rol spelen in de mate van bewegingsbereidheid?*
4. *Wat kan dit onderzoek bijdragen aan de woningmarkt en de makelaardij?*

Methodologie

De eerste vraag is beantwoord door middel van het theoretisch kader. Hier is onder andere ingegaan op verhuismotieven van woningeigenaren, het matchen van kopers en verkopers, internetgebruik en de rol van de makelaar. Vervolgens zijn op straat mensen, woningeigenaren, aangesproken die met behulp van de droomhuismatching software, een droomwoning hebben gemarkeerd. Via Google Streetview kan een digitale punaise geplaatst worden op de woning, zodat het duidelijk is welke woning de respondent in gedachten heeft. Als onderdeel van dit onderzoek zijn deze gemarkeerde woningen bezocht, en zijn de deze woningeigenaren ondervraagd op hun bewegingsbereidheid bij het horen dat er interesse is in hun woning. Hierbij is onder andere gekeken naar de eerste reactie van de woningeigenaar, welke factoren invloed hebben op de bewegingsbereidheid en of zij de prijs het belangrijkste vinden of dat zij het eerder aan een bepaald type kandidaat gunnen. Deze vragen zijn gesteld met behulp van een semi-gestructureerde enquête (bijlage 1). De resultaten zijn zowel cijfermatige gegevens als gegevens met een meer kwalitatief karakter.

Analyse onderzoeksresultaten

Er zijn verschillende redenen waarom mensen verhuizen. Onderstaande zes factoren kwamen uit de literatuur naar voren:

1. Woning en/ of woonomgeving;
2. Samenstelling van het huishouden;
3. Werk/opleiding;
4. Situatie op de woningmarkt;
5. Wisseling tussen huur/koop;
6. Overige factoren.

Het gaat vaak om een samenspel van meerdere factoren. Hierbij zou interesse van een geïnteresseerde woningzoeker ook bij kunnen dragen aan de factoren om te gaan verhuizen. Het zou een opzichzelfstaande factor kunnen zijn, maar het zou ook samen met een andere factor de bewegingsbereidheid kunnen vergroten.

In het onderzoek is eerst gekeken naar de reactie van woningeigenaren die horen dat er interesse is in de woning. Uit de gesprekken met de woningeigenaren blijkt dat 21 van de 25 respondenten (84 procent) erg enthousiast zijn. Hierbij kan het voor een geruststelling zorgen dat er nog interesse is in de woning, maar vaak zijn mensen gewoon erg trots. In dit onderzoek hebben 4 van de 25 benaderde woningeigenaren eerder zelf al een aantal keer een briefje in de brievenbus gehad van een belangstellende. Niet alle benaderde woningeigenaren zijn bereid de woning te verkopen. Zo zijn 10 respondenten (40 procent) niet bereid om de woning te verkopen. Daarentegen zijn 5 respondenten (20 procent) wel bereid de woning te verkopen op korte termijn en 4 respondenten (16 procent) bereid de woning in de toekomst te verkopen. Tot slot zijn 6 respondenten (24 procent) alleen bereid de woning te verkopen wanneer zij een goed bod kunnen krijgen voor de woning. Bijna alle respondenten willen een hoger bod dan de WOZ-waarde. Van de woningeigenaren die op korte termijn bereid zijn te verhuizen is het percentage dat zij hoger willen dan de WOZ-waarde gemiddeld 38 procent. Niet alleen de prijs blijkt invloed te hebben op de

bewegingsbereidheid, het type kandidaat kan hier ook invloed op uit kan oefenen. Zo geven 9 respondenten aan dat zij het liever aan een bepaald persoon verkopen. Redenen hiervoor zijn dat zij de woning niet graag veranderd zien worden, omdat zij de buren aardige mensen gunnen of omdat zij het gewoon eerder aan iemand gunnen die zij aardig vinden. Wel is de prijs uiteindelijk doorslaggevend.

Of iemand bewegingsbereid is om te verhuizen verschilt dus per persoon. Dit hangt af van de mate waarin iemand gehecht is aan de woning. Mensen die de eigen woning niet als droomwoning zien, zijn tevens de mensen die aangegeven hebben de woning wel te willen verkopen. Daarnaast hangt het af van de factoren die zorgen voor bewegingsbereidheid. Zo kunnen mensen bijvoorbeeld genoodzaakt zijn te verhuizen door een veranderende samenstelling van het huishouden. Tot slot kunnen mensen bereid zijn te willen verhuizen wanneer zij een hoge prijs kunnen krijgen en hiervan zelf een woning kunnen kopen welke beter voldoet aan de wensen.

Een droomhuismatching tool zou er daarom voor kunnen zorgen dat er meer transacties plaatsvinden, waardoor de woningmarkt geprikkeld wordt en er een 'sneeuwbaaleffect' kan ontstaan. Ook kan het een nieuwe niche creëren voor makelaars, zij kunnen hierdoor onderscheidend vermogen bieden door ook niet te koopstaande woningen als mogelijkheid te zien voor woningzoekenden.

Inhoudsopgave

Voorwoord	1
Samenvatting	2
1. Inleiding	7
1.1 Aanleiding.....	7
1.2 Doelstelling onderzoek	8
1.3 Vraagstelling en deelvragen	8
1.4 Methode van aanpak.....	8
1.5 Conceptueel model	9
1.6 Opbouw onderzoeksrapport	9
2. Theoretisch kader	11
2.1 Inleiding	11
2.2 Woningmarkt.....	11
2.2.1 Situatie Nederlandse woningmarkt.....	11
2.3 Emotionele gehechtheid.....	13
2.4 Verhuismotieven	14
2.4.1 Levenscyclus.....	14
2.4.2 Levensloopbenadering.....	15
2.4.3 Samenstelling huishouden.....	16
2.4.4 Verhuisredenen.....	16
2.4.5 Realisatie verhuizing.....	18
2.4.6 Verhuismotieven op de Nederlandse woningmarkt.....	18
2.4.7 Model verhuismotieven	19
2.5 Matching.....	19
2.6 De rol van de makelaar	20
2.7 Opkomst van het internet.....	21
2.8 Conclusie en verwachtingen.....	22
3. De droomhuismatchingtool	23
3.1 Toekomstige (reële) droomwoning.....	23
3.2 De ultieme droomwoning	25

3.3 Dilemmavraag.....	26
3.4 Slotvragen.....	26
3.5 Afname van de tool.....	27
4. Analyse resultaten.....	28
4.1 Eerste reactie	28
4.2 Bereidheid tot verkoop.....	29
4.3 Termijn	31
4.4 WOZ-waarde vs. verkoopprijs	31
4.5 Droomwoning?.....	32
4.6 Invloed door kandidaat.....	33
4.7 Invloed persoonlijke kenmerken eigenaar bewegingsbereidheid	34
4.8 Impressie reële en ultieme droomwoningen.....	35
5. Discussie en aanbevelingen	37
5.1 Discussie	37
5.1.2 Beperkingen onderzoek.....	39
5.2 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek.....	39
6. Conclusie	40
Bibliografie	42
BIJLAGE 1	46

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Het kopen van een woning wordt vaak gezien als de meest belangrijke financiële beslissing die een huishouden moet maken (Carrilo, 2013). Uit onderzoek is gebleken dat veel mensen hun verhuishwens niet kunnen vervullen, doordat zij moeten zoeken in een tekortschietend woningaanbod. Door kwantitatieve en kwalitatieve tekorten kan niet iedereen wonen op de plaats waar en type woning waarin ze zouden willen wonen (Anon., 2011).

In totaal zijn er 4.083.808 koopwoningen in Nederland (CBS, 2013). Op dit moment staan er 250.815 woningen te koop op Funda (Floris, 2014). Dit is maar een klein aandeel van het totale aantal koopwoningen, dus zo bestaat de kans dat er net iemand in de droomwoning van een woningzoeker woont.

De meeste woningen die te koop staan zijn te vinden via internet. Maar wat nu als je droomwoning hier niet tussen staat? Zo blijkt uit onderzoek dat een deel van de woningzoekenden niet verhuist, omdat zij de aangeboden woningen ongeschikt vinden, te duur vinden of op een ongeschikte plek vinden staan (Konter & van den Booren, 1988).

Uit eerder onderzoek is gebleken dat er vraag is naar een medium waar niet te koopstaande woningen op staan voor woningzoekers (Reerink, 2013). Uit het onderzoek blijkt dat eigenaren absoluut bereid zijn om met iemand wie geïnteresseerd is in de woning in gesprek te gaan. De uitkomst was dat een matchingtool potentiële huizenzoekers kan matchen met woningen die niet als te koop staan geregistreerd. Er is echter nog geen onderzoek gedaan naar de factoren welke invloed hebben op de bewegingsbereidheid van een eigenaar van een niet te koopstaande woning. Dit onderzoek kan als wetenschappelijk relevant worden gezien, omdat dit aspect nog onvoldoende onderzocht is.

Er zijn veel platformen in Nederland waarop woningen aangeboden kunnen worden, echter is er nog geen medium waar zoekers hun interesse kunnen aangeven in een bepaalde woning welke niet te koop staat. Doordat er nog geen medium is welke deze mogelijkheid biedt, zou dit nieuwe kansen kunnen bieden voor de woningmarkt.

Dit onderzoek kan ook als maatschappelijk relevant gezien worden. Ten eerste zou het voor woningzoekenden en makelaars kunnen zorgen voor betere 'matches'. Vooral in de huidige markt is het van belang voor makelaars om een onderscheidend vermogen te kunnen bieden. Het hebben van informatie over een verkoopwens is niet meer waar het om draait tegenwoordig, omdat de rol van 'matchmaker' steeds meer wordt overgenomen door het internet. Door ook koopwoningen die niet als te koop geregistreerd staan te zoeken, zou de makelaar hierdoor extra waarde kunnen toevoegen. Dit zou het aantal transacties in Nederland kunnen verhogen. Al voor een lange periode is er sprake van dalende huizenprijzen in de woningmarkt (CBS, 2014). Na jaren van stijging zijn koopwoningen in de periode van 2006 tot 2012 gemiddeld 9 procent in waarde gedaald. Daarnaast is het aantal transacties van koopwoningen sterk terug gelopen. Een dergelijk medium zou voor meer beweging op de woningmarkt kunnen zorgen, doordat mensen worden geprikkeld door nieuwe mogelijkheden. Dit zou bijvoorbeeld kunnen ontstaan doordat woningzoekers eerder

bereid zijn aan te geven dat zij een woning op het oog hebben welke niet te koop staat, omdat een dergelijk medium deze kans biedt.

1.2 Doelstelling onderzoek

Dit onderzoek geeft antwoord op de vraag of eigenaren bereid zijn een niet te koopstaande woning te verkopen en welke factoren hier invloed op uitoefenen. Het betreft een verkennend onderzoek, waarin getracht wordt meer inzicht te verkrijgen in de bewegingsbereidheid van woningeigenaren. Er wordt gekeken naar hoe groot de kans is dat een eigenaar de woning wil verkopen. Daarnaast wordt er gekeken naar welke karakteristieken van de eigenaar invloed hebben op de bewegingsbereidheid van de eigenaar. Ook wordt er gekeken of karakteristieken van een bepaalde potentiële koper invloed kunnen hebben op deze bewegingsbereidheid.

1.3 Vraagstelling en deelvragen

De centrale vraag voor dit onderzoek is:

Wanneer is een eigenaar bereid een niet te koopstaande woning te verkopen?

Deelvragen waarop antwoord zal worden gegeven om uiteindelijk antwoord te kunnen geven op de centrale vraag zijn:

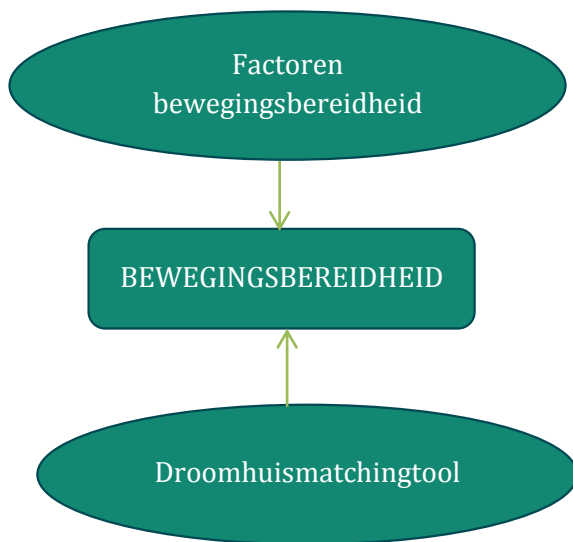
- 1. Wat voor type verkopersprofielen zijn er?*
- 2. Wat doet het met de woningeigenaar dat er interesse wordt getoond in de woning?*
- 3. Wat voor invloed heeft de prijs op de bewegingsbereidheid en zijn er ook andere factoren die een rol spelen in de mate van bewegingsbereidheid?*
- 4. Wat kan dit onderzoek bijdragen aan de woningmarkt en de makelaardij?*

1.4 Methode van aanpak

In dit onderzoek wordt in hoofdstuk 2 eerst gekeken naar de bestaande literatuur om zo een beeld te krijgen van bestaande verkopersprofielen. Wanneer gaat iemand nou eigenlijk verhuizen? Wat zijn hierin veelvoorkomende redenen? Er wordt gekeken naar verschillende fasen waarin een eigenaar van een woning zich kan bevinden. Zo kan een beeld geschetst worden van de bewegingsbereidheid van eigenaren. Met deze informatie kan antwoord gegeven worden op deelvraag 1. Vervolgens wordt de tool toegepast, waar respondenten droomwoningen in markeren. De werking van de tool wordt verder toegelicht in hoofdstuk 3. Hierna wordt langsgedaan bij de woningeigenaren van deze droomwoningen om de overige deelvragen te beantwoorden. Hierbij wordt gebruik gemaakt van een semi-gestructureerde enquête. Het voordeel hiervan is dat er rijke informatie naar voren kan komen van de respondenten, doordat de mogelijke antwoorden niet van tevoren vastgesteld zijn. Ten eerste wordt gekeken naar de eerste reactie van de kandidaat. Ook wordt gevraagd naar de karakteristieken van de eigenaar welke invloed zouden kunnen hebben op de bewegingsbereidheid van de eigenaar. Daarnaast wordt onderzocht wat van belang is voor de woningeigenaar: vinden zij de prijs het meest belangrijk of kan het type kandidaat ook invloed uitoefenen op de bewegingsbereidheid van de woningeigenaar? Ten slotte wordt op basis van de gevonden informatie een antwoord gegeven op de laatste deelvraag, waarbij wordt gekeken hoe dit onderzoek kan bijdragen aan de woningmarkt en de makelaardij.

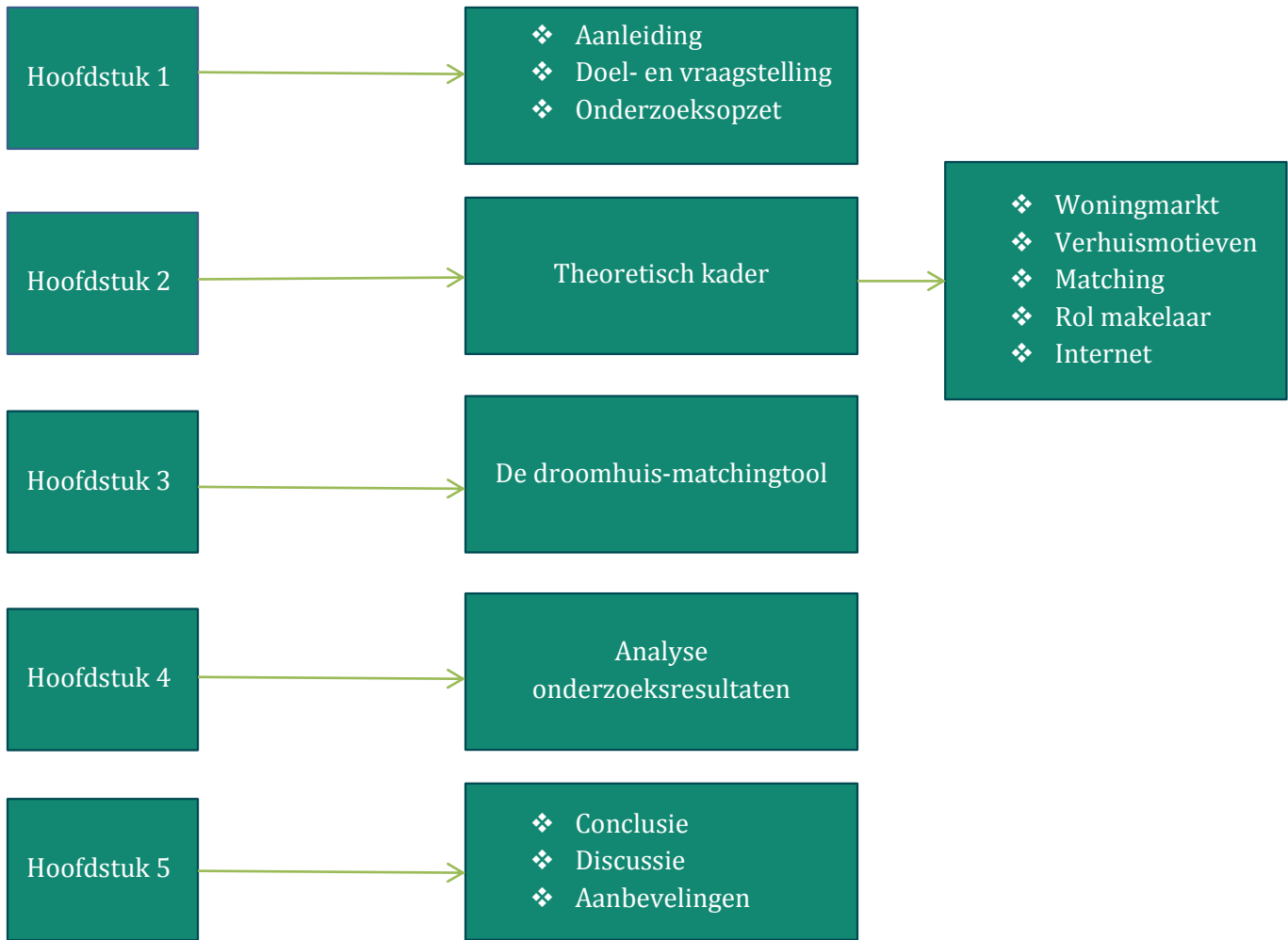
1.5 Conceptueel model

Hieronder wordt het conceptueel model weergegeven waarin relaties tussen diverse factoren overzichtelijk in beeld worden gebracht. De bewegingsbereidheid staat centraal in dit onderzoek. De factoren welke invloed hebben op de bewegingsbereidheid geven aan wanneer iemand bereid is om te verhuizen. Ook de droomhuismatchingtool kan hier invloed op uitoefenen. Doordat mensen horen dat er interesse is in de woning zou dit ervoor kunnen zorgen dat zij bewegingsbereid worden. Het zou een opzichzelfstaande factor kunnen zijn, maar het zou ook de bestaande factoren kunnen versterken.



Figuur 1.1: Conceptueel model

1.6 Opbouw onderzoeksrapport



Figuur 1.2: Opbouw onderzoeksrapport

2. Theoretisch kader

2.1 Inleiding

Hieronder wordt een beeld geschetst van de karakteristieken van de woningmarkt. Vervolgens wordt er toegespitst op de kenmerken en de situatie van de Nederlandse woningmarkt.

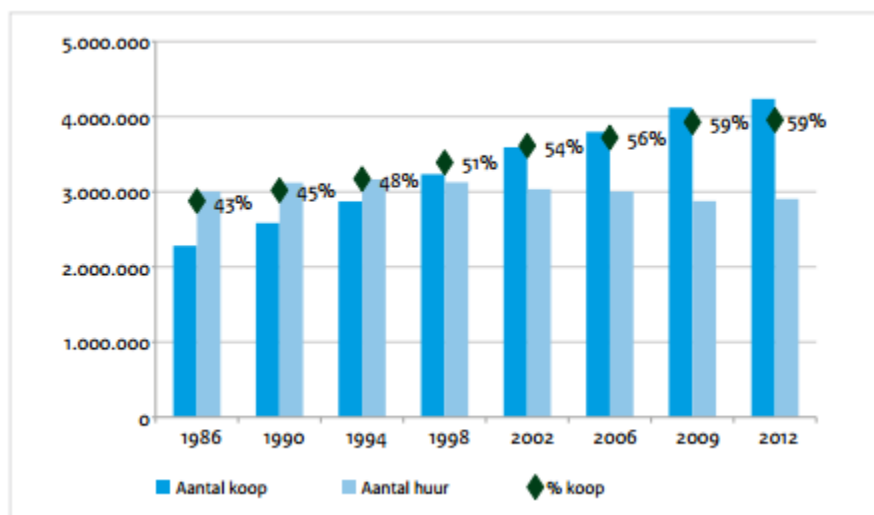
2.2 Woningmarkt

De woningmarkt kan gezien worden als een bijzondere markt. De woningmarkt heeft een paar specifieke kenmerken. Ten eerste heeft een woning een *lange levensduur*, woningen worden niet gebouwd voor een paar jaar om het daarna weer te vervangen voor een nieuw type woning. Ten tweede is een investering in een woning *kapitaalintensief*, wat onder andere leidt tot een hogere drempel om te verhuizen omdat het hoge transactiekosten met zich mee brengt.

Ten derde wordt de woningmarkt gekenmerkt als een *inefficiënte markt*. Een perfecte en efficiënte markt heeft de volgende voorwaarden: veel kopers en verkopers, homogene producten en veel informatie. Deze voorwaarden zijn niet beschikbaar in de vastgoedmarkt en is daarom een inefficiënte markt. De woningmarkt is een *heterogene markt*. Ten eerste is de locatie van een woning 'fixed'. Daardoor is vrijwel iedere woning uniek (Evans, 2004) Tot slot is een woning een *primaire levensbehoefte*, iedereen moet een plek hebben om te wonen.

2.2.1 Situatie Nederlandse woningmarkt

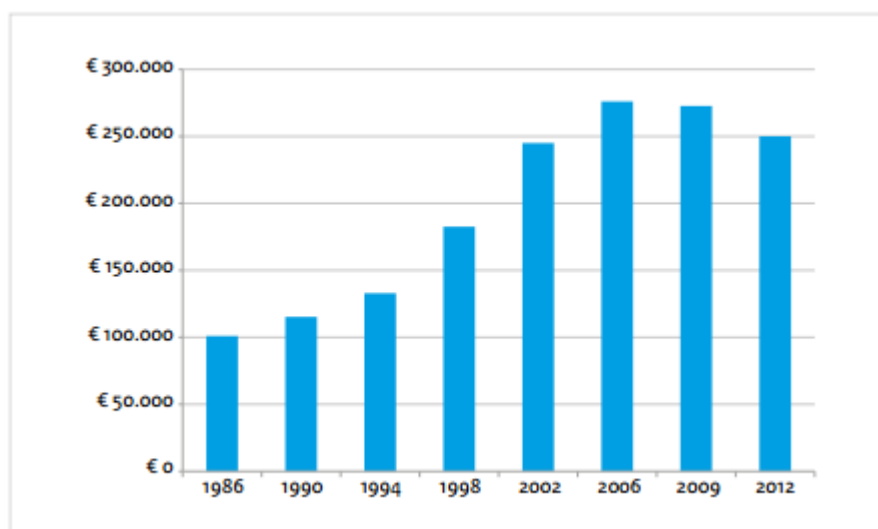
De Nederlandse woningmarkt bestaat uit meerdere deelmarkten: de koopsector, de vrije huursector en de sociale huursector. De koopsector is in de afgelopen decennia enorm gegroeid, van 1,4 miljoen woningen in 1972 naar 4,4 miljoen in 2012 (Capital value, 2014). Het aandeel van de koopsector binnen de totale voorraad steeg daarmee van 36 procent naar 60 procent (figuur 2.1). Slechts 3,3 procent van de totale woningvoorraad maakt deel uit van de markt voor vrije sector huurwoningen. 36,6 procent van de totale woningvoorraad valt binnen de sociale huursector.



Figuur 2.1: Ontwikkeling woningvoorraad naar eigendomsvorm, 1986-2012 (Woon, 2012)

Van 2009 tot 2012 is het aandeel koopwoningen voor het eerst weer aardig gelijk gebleven (Woon, 2012). Dit is opmerkelijk, omdat decennialang het aandeel koopwoning juist is toegenomen. De toename van de welvaart heeft samen met overheidsmaatregelen zoals de hypotheekrenteaftrek, de premiekoopwoningen en de verkoop van sociale huurwoningen het eigen woningbezit opgestuwd. De stagnatie in de periode 2009-2012 kan meerdere oorzaken hebben. Een voor de hand liggende oorzaak is de crisis op de woningmarkt en het gebrekkige consumentenvertrouwen. Ook zijn er veel minder nieuwe woningen gebouwd en verkocht.

Het aantal transacties van koopwoningen is sterk terug gelopen. Na jaren van stijging zijn koopwoningen de laatste jaren (2006-2012) gemiddeld 9 procent in waarde gedaald naar gemiddeld 250.000 euro (figuur 2.2). Ook is de productie van nieuwbouwwoningen sterk afgenomen.

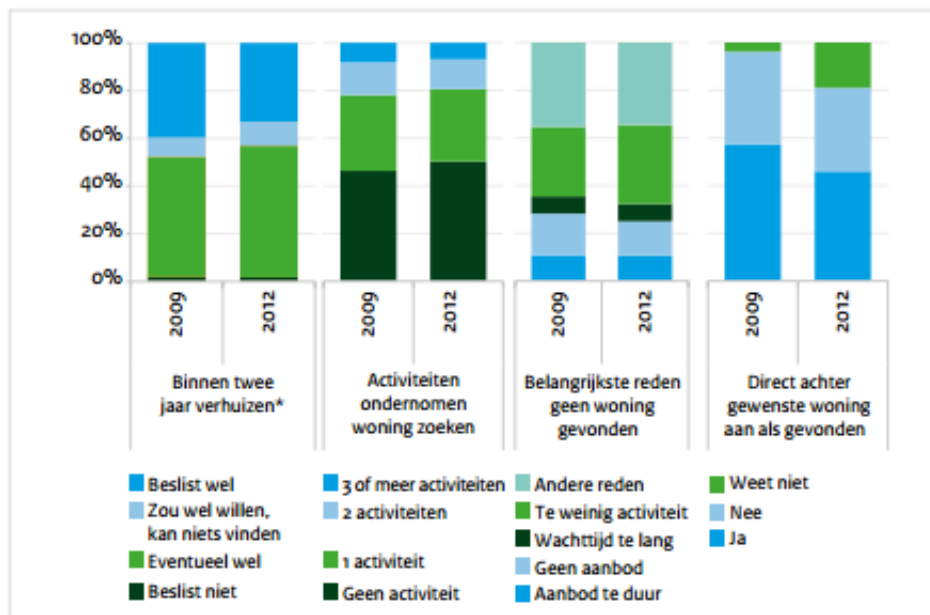


Figuur 2.2: Gemiddelde woningwaarde 1986-2012 (Woon, 2012)

Het afgenomen consumentenvertrouwen bemoeilijkt de verkoop van een woning. Zo hebben 570.000 huishoudens in 2012 bij verkoop van de woning te maken met een restschuld. De opbrengst van de verkoop is in dit geval onvoldoende geweest op de hypotheekschuld af te lossen.

Het aantal verhuisde huishoudens is gedaald met 19 procent. De doorstroming binnen de koopsector is bijna gehalveerd met 47 procent. Deze afname leidt ertoe dat het aantal mensen dat wil verhuizen is toegenomen. Veel mensen stellen de gewenste verhuizing uit, maar niet af. Op dit moment willen 2,15 miljoen (potentiële) huishoudens binnen twee jaar verhuizen naar een andere woning. Dit zijn 264.000 meer dan in het WoON 2009, welke aan het begin van de crisis is afgenomen (figuur 2.3). Het aantal huishoudens dat daadwerkelijk actief op zoek is geweest, nam eveneens toe: van 1,06 miljoen in 2009 naar 1,11 miljoen in 2012. Tweederde van de verhuisgeneigden hebben een leeftijd van jonger dan 45 jaar. Belangrijke gebeurtenissen in hun leven (uit huis gaan, samenwonen en gezinsvorming) zorgen ervoor dat zij vaker dan oudere huishoudens verhuizen (Woon, 2012).

Verwacht wordt dat langzamerhand het aantal verhuisplannen zal toenemen, wanneer het consumentenvertrouwen toeneemt.



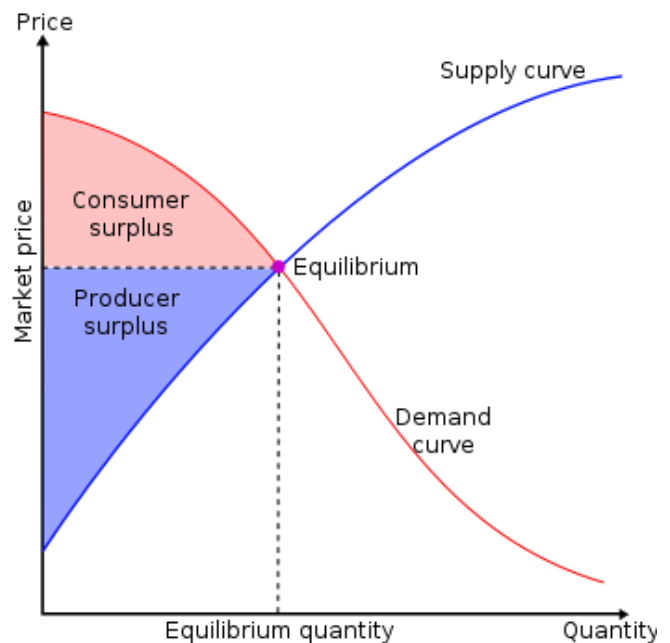
Figuur 2.3: Concreetheid verhuisplannen 2009-2012

2.3 Emotionele gehechtheid

Evans (2004) geeft aan dat een woning vaak emotionele waarde heeft voor een eigenaar bewoner hiervan. Dit ontstaat doordat de woning onder andere naar eigen smaak is ingericht en door opgebouwde sociale contacten in de omgeving. Ook de klassieke economen Smith (1776-1910) en Marx (1894-1962) ondervinden dat de prijs van een goed vaak verschilt met de waarde die een gebruiker aan een goed toekent. In hun terminologie is er onderscheid gemaakt tussen 'gebruikerswaarde' en inruilwaarde'.

Dit houdt in dat er een verschil is tussen wat de waarde van het goed is voor de consument en de prijs die er uiteindelijk voor wordt betaald.

Naast Evans, Smith en Marx heeft ook Marshall (1890) het over een extra emotionele waarde boven op de prijs en noemt dit het consumentensurplus (figuur 2.4). Wanneer er sprake is van een consumentensurplus bij een goed, zal de eigenaar zijn goed niet verkopen tegen de marktprijs tenzij het verlies in consumentensurplus wordt gecompenseerd. In een aantal gevallen wordt de woning wel verkocht tegen de marktprijs. Hierbij kan gedacht worden aan oorzaken als o.a. het met pensioen gaan, verandering van baan en



Figuur 2.4: Consumenten- en producentensurplus

familieomstandigheden. De hoogte van de compensatie die een bepaalde eigenaar vraagt is afhankelijk van de omstandigheden.

Ook Dynarsky (1986) geeft aan dat eigenaren extra waarde hechten aan de eigen woning, 'residential attachment' genoemd. Hij benoemt twee soorten kosten voor de eigenaar: monetaire kosten en niet monetaire kosten. De monetaire kosten omvatten de verloren vrije tijd en loon dat verdient had kunnen worden in de tijd dat een woning gezocht moet worden, de fees die betaald moeten worden en de verhuiskosten. Niet monetaire kosten omvatten het verlies van de bekende omgeving en de fysieke kenmerken van de woning waar de eigenaar mogelijk veel tijd en geld in gestoken heeft.

2.4 Verhuismotieven

Om een inschatting te kunnen maken of iemand bereid is om te verhuizen is het van belang om te kijken naar mogelijke motieven die aan een verhuizing ten grondslag kunnen liggen. Hieronder wordt gekeken naar verschillende theorieën over mobiliteit en vervolgens wordt er gekeken naar de verschillende verhuismotieven die er zijn.

2.4.1 Levenscyclus

De meeste mensen zien een verhuizing als een stressvolle gebeurtenis (Raviv et al., 1990). Omdat verhuizen geld, tijd en inspanning kost zullen mensen alleen verhuizen wanneer hier een goede reden voor is. Een belangrijke reden waarom mensen verhuizen zijn gebeurtenissen die mensen tegen komen tijdens de levensloop (Mulder, C. H.; Hooimeijer, P, 1999). Hierbij kan gedacht worden aan gebeurtenissen zoals het gaan samenwonen en het krijgen van kinderen. Een bekend onderzoek van Rossi (1955), 'Why families move' heeft de link tussen mobiliteit en de levenscyclus van mensen onderzocht. Deze benadering gaat uit van een vaststaand patroon waarbij ieder individu gaat trouwen en kinderen krijgt. Door deze grote veranderingen veranderen ook de woonwensen en -behoeften van mensen. Ook Short & Teedon (1997) geven dit aan en hebben dit in een model weergegeven (tabel 2.1). Huishoudens zonder kinderen hebben andere behoeften en wensen dan een gezin met kinderen. Een gezin wil vaak ruimer wonen bij voorkeur in een suburbaan gebied, terwijl een jonger persoon zonder kinderen vaak liever goedkoop woont nabij de stad. Wanneer men vordert in de levenscyclus neemt de verhuisgeneigdheid af en stijgt de kans op het kopen van een koopwoning. Aan het eind van de cyclus wordt er vaak juist weer eerder verhuisd en stijgt de kans op het huren van een woning.

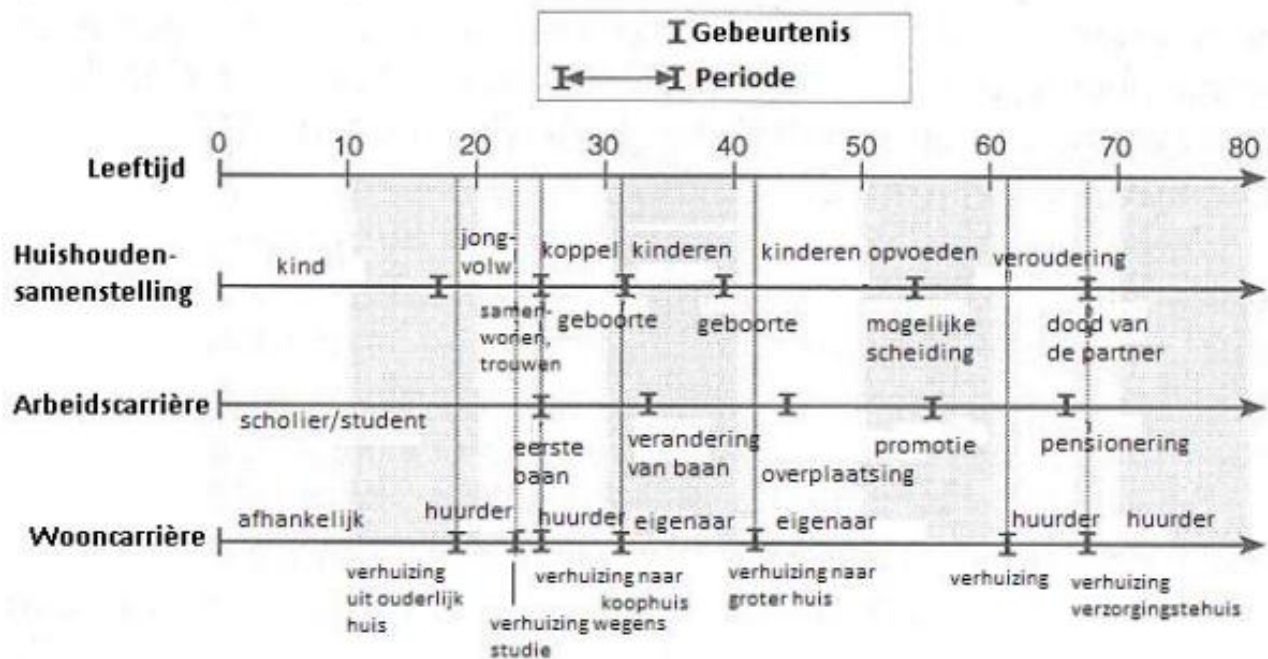
Fasen in de levenscyclus	Woningbehoefte
Voordat er kinderen zijn	Goedkoop wonen in een appartement binnenstedelijk gebied
Vrouw in verwachting	Huren van een eengezinswoning
Opvoeding van het kind	Koopwoning in (relatief nieuw) suburbaan gebied
Kind verlaat het huis	Mogelijke koopwoning in een wijk of buurt met een hogere status
Kinderen zijn uit huis	Residentiële stabiliteit
Stoppen met werken	Verzorgingstehuis, seniorenwoning, wonen bij kinderen

Tabel 2.1: De interactie tussen fases in levenscyclus en woningbehoefte (Short, 1997)

De levenscyclusbenadering is lang gebruikt voor de verklaring van verhuisgedrag, maar in de loop der jaren worden er steeds meer beperkingen ontdekt aan het model. Clark & Dieleman (1996) geven aan dat in de westerse samenleving veranderingen hebben plaats gevonden waardoor het traditionele model niet langer toepasbaar is. Zo zijn er twee extra fasen, eenoudergezinnen en tweeverdieners zonder kinderen, welke ook veel voorkomen en weer andere woonwensen en -behoeften kunnen hebben. Daarnaast zal niet ieder individu alle fasen meemaken. Het vormen van een tweepersoonshuishouden of het krijgen van kinderen is niet noodzakelijk. Verder wordt er geen rekening gehouden met externe factoren, zoals de situatie op de woningmarkt (Bolt, 2001).

2.4.2 Levensloopbenadering

In de life course theorie, ofwel de levensloopbenadering, worden verhuizingen ook verklaard door middel van veranderingen en gebeurtenissen in de levensloop. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen leeftijd, huishoudenssamenstelling, de arbeidscarrière en de wooncarrière (figuur 2.6). Ook dit model heeft beperkingen waarmee rekening moet worden gehouden. Zo wordt er geen rekening gehouden met dat de mogelijkheid tot het vervullen van woonwensen ook afhankelijk is van het inkomen (Clark, W.A.V.; Mulder, C.H., 2000). Tevens houdt ook dit model geen rekening met de conjunctuur en de situatie op de woningmarkt. Weinig consumentenvertrouwen zorgt vaak voor een afnemende investeringsbereidheid, voornamelijk bij koopwoningen (VROM, Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke ordening en Milieubeheer, 2003). De levensloopbenadering staat echter meer open voor afwijkende gebeurtenissen van individuen dan de levenscyclusbenadering (Boumeester, 2004).



Figuur 2.6: Levenscyclusbenadering (Clark & Dieleman, 1996)

2.4.3 Samenstelling huishouden

In het onderzoek van van Feijten & Mulder (2002) wordt onderscheid gemaakt tussen huishoudens met grote samenhang en huishoudens met weinig samenhang. Een voorbeeld van een huishouding met weinig samenhang zijn singles. Zij zijn vrij in de keuzes die zij maken en hoeven geen rekening te houden met wensen van een partner en zijn daardoor meer gericht op individuele waarden (CBS, 1994). Mensen in een relatie moeten echter wel rekening houden met een partner. Een nog sterkere overeenstemming is nodig in families met kinderen. Ouders moeten rekening houden met zichzelf, maar ook met de kinderen. Koppels en families vallen onder huishoudens met veel samenhang. Huishoudens met meer samenhang zijn niet zo snel geneigd om te verhuizen (met name over lange afstanden), omdat de kans bestaat dat een of meer personen binnen het huishouden nadeel ondervinden aan de verhuizing (Mulder,1993; Wagner,1989).

In hetzelfde onderzoek worden er twee woningtypen onderscheiden: eengezinswoningen en meergezinswoningen (appartementen en gedeelde accommodaties). Eengezinswoningen zijn met name geschikt voor families met kinderen, omdat deze gemiddeld meer ruimte, meer kamers en vaker een tuin hebben dan meergezinswoningen (Michelson, 1977). Dit zorgt ook voor relatief meer decoratie- en onderhoudskosten, wat er voor zorgt dat mensen minder snel gaan verhuizen. Daarom worden eengezinswoningen gezien voor verblijf voor een lange termijn en meergezinswoningen voor verblijf voor een kortere termijn.

2.4.4 Verhuisredenen

Verhuismotieven worden vaak gerelateerd aan een aantal parallel lopende factoren welke elkaar beïnvloeden, zoals de arbeidscarrière, de opleidingscarrière, de huishoudenscarrière en de wooncarrière (Mulder, C. H.; Hooimeijer, P, 1999). Op basis van de beschikbare literatuur over verhuismotieven zijn deze in zes typen factoren verdeeld:

1. Factoren in verband met de woning en/ of woonomgeving

Ten eerste kan een verhuisintentie ontstaan, omdat iemand niet tevreden is met de huidige woning en/of woonomgeving. Dit is vaak een gevolg van een verandering welke heeft plaats gevonden in de levensfase. Over het algemeen wordt er een voorwaartse stap in de wooncarrière genomen.

De volgende twee factoren hebben meestal een meer urgente woonwens (Groot, 2011). Mensen welke urgent moeten verhuizen hebben een drie keer grotere slagingskans om te verhuizen dan een minder urgente woningzoeker (Groot et al., 2008). Door deze urgentie kunnen zij ook tot een woningkeuze komen welke minder voor de hand lijkt te liggen.

2. Factoren welke samenhangen met de samenstelling van het huishouden

Hierbij zorgen veranderingen zoals het krijgen van een kind of het gaan samenwonen voor de verhuisintentie. Ook een echtscheiding kan een factor zijn. De discrepantie welke kan ontstaan tussen de huishoudenssituatie en woonsituatie wordt 'residential stress' genoemd in het onderzoek van Brown & Moore (1970). De enige manier om hiervan verlost te worden is door te gaan verhuizen.

3. Factoren in verband met (verandering van) werk/opleiding

In dit geval gaat iemand verhuizen, omdat diegene dichterbij de (nieuwe) werkplek of school wil wonen.

4. Factoren in verband met de situatie op de woningmarkt

Verder zouden huishoudens een verhuisswens kunnen hebben door de situatie op de woningmarkt (Henley, 1988). In een goede economische periode worden woningen snel verkocht tegen een verkoopprijs vaak sterk boven de vraagprijs ligt. In een slechte economische periode staan woningen vaak voor een lange periode te koop met vraagprijzen boven de verwachte verkoopprijzen. Het aanhouden van een groot aanbod en het overwaarder van nieuwe woningen in een economisch slechte periode geeft aan dat verkopers niet de marktprijs willen accepteren in een minder goede economische periode (Genosove & Mayer, 2001). Veel verkopers zullen geneigd zijn de woning uit de verkoop te halen. Potentiele verkopers vergelijken de opbrengsten met de 'opportunity costs' van een directe verkoop. Door het aanhouden van de woning, verwachten eigenaren een hogere opbrengst te verkrijgen in de toekomst. Deze optie is voornamelijk waardevol wanneer de huidige prijzen laag zijn (Qian, 2013). Zo zal bij een woningmarkt met dalende huizenprijzen de mobiliteit verminderen, omdat eigenaren dit verlies willen vermijden.

5. Factoren welke samenhangen met de wisseling tussen huur/koop

Ook kan er een verhuisswens ontstaan doordat mensen graag willen wisselen van huur naar koop of andersom (Mulder, C. H.; Hooimeijer, P, 1999). Van huur naar koop is vaak minder noodzakelijk dan andersom, omdat wanneer het andersom is dit vaak te maken heeft met een tekort aan financiële middelen. Mogelijke oorzaken hiervan zijn een scheiding, weduwschap of werkloosheid (Ermisch & Di Salvo, 1996). Uit een aantal onderzoeken komt naar voren dat huiseigenaren een lagere mobiliteit hebben dan huurders. Dit heeft met name te maken met de hogere kosten die gepaard gaan bij de koop van een woning (Lundberg & Skedinger, 1999; Mulder & Wagner, 1998). De directe kosten omvatten de kosten voor de financiering, verzekeringen, belastingen en de transactiekosten. Ook brengt het niet financiële kosten met zich mee, zoals het risico dat wordt genomen bij de koop van een woning. De financiële verbintenis kan niet eenvoudig ongedaan worden gemaakt nadat de overeenkomst is gesloten (Mulder & Wagner, 1998). Gekochte woningen worden vaak dan ook langer bewoond dan gehuurde woningen (Clark & Dieleman, 1996).

6. Overige factoren

Dit betreft de restcategorie, waar alle factoren welke met gezondheid of het meeverhuizen met ouders onder vallen (Floor et al., 1996).

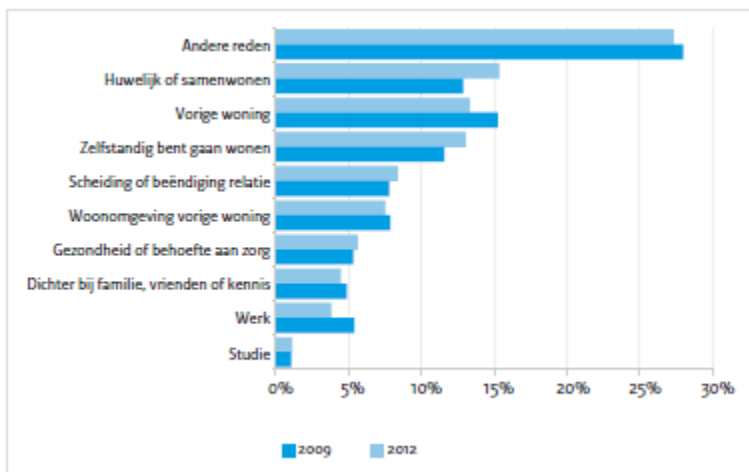
Er kan ook sprake zijn van meerdere motieven welke een verhuizing tot stand brengen. Iemand die gaat verhuizen vanwege een opleiding kan daarnaast ook tot doel hebben om op zichzelf te gaan wonen. Ook bij het krijgen van een kind is het lastig om de verhuizing binnen een motief te plaatsen: is het kind de reden om te gaan verhuizen, is de huidige woning niet meer geschikt of is het de woonomgeving (wel of niet kindvriendelijk) welke niet meer geschikt is? Daarom gaat het vaak om een samenspel van meerdere factoren welke ten grondslag liggen aan een verhuizing (Ekamper & Huis, 2004).

2.4.5 Realisatie verhuizing

Wie een grotere noodzaak heeft om te verhuizen zal eerder gaan verhuizen dan iemand die een kleinere noodzaak heeft. Verhuizingen welke ontstaan uit veranderingen in de levensloop worden geassocieerd met noodzakelijke verhuizingen. Het gaat dan om verhuizingen door veranderingen in het huishouden, werk of schoolcarrière (Goetgeluk, 1997). Met name doorstromers wachten eerder met een verhuizing dan starters. Starters worden vaker dan doorstromers gedreven door studie en huishoudenvorming om te verhuizen (uit huis gaan, samenwonen, scheiding). Dit zijn redenen die (blijkbaar) minder crisisgevoelig zijn. Doorstromers willen eerder een verbetering van de woning of de woonsituatie. Dit kan in bijvoorbeeld een minder gunstig economisch klimaat makkelijker worden uitgesteld.

2.4.6 Verhuismotieven op de Nederlandse woningmarkt

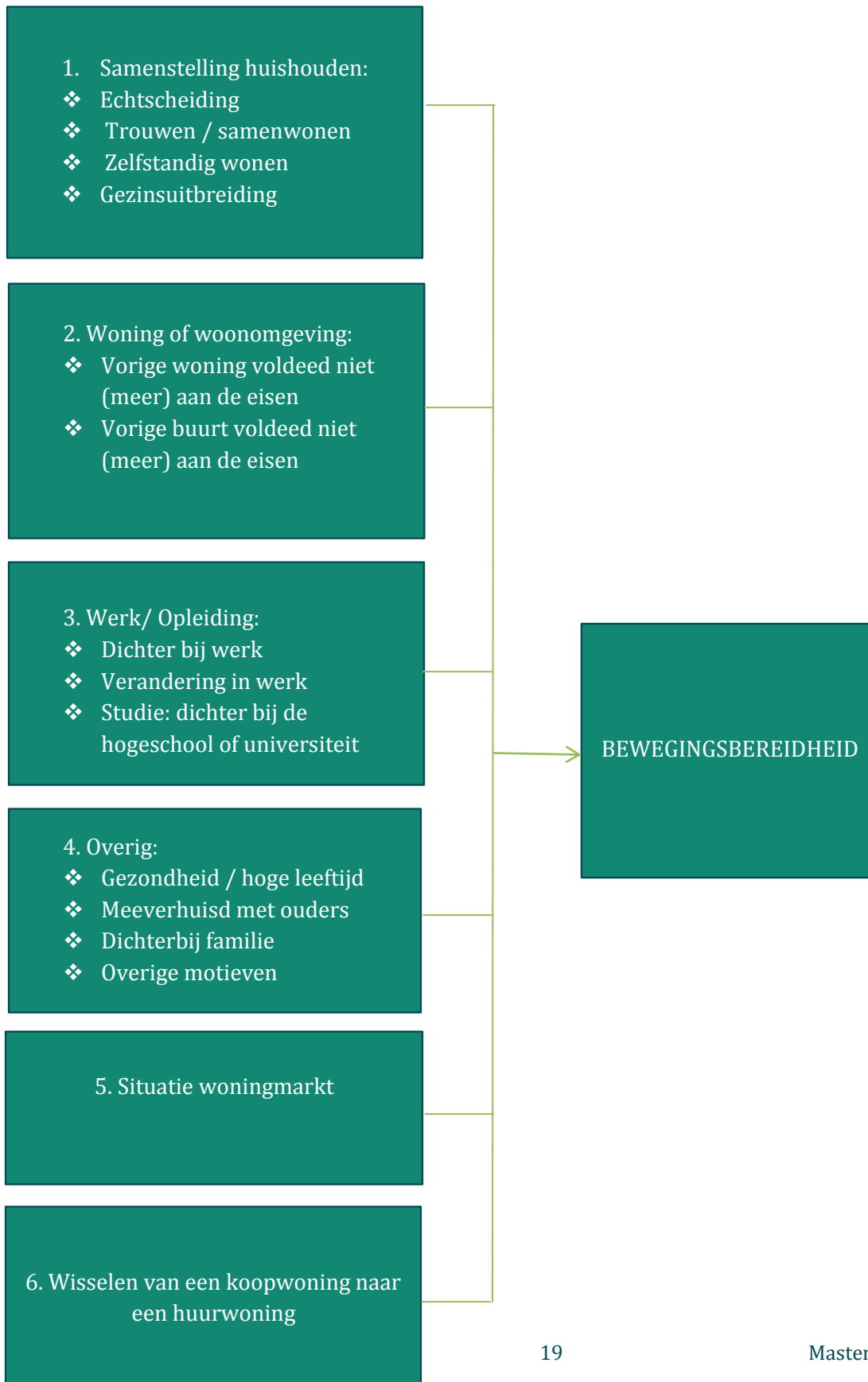
Uit het onderzoek van de Rijksoverheid (WoOn, 2012) zijn de verhuismotieven onderzocht van mensen welke de afgelopen twee jaar zijn verhuisd. Veranderingen in de huiselijke sfeer lijken in 2012 duidelijk de hoofdmoot te vormen binnen de redenen om te verhuizen onder de mensen die de afgelopen twee jaar zijn verhuisd (figuur 2.7). Huwelijk of samenwonen, de vorige woning en zelfstandig wonen zijn hierbinnen de meest genoemde verhuismotieven in dit onderzoek (WoOn, 2012).



Figuur 2.7: Verhuismotieven van mensen die de afgelopen 2 jaar zijn verhuisd 2009-2012 (Woon, 2012)

2.4.7 Model verhuismotieven

Uiteindelijk kunnen de oorzaken voor een verhuizing worden samengevat in onderstaand model:



Figuur 2.8: Verhuismotieven uit literatuur

2.5 Matching

Het kost kopers en verkopers vaak tijd om elkaar te vinden (Albrecht et al., 2007). Of een transactie tot stand komt en tegen welke prijs is afhankelijk van de omstandigheden waar zij zich in bevinden. In de woningmarkt hangt de bereidheid om een bepaalde prijs te betalen voor een woning af van het inkomen van de koper, maar ook van de huidige woonsituatie, de nood om te verhuizen en de kans van het vinden van een woning die nog beter aan de wensen voldoet. Verkopers hebben vergelijkbare belangen. Deze verschillen zijn een erg belangrijke reden in waarom sommige verkopen lukken en andere niet.

Omstandigheden variëren niet alleen tussen verkopers en kopers, maar ook veranderen eisen door de tijd heen. Sommige kopers zijn erg selectief, maar wanneer zij geen geschikte woning kunnen vinden kan de zoektocht wanhopig worden. Ook een verkoper kan eerst een hoge prijs vragen, maar wanneer de woning niet verkocht wordt kan de verkoper veranderen in een 'gedreven verkoper'. Wanneer kopers of verkopers niet snel genoeg de gewenste woning kunnen kopen of de woning verkopen zullen zij hun doelen moeten bijstellen.

Wanneer een huis verkocht wordt, betaald de koper de verkoper een prijs. Deze prijs wordt bepaald door Nash-onderhandelingen, welke afhankelijk zijn van het type koper en verkoper. Niet alle ontmoetingen tussen een koper en verkoper leiden tot een transactie. Een match ontstaat wanneer de verkoop resulteert in een stijging van de waarden voor beide partijen (Nash-evenwicht).

Uit onderzoek blijkt dat bijna 40 procent van de verkopen voortkomt uit een eerste bieding (Merloa & Ortalo-Magné, 2004). Een derde van de kopers welke bieden gaat niet verder onderhandelen. De rest gaat wel in onderhandeling tot ongeveer vier keer een nieuw bod, hierna zullen zij de woning kopen of stoppen zij met onderhandelen. Wanneer koper en verkoper een overeenkomst willen sluiten, begint de administratieve procedure welke leidt tot uitwisseling van contracten en de uiteindelijke transactie.

2.6 De rol van de makelaar

Verkopers in vastgoedmarkten worden geconfronteerd met imperfecte marktinformatie over de marktwaarde van de woning en de locatie van potentiële kopers. Vaak wordt een makelaar in geschakeld omdat zij meer informatie hebben vergeleken met de verkoper zelf (Levitt & Syverson, 2008). Een makelaar weet vaak beter wat de waarde van de woning is en is vaak beter op de hoogte van de situatie op de woningmarkt. Makelaars ontvangen vaak maar een klein deel van de aankoop prijs van een woning, maar maken echter wel veel kosten (zoals bezichtigingen, open huis en kosten voor advertenties en marketing). Hierdoor ontstaat discrepantie tussen het doel van de verkoper en het doel van de makelaar. Ook Arnold (1992) heeft dit probleem onderzocht en noemt dit het 'agency problem'. Een verkoper wil de verkoopprijs maximaliseren en wil de woning zo snel mogelijk verkopen. De makelaar daarentegen wil zijn commissie maximaliseren en de woning zo snel mogelijk verkopen.

De makelaar wil graag snel een woning verkopen, ook al is dit tegen een lagere prijs, waardoor de verkoper te snel tegen een te lage prijs de woning verkoopt. Een rationele verkoper zou het vertekende belang in overweging nemen en kijken of het aanbod geaccepteerd of afgewezen moet worden. Hoe meer informatie een makelaar heeft, hoe meer deze de verkoper adviseert op basis

van zijn eigen belangen. Uit het onderzoek blijkt dat makelaars een eigen woning verkopen tegen een verkoopprijs welke 3.7 procent hoger is dan de woning van een klant. Ook staat hierbij de woning gemiddeld 10 dagen langer op de markt (Arnold, 1992).

2.7 Opkomst van het internet

Internet is een belangrijke en onmisbare tool geworden in de woningmarkt. Nieuwe producten en innovaties hebben internet toegankelijker gemaakt en maakt het gemakkelijk voor mensen om snel informatie te vinden, waar ze ook zijn. Veel makelaars welke internet eerst als een competitie zagen, passen het steeds meer toe in hun werkwijze. De websites zorgen ervoor dat mensen via de computer of telefoon informatie kunnen vinden over het woningaanbod.

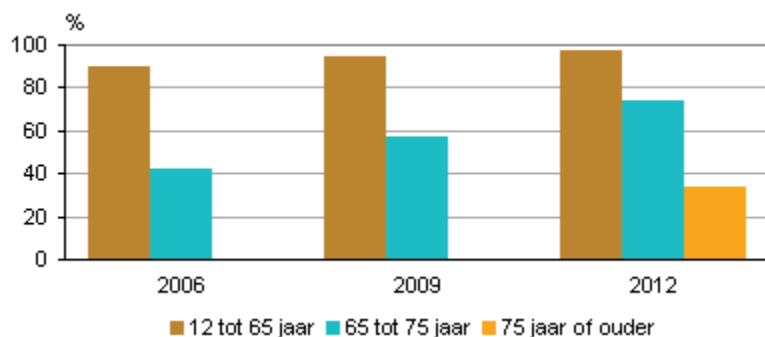
Saber & Messinger (2010) concluderen dat door de opkomst van het internet de toegevoegde waarde van een makelaar daalt voor consumenten.

Cijfers uit 2006 geven aan dat 36 miljoen internetbezoekers gekeken hebben op sites op het gebied van vastgoed en 70 procent van de consumenten zocht voor een woning via internet. In 2001 waren dit 16 miljoen bezoekers en 30 procent was op zoek naar een woning via het internet (Cruzen, 2006). Voordat woningzoekers naar een makelaar stappen, kunnen zij zelf eenvoudig woningen vinden en vergelijken op basis van bijvoorbeeld de locatie en de prijs.

Volgens onderzoek van Richardson & Zumpano(2012) wordt internet met name toegepast door woningzoekers welke een woning zoeken in een ander gebied, omdat zij hogere zoekkosten hebben. Ook de jongere generatie, welke bekend zijn met het internet, maken hier meer gebruik van dan de oudere generatie.

Hoewel het gebied aan diensten van de makelaar kleiner is geworden, kunnen zij nog steeds waardevolle diensten bieden aan kopers en verkopers. Zij kunnen advies geven in technische en financiële vraagstukken met betrekking tot de woning. Daarnaast kunnen zij de woning opvoeren binnen het aanbod en de onderhandelingen doen tijdens de koop/verkoop.

In onderstaand figuur wordt weergegeven dat steeds meer ouderen gebruik maken van het internet. In 2012 gebruikte 34 procent van de Nederlanders van 75 jaar en ouder af en toe internet. Dit is aanzienlijk minder dan de groep welke binnen de leeftijd tussen 65 en 75 jaar valt, waarvan drie kwart internet gebruikt. Onder de 65 jaar gebruikt bijna iedereen internet (CBS, 2013).



Figuur 2.9: Internetgebruik naar leeftijd (CBS, 2013)

Veel mensen gebruiken internet niet alleen thuis of op het werk. Zes op de tien internetgebruikers zijn ook onderweg online gegaan. Dit wordt vooral gedaan via een smarthphone. Vooral jongeren

internetten onderweg, ruim zeven op de tien 12-25 jarigen gebruiken dagelijks hiervoor hun smartphone. De smartphone is ook het meest populair onder de 25- tot 45-jarigen voor mobiel internet.

2.8 Conclusie en verwachtingen

De woningmarkt is een heterogene markt, iedere woning en iedere locatie is uniek. Daarnaast bestaat de woningmarkt uit meerdere deelmarkten, waarbij de koopsector van belang is voor dit onderzoek. Steeds meer mensen hebben een eigen woning in bezit, het aandeel woningen in de koopsector is afgelopen decennia gegroeid van 36 naar 60 procent. Momenteel bemoeilijkt het afgenomen consumentenvertrouwen echter de verkoop van een woning. Wanneer het consumentenvertrouwen weer toeneemt wordt verwacht dat het aantal verhuisplannen weer zal gaan stijgen.

Niet iedereen wil verhuizen, vaak zijn eigenaren gehecht aan een eigen woning, in de literatuur wordt dit ook wel 'Residential attachment' genoemd. Er zijn twee soorten kosten voor de eigenaar: monetaire kosten en niet monetaire kosten. De monetaire kosten omvatten de verloren vrije tijd en loon dat verdient had kunnen worden in de tijd dat een woning gezocht moet worden, de bemiddelingskosten die betaald moeten worden en de verhuiskosten. Niet monetaire kosten omvatten het verlies van de bekende omgeving en de fysieke kenmerken van de woning waar de eigenaar mogelijk veel tijd en geld in gestoken heeft. Dit zou ervoor kunnen zorgen dat woningeigenaren van niet te koopstaande woningen minder bewegingsbereid zijn.

Er zijn verschillende theorieën ontwikkeld welke het verhuisgedrag verklaren, zo ook de levenscyclusbenadering en de levensloopbenadering.

De onderzoeksresultaten van dit onderzoek zullen hieraan worden gekoppeld, zo kan worden gekeken of een bepaalde fase in het leven van de verkoper invloed uitoefent op de bewegingsbereidheid. Factoren welke ten grondslag liggen aan een verhuizing zouden kunnen zijn: de woning/woon omgeving, de samenstelling van het huishouden, verandering van werk/opleiding, omstandigheden op de woningmarkt, een verandering van een koop- naar een huurwoning en overige factoren, waaronder bijvoorbeeld de gezondheid valt. Ook wordt er in de literatuur onderscheid gemaakt tussen huishoudens met grote samenhang en huishoudens met weinig samenhang. Singles vallen onder huishoudens met weinig samenhang en hoeven minder rekening te houden met andere personen wanneer zij graag zouden willen verhuizen. Mensen in een relatie of met een partner en kinderen vallen onder de huishoudenssamenstelling met een grote samenhang en moeten rekening houden met de rest van het gezin voordat zij kunnen verhuizen.

Uit onderzoek is gebleken dat in Nederland verhuizingen door veranderingen in de huiselijke sfeer het meest zijn voorgekomen van 2009 tot 2012. Verwacht wordt dat veranderingen in de huiselijke sfeer ook invloed zullen hebben op de bewegingsbereidheid van woningeigenaren in dit onderzoek.

In de praktijk kost het kopers en verkopers veel tijd om elkaar te vinden. Vaak wordt dan een makelaar ingeschakeld als tussenpersoon, omdat zij meer informatie hebben van de markt. Ook een dergelijke tool als in dit onderzoek zou woningzoekers en woningeigenaren van niet te koopstaande woningen bij elkaar kunnen brengen. Het agency problem, de discrepantie tussen het doel van de makelaar en de verkoper, zorgen er echter voor dat hulp van een makelaar niet altijd voordelen biedt. Tegenwoordig zorgt de opkomst van het internet ervoor dat woningzoekers zelf ook een hele hoop informatie kunnen verkrijgen. Het aantal woningzoekers dat via het internet een

woning zoekt is enorm gestegen. Hierdoor is de rol van de makelaar aan het veranderen en zullen zij zich vooral op het verlenen van andere diensten moeten richten.

3. De droomhuismatchingtool

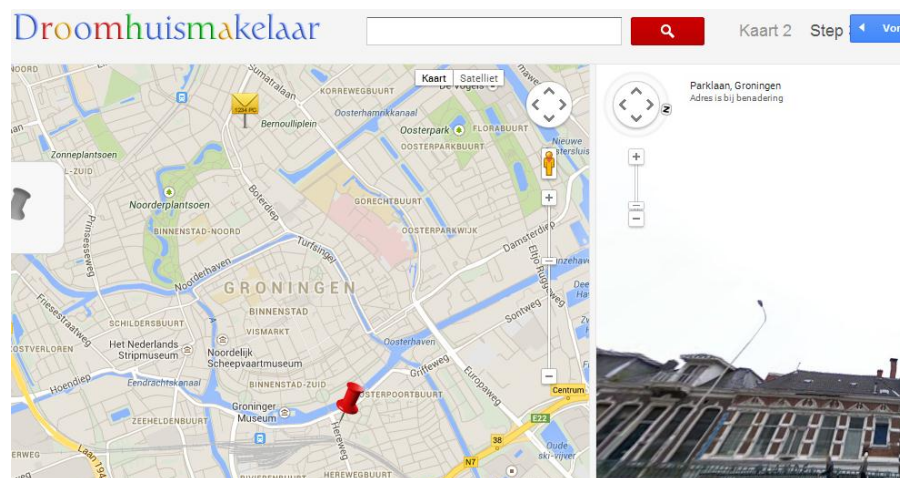
In dit hoofdstuk wordt de droomhuismatchingtool toegelicht. Er is gekozen voor een model welke niet alleen voor dit onderzoek toegepast kan worden, maar ook in de praktijk gebruikt kan worden. Aan de hand van deze tool worden er droomwoningen aangewezen op de kaart (google maps) met eventueel de mogelijkheid om de woning aan te wijzen met behulp van Google Streetview. Door naar de eigenaren van deze droomwoningen langs te gaan kan de bewegingsbereidheid van hen geanalyseerd worden. Zijn zij daadwerkelijk bereid om in zee te gaan met een geïnteresseerde koper? Welke factoren spelen hier een rol in?

De droomhuismatching-tool bestaat uit vier onderdelen:

- Een bod op uw huis
- De reële droomwoning
- De ultieme droomwoning
- Dilemmavraag en slotvragen

3.1 Toekomstige (reële) droomwoning

In dit onderdeel wordt door de respondent een droomwoning gekozen welke als reëel (betaalbaar) gezien kan worden. Het is hierbij van belang dat de respondent een woning kiest welke hij of zij als mogelijke optie ziet om te kopen na zijn/haar huidige woning. Het aanwijzen van de woning kan door middel van het slepen van de marker naar de woning, maar daarnaast kan ook Google Street View™ hierbij helpen om de juiste woning aan te wijzen. Doordat de woning in beeld komt kan deze woning als screenshot worden opgeslagen. Tevens is er de mogelijkheid voor de respondent om meerdere woningen te markeren, mocht hij of zij meerdere woningen als droomwoning zien. Onderstaande afbeelding geeft een beeld van hoe een woning wordt gemarkeerd als droomwoning/ De enveloppe geeft de locatie van de huidige woning aan en de punaise geeft de locatie van de droomwoning weer.



Figuur 3.1: Het markeren van een reële toekomstige woning

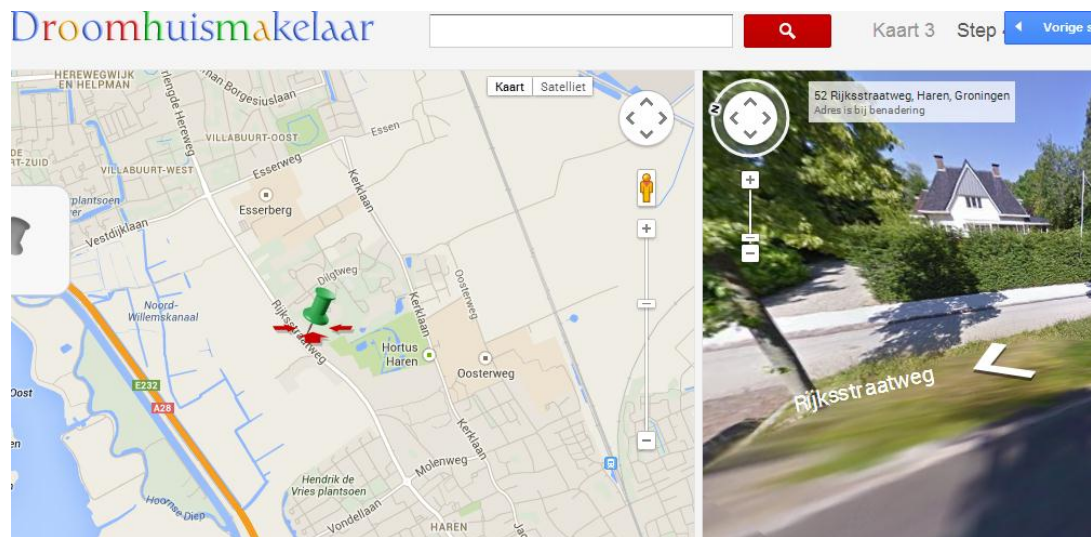
Wanneer de respondent een woning heeft gemarkeerd en opgeslagen, worden er vier multiple choice vragen gesteld over de keuze die gemaakt is:

- ❖ *Wat maakt deze woning voor u aantrekkelijk?* Hierbij kan gekozen worden uit:
 - Locatie t.o.v. vrienden/familie/voorzieningen/werk
 - Omgeving
 - Grootte
 - Potentie
 - Betaalbaarheid
 - Tuin
 - Aantal kamers
 - Uitstraling
 - Bouwstijl
 - Uitzicht
 - Aantrekkelijke straat
 - Nabijheid groen
- ❖ *Wat denkt u dat de marktwaarde is van deze woning?*
Dit betreft een open vraag.
- ❖ *Hoe groot acht u de kans u zich deze woning te kunnen veroorloven?*
 - Zeer klein
 - Klein
 - Reëel
 - Zeer reëel
- ❖ *Binnen welke termijn zou u uw droomwoning kunnen kopen?*
 - Binnen 1 jaar
 - Tussen 1 en 5 jaar
 - Tussen 5 en 10 jaar
 - Na 10 jaar

Door het stellen van deze vragen wordt de keuze beargumenteerd, wordt er gekeken of de respondent een realistisch beeld heeft van de marktwaarde van de woning en op welke termijn de woning dan eventueel gekocht kan worden. Dit is belangrijke informatie welke doorslaggevend is of een match wel of niet zal gaan slagen.

3.2 De ultieme droomwoning

Naast de reële droomwoning kan de respondent vervolgens ook een woning kiezen waarbij hij of zij niet beperkt wordt door financiële middelen. Het is interessant voor het onderzoek om het verschil met reële droomwoningen te bekijken. Ook deze eigenaren worden benaderd met de mededeling dat er interesse getoond wordt in de woning. Het sluiten van een deal is hierbij niet een doel, maar wel de bewegingsbereidheid van deze eigenaar is interessante informatie voor het onderzoek.



Figuur 3.2: Het markeren van een ultieme droomwoning

Nadat de woning is gemarkeerd wordt gevraagd wat deze woning aantrekkelijk maakt als droomwoning, net als bij de reële droomwoning. De overige vragen zijn hierbij niet gesteld, omdat een match op dit moment nog niet reëel is. Dit zijn de opties waaruit de respondent kiest:

- ❖ Locatie t.o.v. vrienden / familie
- ❖ Aantal kamers
- ❖ Locatie t.o.v. werk
- ❖ Uitstraling / schoonheid
- ❖ Omgeving
- ❖ Potentie
- ❖ Grootte Locatie t.o.v. voorzieningen

3.3 Dilemmavraag

Het volgende onderdeel betreft een dilemmavraag. Hierbij wordt de respondent voor de keuze gesteld om te kiezen tussen financiële en emotionele drijfveer om de woning te kopen. Er kan gekozen worden tussen deze opties:

- ❖ Woning 1: De woning die precies voldoet aan alle wensen die u vooraf in uw hoofd had. Er is echter concurrentie waardoor de verkoper in een luxepositie zit en een prijs vraagt die hoger is dan de eigenlijke marktwaarde.
- ❖ Woning 2: De woning die weliswaar niet zo sterk overeen komt met uw woonwensen als woning 1, maar u weet dat er bij de verkoper nood is om te verkopen en u zodoende de woning waarschijnlijk aan kan trekken onder de marktwaarde.

Welke woning kiest u?

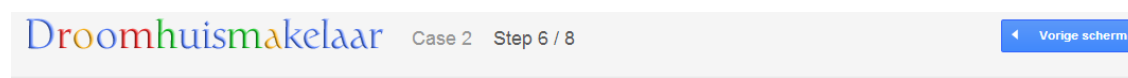
Woning 1: Ik ben best bereid meer te betalen voor een woning als hij perfect aansluit op mijn woonwensen.

Woning 2: Ik vind het financieel belang te groot en kies voor de woning die qua prijs zeer aantrekkelijk is.

Het doel van deze vraag is achter de meest doorslaggevende reden voor een keuze van een woning te komen. Weegt het financiële belang zwaarder dan het emotionele belang, of andersom?

3.4 Slotvragen

Aan het eind van de enquête worden er een aantal persoonlijke vragen gesteld, zoals het geslacht, leeftijd en de huishoudensamenstelling van de respondent.



Persoonlijke vragen

Geslacht: man: vrouw: Leeftijd: leeftijd ▾

Hoe lang bewoont u uw huidige huis? Omschrijving huishouden:
selecteer jaar ▾ selecteer ▾

Welk type woning omschrijft uw huis het best?

<input type="checkbox"/> Vrijstaande woning	<input type="checkbox"/> Hoekwoning
<input type="checkbox"/> Twee-onder-1-kap woning	<input type="checkbox"/> Appartement
<input type="checkbox"/> Geschakelde woning	

Anders namelijk:

Figuur 3.3: Persoonlijke slotvragen

3.5 Afname van de tool

De afname van de tool is begonnen in de stad Groningen. Uit het onderzoek van Reerink (2013) was gebleken dat stadsmensen een duidelijker beeld hebben van een toekomstige droomwoning dan mensen in een landelijk gebied. Echter is in dit onderzoek gebleken dat woningen in de stad veel meer op elkaar lijken over het algemeen en dat in meer perifere gebieden duidelijker een droomwoning aangewezen kan worden. Dit komt doordat de woningen hier meer onderscheidend zijn, dus voor de respondent is het eenvoudiger om een droomwoning te herinneren. Daarnaast is het lastig om een woning te markeren in de stad. Wanneer een woning in een complex gemarkeerd wordt is het lastig om de woning te achterhalen. Dit vergt de nodige aanpassingen van de tool. Om deze redenen is de tool ook nog afgenomen in gemeente Wolvega en Heerenveen. Er zijn mensen aangesproken op straat, hierbij hebben een aantal mensen het meteen ingevuld en een aantal mensen hebben dit thuis gedaan.

4. Analyse resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de enquête geanalyseerd. Het hoofdstuk begint met de eerste reactie welke een woningeigenaar heeft bij het horen dat er belangstelling is voor zijn of haar woning. Vervolgens wordt er ingegaan op de bereidheid tot verkoop van de woning. Daarna wordt de focus gelegd op de termijn van bewegingsbereidheid, wanneer maakt een deal nu kans van slagen? Is dat nu of is dat pas over een paar jaar? Hierna wordt gekeken naar de minimale vraagprijs die een eigenaar zou willen ontvangen boven op de WOZ-waarde. Tevens worden de mogelijke invloeden op de bewegingsbereidheid omschreven. Is dit alleen de prijs of zijn er ook andere aspecten welke hier een rol in spelen?

Steekproef ten opzichte van Nederland

	<u>Nederland</u>	<u>Steekproef</u>
Aantal woningeigenaren	4.083.808	25
Man / vrouw verhouding	0,495	0,590
Gemiddelde leeftijd	40,6	53,32
<u>Locaties woningen</u>		
Omgeving Heerenveen	12	
Omgeving Wolvega	4	
Omgeving Groningen	9	

4.1 Eerste reactie

De meeste respondenten (21 van de 25) zijn erg verrast wanneer zij horen dat er interesse is in de woning waarvan zij eigenaar zijn. Veelgehoorde termen zijn: “*Wat een compliment!*”, “*Bijzonder*”, “*wat leuk!*” en “*Meen je dat nou? Mijn woning?!*”

Ook wordt er aangegeven door een van de respondenten: “*Geinig, maar ook goed om te weten dat er interesse is in deze buurt. Hoewel de prijzen stabiel zijn gebleven in deze buurt in tegenstelling tot veel andere buurten, dat zegt ook wel wat.*” Hierbij kan het dus ook gezien worden als een geruststelling voor de eigenaar, dat zijn of haar woning nog steeds in de smaak valt bij mensen.

Een aantal respondenten hoort wel vaker dat er interesse is in de woning, maar zijn verrast dat de woning als droomwoning is gemarkeerd. Sommigen van hen geven aan dat er zelfs al een aantal keer gevraagd is of zij geïnteresseerden op de hoogte willen brengen wanneer zij de woning zouden willen verkopen. Ook hebben vier van de benaderde woningeigenaren al eerder briefjes door de brievenbus gehad waarop geschreven staat dat er interesse is in de woning, en dat de afzender graag contact zou willen hebben wanneer de eigenaar de woning wel wil verkopen. Verder is er nog een reactie: “*Echt? Mijn woning?*” *Er staan veel vergelijkbare woningen op buurt, dus ben benieuwd naar de argumenten*”. Hierbij zou het zo kunnen zijn dat de kandidaat niet specifiek deze woning op het oog gehad heeft, maar dat het meer gaat om het type woning of de locatie. Ten slotte zijn er twee respondenten welke neutraal reageren en twee welke er meteen al niet zoveel van moeten weten (tabel 1).

Eerste reactie:	Aantal	Voorbeeld uitspraak:
Positief	21	<i>Wat leuk!</i>
Neutraal	2	<i>Interessant, maar we horen wel vaker "ik wil hier ook wel wonen"</i>
Negatief	2	<i>Dat overvalt mij een beetje!</i>

Tabel 4.1: Eerste reactie van woningeigenaren

Een aantal mensen maakt tijdens de eerste reactie al kenbaar of ze bereid zijn de woning te verkopen. Hierbij geven drie mensen meteen al aan dat zij de woning wel zouden willen verkopen (tabel 2). Een andere respondent reageert neutraal, zij hebben ook al eens eerder gehoord dat er interesse is in de woning. Tot slot geven vier kandidaten aan dat zij totaal niet bewegingsbereid zijn.

Eerste reactie	mening	Aantal	Voorbeeld uitspraak:
Positief		3	<i>We staan eigenlijk overal voor open!</i>
Neutraal		1	<i>We hebben ook al een aantal keer briefjes in de bus gehad.</i>
Negatief		4	<i>De kans is echter wel 0.</i>

Tabel 4.2: Eerste reactie woningeigenaar met directe mening over de verkoopbereidheid

4.2 Bereidheid tot verkoop

De vraag waarin naar de bereidheid voor verkoop gevraagd wordt wisselend beantwoord (tabel 3). Zo zijn er tien respondenten welke de woning absoluut niet willen verkopen. Een van de respondenten vindt het belangrijk dat de eerste stap vanuit de eigenaar gezet wordt. Hij zou iemand wie eerder op de woning gereageerd heeft geen voorrang geven op andere kopers. Dit zou kunnen komen, doordat de woning een courante woning is. Wanneer hij het te koop gaat zetten hoeft hij niet bang te zijn dat hij geen kopers vindt voor de woning. Daarnaast is een veelgehoord antwoord dat mensen het liefst hun hele leven in de woning willen blijven. Ze zijn tevreden met de woonomgeving en woning. De woning zou in dit geval beschikbaar kunnen komen wanneer de eigenaar niet meer thuis kan wonen doordat ouderdom een rol gaat spelen. Mensen willen zich hier vaak niet mee bezig houden en hebben daardoor vaak geen interesse om contact te hebben met een mogelijke koper voor de toekomst. Een ander aspect is dat respondenten niet willen verhuizen in verband met het werk. Zo zegt een van de respondenten: *"Het bedrijf is achter de woning gevestigd, waardoor het lastig is om weer zo'n plekje te vinden."* Verder wordt er door een respondent aangekaart: *"We wonen hier fijn, verhuizen brengt veel te veel gedoe met zich mee."* Dit komt ook naar voren in het onderzoek van Mulder en Hooimeijer (1999). Zij geven aan dat verhuizen veel geld, tijd en inspanning kosten waardoor mensen alleen verhuizen wanneer hier een goede reden voor is. Een belangrijke reden waarom mensen verhuizen zijn volgens hen gebeurtenissen die mensen tegen komen tijdens de levensloop. Het laatste aspect wat twee keer aan de orde is gekomen in dit onderzoek is dat de woning hierna wordt overgenomen door familie. Zij krijgen de eerste optie tot koop.

In totaal hebben vijf respondenten aangegeven de woning op korte termijn wel te willen verkopen. Zo wordt door een van de respondenten geantwoord op de vraag: *"Ja, opzich wel. We zijn niet gehecht aan de plek. Voor de kinderen zal het iets meer moeite kosten, die zijn hier nu gewend aan de*

locatie. Met de vorige woning had ik er meer moeite mee, omdat hier de kinderen waren geboren.” In hoeverre mensen gehecht zijn aan de woning en de locatie speelt een rol in hoeverre mensen bewegingsbereid zijn. Zo kunnen herinneringen welke te maken hebben met de woning de bewegingsbereidheid verminderen. Er zijn ook een aantal respondenten welke alleen de woning willen verkopen tegen een goede prijs (6 respondenten). Ze zullen zelf ook een nieuwe woning moeten financieren. Wanneer een woning gekocht moet worden brengt dat directe kosten met zich mee, zoals de financiering, verzekeringen, belastingen en de transactiekosten. Daarnaast brengt het ook niet financiële kosten met zich mee, het risico dat wordt genomen bij de koop van een woning en het illiquide karakter van een woning doordat het niet snel omgezet kan worden in geld (Mulder & Wagner, 1998). Ten slotte is er een woningeigenaar welke al vijf jaar op zoek is naar een woning en eerst zelf een woning wil vinden voordat zij de woning te koop zetten. Dit geeft aan dat het wel dergelijk zinvol kan zijn om ook een oog te werpen op niet te koopstaande woningen. Zij hebben wel interesse om de woning te verkopen, maar hebben dit nog niet gedaan omdat zij verwachten dat de woning courant genoeg is. Ze verwachten snel genoeg een nieuwe koper te vinden voor de woning. Ze willen het liefst in de zelfde buurt blijven wonen en zijn op zoek naar een ruimere woning in verband met de kinderen. Doordat het aanbod van dit type woningen rondom het Noorderplantsoen van Groningen niet groot is, hebben zij samen met de makelaar besloten om ook te gaan flyeren bij niet te koopstaande woningen. Ten slotte is er nog een laatste categorie (4 respondenten) woningeigenaren welke de woning nu nog niet willen verkopen, maar waarbij de toekomst hier een verandering in aan zou kunnen brengen. Met name veranderingen in de huishoudensamenstelling en het ouder worden spelen hierin een rol.

Zo wordt er door een van de woningeigenaren gezegd: *“Omdat we straks ouder worden is deze woning niet ideaal meer door het grote aantal trappen. Dan zullen we toch op zoek moeten gaan naar iets anders.”* Ook geven een paar respondenten aan dat de woning te klein wordt in verband met uitbreiding van het gezin: *“De kinderen slapen nu nog samen op een slaapkamer, maar straks zullen ze toch beide een eigen plekje willen hebben.”* Ten slotte is het uit huis gaan van de kinderen een rede om te verhuizen. De woning wordt te groot voor twee personen en daarom wordt er een kleinere woning gezocht dan de huidige woning.

Verkoopbereidheid	Aantal	Voorbeeld uitspraak:
Ja	5	<i>Zijn al 5 jaar aan het rondkijken om iets nieuws. De woning wordt te klein met onze kinderen en we zouden graag meer tuin willen.</i>
Nee	10	<i>Ook mijn droomwoning, wil het liefst hier voor altijd blijven wonen.</i>
In de toekomst	4	<i>Wanneer we wat ouder zijn willen we het wel verkopen.</i>
Ja, alleen tegen een hoge prijs	6	<i>Dat ligt aan de prijs.</i>

Tabel 4.3: Mate van verkoopbereidheid

4.3 Termijn

Nadat mensen hebben aangegeven of ze bewegingsbereid zijn is het van belang op welke termijn dit zou kunnen zijn. Hier is inzicht in nodig om zo te kunnen inschatten of er een match tot stand kan komen met de kandidaat en wanneer dit dan zou kunnen plaats vinden. Er zijn twee groepen woningeigenaren welke hier antwoord op geven, woningeigenaren die nu bereid zijn de woning te verkopen en woningeigenaren welke hier in de toekomst interesse voor hebben. De woningeigenaren welke bereid zijn tot verkoop van de woning hebben aangegeven dat dit op korte termijn zou kunnen. Wel is er vaak een jaar aangehouden om zo zelf voldoende tijd te hebben om zelf een nieuwe woning te vinden. Wanneer de woning niet meer geschikt is voor de toekomst is het lastig een termijn in te schatten, dit is afhankelijk van de respondent. Het is erg lastig voor respondenten welke nog niet na hebben gedacht over een mogelijke verhuizing antwoord te geven op deze vraag.

Termijn	Aantal	Voorbeeld uitspraak:
0 tot 1 jaar	5	<i>1 jaar, moeten zelf ook iets anders vinden.</i>
2 tot 5 jaar	4	<i>Over 2 jaar ongeveer.</i>
15 tot 20 jaar	2	<i>Misschien over ongeveer 15 jaar wel.</i>
Nog geen idee	4	<i>In de toekomst wel, wanneer de kinderen wat ouder zijn en gaan studeren.</i>

Tabel 4.4: Termijn waarbinnen woningeigenaren bereid zijn of klaar zijn om te verhuizen

4.4 WOZ-waarde vs. verkoopprijs

Bijna alle woningeigenaren in dit onderzoek zouden een verkoopprijs boven de WOZ-waarde eisen wanneer er nu iemand zou komen welke de woning wil kopen. Dit sluit aan bij de theorie. Zo wordt dit door Marshall (1890) het consumentensurplus genoemd, een extra emotionele waarde boven op de prijs. Dynarski (1986) noemt dit 'Residential attachment', wat ook inhoudt dat eigenaren extra waarde hechten aan de eigen woning. Wanneer er sprake is van een consumentensurplus bij een goed, zal de eigenaar zijn goed niet verkopen tegen de marktprijs tenzij het verlies in consumentensurplus wordt gecompenseerd.

Niet alle respondenten hebben antwoord kunnen geven op deze vraag. Gemiddeld vragen woningeigenaren in dit onderzoek 54 procent meer dan de WOZ-waarde. De mensen die aangaven niet te willen verhuizen hadden geen antwoord op hoe hoog de verkoopprijs moet zijn zodat zij de woning wel willen verkopen. De prijs heeft hier in de meeste gevallen geen invloed op. Twee woningeigenaren geven aan dat wanneer zij een miljoen geboden krijgen wel zouden willen verhuizen. Zo zegt een van de respondenten: "Bij een extra nul achter de komma moet je er natuurlijk wel even over gaan nadenken." In deze gevallen betreft het percentage boven op de WOZ-waarde 150 procent en 245 procent. Het is niet erg realistisch dat er iemand zal zijn die dit bedrag gaat bieden op de woning. De woningeigenaren die in de toekomst eventueel wel bereid zijn te verkopen vragen gemiddeld 20 procent boven op de WOZ-waarde. Van de woningeigenaren die op korte termijn wel willen gaan verhuizen is de vraagprijs gemiddeld 38 procent hoger dan de WOZ-waarde. Een paar woningeigenaren geven aan dat zij veel verbouwd hebben in de woning, waardoor de woningprijs ook hoger zal moeten zijn. Er zijn 4 woningeigenaren welke bereid zijn de woning te verkopen met een percentage van 0-10 procent boven op de WOZ-waarde. Dit zou tevens

een realistisch bod kunnen zijn, waardoor een deal zou kunnen slagen. Ook zijn er 4 woningeigenaren die bereid zijn de woning te verkopen met een percentage van 10-20 procent boven op de WOZ-waarde, ook dit zou in de praktijk voor kunnen komen. Deze percentages zijn een indicatie en geven aan dat woningeigenaren vaak een hogere prijs willen ontvangen dan de WOZ-waarde.

Percentage boven WOZ-waarde	Totaal aantal	Bewegingsbereid korte termijn	Bewegingsbereid toekomst	Niet bewegingsbereid
0-10 %	4	4		
10-20 %	4		3	1
20-30 %				
30-40 %	2	1	1	
40-50 %	2	2		
50-60 %				
60-70 %				
70-80 %	1			1
80-90 %				
90-100 %	2	2		
Meer dan 100 %	2			2

Tabel 4.5: Minimaal percentage boven op WOZ-waarde voor bewegingsbereidheid

4.5 Droomwoning?

De meeste respondenten zijn erg tevreden met de eigen woning en vinden het zeker een droomwoning (17 van de 25 respondenten). Acht van de respondenten geven aan dat de woning niet specifiek de ideale woning is. De respondenten die aangegeven hebben wel te willen verhuizen binnen twee jaar, zijn tevens de respondenten welke hebben aangegeven dat de huidige woning niet hun droomwoning is. Vaak is de woning of de tuin te klein. Ook geeft iemand aan niet materialistisch ingesteld te zijn; *“Het is niet specifiek een droomwoning, we zijn niet zo materialistisch ingesteld. We zijn dus ook niet echt gehecht aan deze woning.”* Daarnaast speelt ook de buurt in sommige gevallen een belangrijkere rol dan specifiek de woning. Als zij een andere woning in de omgeving zouden kunnen vinden, zouden zij net zo tevreden zijn.

Droomwoning	Aantal	Voorbeeld uitspraak:
Ja	17	<i>Ja, o.a. om de ligging, de ruimte, de tuin, het Noorderplantsoen en het uiterlijk van de gevel. We willen ook graag in deze wijk blijven.</i>
Nee	8	<i>Wel een mooie woning, maar wij hebben gewoon heel veel plannen. We zijn niet echt gehecht aan de woning.</i>

Tabel 4.6: Droomwoning

Van de woningeigenaren die de woning als droomwoning kenmerken worden onderstaande oorzaken genoemd:

- ❖ Rustige omgeving
- ❖ De buurt
- ❖ Tuin

- ❖ Karakter woning
- ❖ Uitzicht
- ❖ Vrijheid
- ❖ Eigen inrichting
- ❖ Sociale omgeving
- ❖ Voorzieningen in nabijheid
- ❖ Groen
- ❖ Privacy
- ❖ Sociale omgeving

4.6 Invloed door kandidaat

De prijs kan invloed hebben op de bewegingsbereidheid, maar ook het type kandidaat blijkt hier invloed op uit te kunnen oefenen. Zo geven 9 respondenten (36 procent) van de woningeigenaren aan dat zij het eerder aan een bepaald type kandidaat gunnen. Ten eerste zou het van belang kunnen zijn dat de kandidaat niet gaat veranderen aan de woning. Zo wordt er door een eigenaar benoemd: *“Ik heb liever iemand die niet teveel wil veranderen. Wanneer je dan weer een keertje langs fietst en je ziet dat er van alles is veranderd zou ik dit erg jammer vinden. Toch zal de prijs uiteindelijk wel de doorslag geven met 80 tot 90 %.”* Ten tweede is er een woningeigenaar welke familieleden voorrang geeft. *“Zij hebben ook interesse in de woning, het is natuurlijk een prachtige plek. Waarom zouden we het dan aan iemand anders gaan verkopen?”* Daarnaast is er een groep woningeigenaren welke het bepaalde personen eerder gunnen dan andere personen. *“De prijs heeft invloed, maar iemands gezicht moet me ook aanstaan. Die zou ik het dan wel eerder gunnen!”*

Iemand anders noemt ook: *“Het type kandidaat speelt wel mee, het is dat de woning dan gevoelsmatig in goede handen is. Wel zal de prijs doorslaggevend zijn.”* Dit geeft aan dat mensen gehecht zijn aan de woning. Zo blijkt ook uit de literatuur (Evans, 2004) dat een woning vaak emotionele waarde heeft voor een eigenaar bewoner hiervan.

Ten slotte is er een respondent welke aangeeft: *“De prijs is het belangrijkste, maar de kandidaat speelt wel een beetje mee. ' Waar zadel je je burens mee op he? Wat dat betreft zou het wel meewegen.”*

Bij elf woningeigenaren komt naar voren dat alleen de prijs invloed kan uitoefenen op de bewegingsbereidheid. De prijs kan ook van belang zijn om iets anders te kunnen kopen wat binnen de wensen valt. De woningeigenaren welke bereid zijn de woning te verkopen geven aan dat de prijs doorslaggevend zal zijn of zij er mee akkoord gaan of niet. Eigenaren zullen een woning liever niet willen verkopen wanneer dit leidt tot een nominaal verlies (Genesove & Mayer, 2001).

Invloed bewegingsbereidheid	Aantal	Voorbeeld uitspraak:
Alleen de prijs	11	<i>Alleen een goed bod.</i>
Grotendeels prijs en ook de kandidaat	9	<i>Type kandidaat speelt wel mee. Gevoelsmatig dat de woning in goede handen is. Wel zal de prijs doorslaggevend zijn.</i>
Geen van beide	5	<i>Niets</i>

Tabel 4.7: Invloed bewegingsbereidheid

4.7 Invloed persoonlijke kenmerken eigenaar bewegingsbereidheid

Er zijn verschillende kenmerken die invloed hebben op de bewegingsbereidheid.

In hoofdstuk 2 zijn de verschillen welke uit de theorie naar voren komen behandeld. Dit waren:

1. Factoren in verband met de woning en/ of woonomgeving;
2. Factoren welke samenhangen met de samenstelling van het huishouden;
3. Factoren in verband met (verandering van) werk/opleiding;
4. Factoren in verband met de situatie op de woningmarkt;
5. Factoren welke samenhangen met de wisseling tussen huur/koop;
6. Overige factoren. Dit betreft de restcategorie, waar alle factoren welke met gezondheid of het meeverhuizen met ouders onder vallen.

In dit onderzoek zijn de woning, de huishoudenssamenstelling en de gezondheid genoemd als doorslaggevende factoren voor een verhuizing. Zo zijn sommige mensen eerder geneigd de woning te verkopen, omdat de woning niet meer voldoet door veranderingen de huishoudenssamenstelling. Door gezinsuitbreiding kan het zo zijn dat de woning niet meer over voldoende slaapkamers beschikt en ook wordt er vaak genoemd dat mensen meer ruimte om huis zouden willen hebben met kinderen. Verder blijkt uit dit onderzoek dat mensen bewegingsbereid kunnen worden wanneer zij ouder worden en daardoor genoodzaakt zijn om te verhuizen.

Invloeden bewegingsbereidheid	Aantal	Voorbeeld uitspraak:
Woning/woonomgeving	4	<i>We zouden het liefst zouden net buiten het dorp wonen. Aan de rand van het dorp.</i>
Huishoudenssamenstelling	4	<i>De kinderen gaan langzamerhand allemaal uit huis, dus de woning wordt te groot voor ons.</i>
Gezondheid	2	<i>Omdat we dan ouder worden is deze woning niet ideaal meer door het grote aantal trappen.</i>

Tabel 4.8: Invloed bewegingsbereidheid

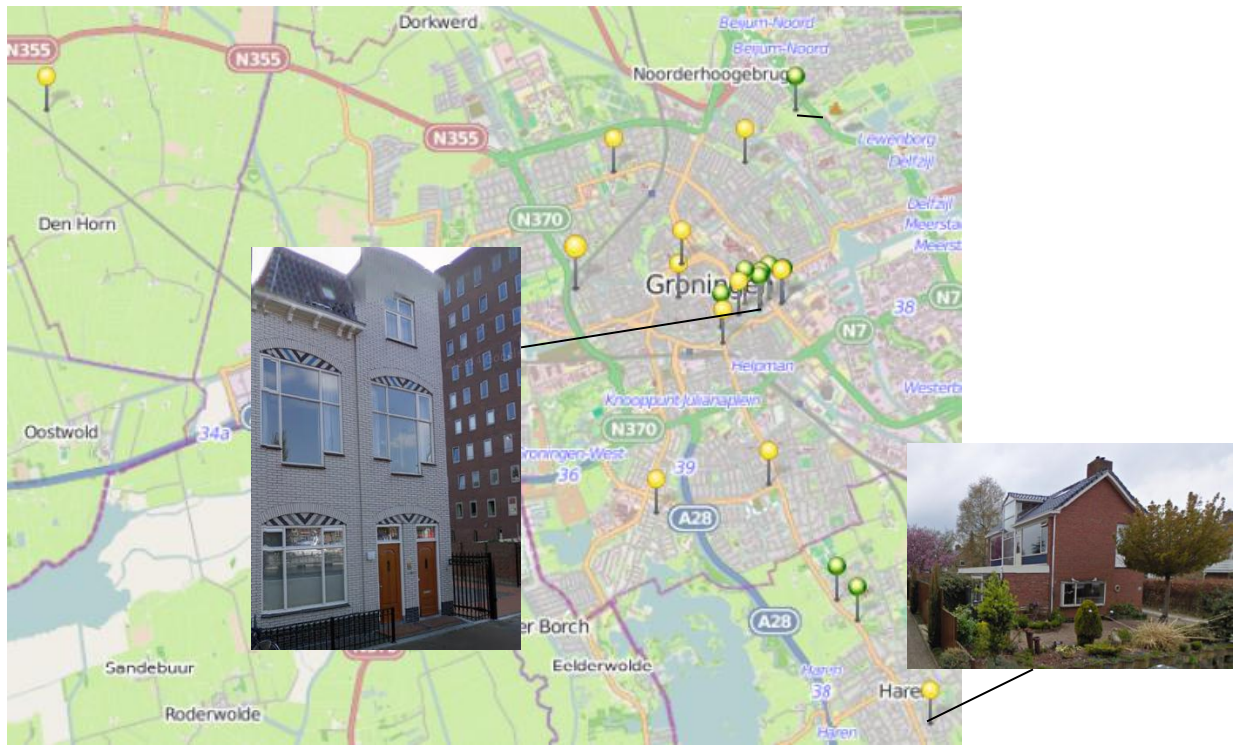
4.8 Impressie reële en ultieme droomwoningen



Figuur 4.1: Reële droomwoningen





Figuur 4.2: Ultieme droomwoningen



Figuur 4.3: Droomwoningen omgeving Groningen



Figuur 4.4 Droomwoningen omgeving Friesland

 = reële droomwoning
  = ultieme droomwoning

5. Discussie en aanbevelingen

5.1 Discussie

In dit verkennende onderzoek is gemeten in hoeverre mensen bereid zijn de woning te verkopen en welke factoren hier invloed op uitoefenen. Door eerst mensen te vragen naar droomwoningen wordt er een reëel beeld geschetst welke woningen voor een dergelijke tool in aanmerking kunnen komen. Door bij deze woningeigenaren aan te bellen is een beeld geschetst van de realiteit.

Dit onderzoek komt grotendeels overeen met de verwachtingen die aan het eind van hoofdstuk 2 zijn geschetst.

Verhuismotieven

De verhuismotieven die in de literatuur naar boven komen, zijn ook in dit onderzoek redenen voor woningeigenaren om te verhuizen. Alleen de factoren 'wisseling tussen huur/koop' en 'werk/opleiding' zijn niet voorgekomen in dit onderzoek. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat dit meer urgente factoren zijn en waarschijnlijk op korte termijn gerealiseerd moeten worden. Zo komt ook in de literatuur naar voren dat verhuizen voor werk en opleiding gezien kan worden als een urgent verhuismotief (Groot, 2011). Wanneer iemand van koop naar huur gaat heeft dit vaak te maken met financiële redenen, waardoor mensen genoodzaakt zijn om spoedig te verhuizen naar een huurwoning. Ook dit kan hierdoor gezien worden als een verhuismotief welke op de korte termijn gerealiseerd moet worden.

Compensatie emotionele gehechtheid

Ten tweede is verwacht vanuit de literatuur dat woningeigenaren vaak zijn gehecht aan de woning en/of woonomgeving (Dynarski, 1986), zodat wanneer zij de woning verkopen wel gecompenseerd willen worden voor dit verlies. Ook dit komt naar voren in dit onderzoek. Gemiddeld vragen woningeigenaren die op korte termijn bereid zijn de woning te verkopen 38 procent meer dan de WOZ-waarde. De WOZ-waarde is gebruikt, omdat dit de meest nauwkeurige afspiegeling vormt van de markt in dit geval.

Monetaire en niet-monetaire kosten

In dit onderzoek is ook conform de theorie van Dynarski (1986) naar voren gekomen dat mensen het teveel moeite vinden om te gaan verhuizen (monetaire kosten) en dat mensen gehecht zijn aan de woning en de omgeving (niet monetaire kosten). Hierdoor kan gesteld worden dat de verkoop van niet te koopstaande woningen met name kans van slagen maakt wanneer mensen meer willen bieden dan de WOZ-waarde. In totaal zijn 4 respondenten (ca. 24 procent), die antwoord hebben gegeven op de vraag over de minimale bieding, bereid de woning te verkopen met een percentage van 0 tot 10 procent boven op de WOZ-waarde. Verwacht wordt dat er kopers zijn die 10 procent meer bereid zijn te betalen dan de WOZ-waarde. Ook zijn er 4 respondenten bereid de woning te verkopen bij een percentage van 10 tot 20 procent boven op de WOZ-waarde. Ook dit is niet onrealistisch en zou in de praktijk best voor kunnen komen. Dit geeft aan dat er een mogelijkheid zou kunnen zijn dat een deal kans van slagen heeft, omdat de minimale biedingen niet allemaal onrealistisch zijn.

Gezin of niet?

Er is ook verwacht dat er een verschil is tussen huishoudenssamenstellingen met grote samenhang en huishoudenssamenstellingen met weinig samenhang (Feijten & Mulder, 2002). Er is door een aantal respondenten wel aangegeven dat er rekening gehouden wordt met de kinderen of met de partner. Er komt echter vaker voor dat huishoudens juist moeten verhuizen in verband met de kinderen, omdat er bijvoorbeeld meer slaapkamers nodig zijn of dat er een tuin gewenst is voor de kinderen. Er kan dus niet geconcludeerd worden dat gezinnen minder snel verhuizen. Ook kan in dit onderzoek niet bevestigd worden dat huishoudens in een eengezinswoning minder snel verhuizen dan een huishouden in een meergezinswoning (appartementen en gedeelde accommodaties). Een verklaring hiervoor is dat de droomwoningen met name eengezinswoningen zijn, waardoor hiertussen geen vergelijking gemaakt kan worden.

Belangstelling voor nieuwe tool?

In dit onderzoek is meerdere malen genoemd dat eigenaren al eerder briefjes in de brievenbus gehad hebben van belangstellenden. Dit geeft aan dat er zeker mogelijkheden zijn voor een dergelijke tool. In plaats van dat mensen briefjes in de brievenbus doen, kan het dan gedaan worden via het internet. Steeds meer mensen maken gebruik van het internet blijkt uit een onderzoek van het CBS (2013), waardoor woningzoekers en woningeigenaren van niet te koopstaande woningen op een snelle manier bij elkaar gebracht kunnen worden.

Een ander voorbeeld welke bevestigd dat een dergelijke tool een uitkomst kan bieden komt van een van de woningeigenaren welke benaderd is. Het huishouden van de woningeigenaar bestaat uit een gezin met twee kinderen. Doordat de woning te klein is met twee kinderen, zijn zij op zoek naar een nieuwe woning. Omdat ze erg tevreden zijn met de omgeving, zouden zij graag een grotere woning willen in de zelfde buurt. Echter wordt er geen woning aangeboden in de omgeving via een makelaar die aan de wensen voldoet. Zij zijn al vijf jaar aan het zoeken voor een geschikte woning. Doordat zij wanhopig worden zijn zij begonnen met de makelaar met flyeren bij niet te koopstaande woningen die geschikt lijken voor het gezin. Dit geeft aan dat dit ook via een tool zou kunnen. Daarnaast hebben zij de eigen woning nog niet aangeboden als te koop zijnde, omdat zij denken dat de woning courant genoeg is en daar zij zelf eerst een geschikte woning willen vinden. Ook dit geeft aan dat er mensen zijn die wachten met de verkoop, maar eventueel wel bewegingsbereid kunnen zijn.

De woningeigenaren die benaderd zijn, zijn bijna allemaal enthousiast bij het horen dat er belangstelling is voor de woning. Niet iedereen is bereid de woning te verkopen, deze groep omvat 10 van de 25 benaderde woningeigenaren (40 procent). Zij zijn niet bewegingsbereid, doordat zij vaak erg gehecht zijn aan de woning/ woonomgeving. Dit zou echter kunnen veranderen wanneer zij door een van de verhuismotieven toch geconfronteerd worden met een noodzakelijke verhuizing. De rest van de respondenten is wel bereid de woning te verkopen, nu of in de toekomst (60 procent). Van de woningeigenaren die op korte termijn bereid zijn te verhuizen is het percentage dat zij hoger willen dan de WOZ-waarde gemiddeld 38 procent. In totaal vraagt 5 van de respondenten een prijs die 70 procent hoger is dan de WOZ-waarde. Het is niet waarschijnlijk dat iemand dit voor een woning wil neerleggen. Niet alleen de prijs blijkt invloed te hebben, maar ook

de kandidaat kan invloed uitoefenen op de bewegingsbereidheid. Mensen die aangeven de woning in de zelfde staat te houden, aardig worden gevonden door de eigenaar of familie is van de eigenaar maken eerder kans om de woning te kunnen kopen. Dit is opvallend en geeft aan dat wanneer mensen graag een bepaalde woning willen kopen hier rekening mee kunnen houden om zo meer kans te maken. Woningeigenaren die zelf hun eigen woning niet een droomwoning vinden zijn tevens de respondenten die bereid zijn de woning te verkopen. Dit zou zo kunnen zijn, omdat zij van het geld mogelijk wel een woning zouden kunnen kopen welke aan de wensen voldoet van de respondent.

Gevolgen woningmarkt en makelaardij

Uit onderzoek is gebleken dat het aantal transacties de afgelopen jaren sterk is terug gelopen. De waarde van koopwoningen is gemiddeld met 9 procent gedaald (2006-2012) blijkt uit onderzoek van Woon (2012). Deze tool zou echter voor meer transacties kunnen zorgen, doordat mensen ook op niet te koopstaande woningen kunnen bieden. Deze mensen zullen weer voor een nieuwe woning moeten zoeken en zo zou er een 'sneeuwbaaleffect' kunnen ontstaan. Wel moet er vaak meer geboden worden om een niet te koopstaande woning te kunnen kopen, het zal dus voornamelijk bruikbaar zijn voor een categorie met een hoge koopkracht.

Het zou voor een nieuwe niche kunnen zorgen in de makelaardij. Uit onderzoek van Saber & Messinger (2010) blijkt dat door de opkomst van het internet de toegevoegde waarde van een makelaar daalt voor consumenten. Een nieuwe niche (niet te koopstaande woningen) kan zorgen voor nieuwe mogelijkheden en kan er toe leiden dat het beroep van de makelaar staande kan blijven.

5.1.2 Beperkingen onderzoek

Er zijn een paar beperkingen bij dit onderzoek. Ten eerste zijn er geen contactgegevens van belangstellenden die de tool hebben ingevuld. Door dit wel te hebben kan gekeken worden of de interesse in de woning ook echt kans van slagen heeft en kan resulteren in een deal. Ten tweede zou de tool een opzichzelfstaand instrument moeten worden. Er is nu nog veel hulp nodig bij het invullen van de tool. In de praktijk zou de tool gebruiksvriendelijk moeten zijn voor zowel jong als oud.

5.2 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

Dit onderzoek kan worden gezien als een verkennend onderzoek. Voor vervolgonderzoek zou ik aanbevelen om het onderzoek uit te voeren over een grotere populatie. Zo kan er nog meer onderscheid gemaakt worden tussen groepen respondenten die wel bewegingsbereid zijn en groepen die niet bewegingsbereid zijn. Ook zou het verdienmodel van een dergelijke tool verder uitgewerkt kunnen worden. Wanneer het kosten meebrengt voor diegene die reageert, zullen zij eerder geneigd kunnen zijn om rechtstreeks naar de woning te gaan en op de ouderwetse manier een briefje in de brievenbus doen. Om dit te voorkomen zouden er meer diensten aangeboden kunnen worden. Bij een match zou er bijvoorbeeld hulp geboden kunnen worden bij de kennismaking en de onderhandelingen door een gespecialiseerde makelaar.

6. Conclusie

De intentie van dit onderzoek is om inzicht te verkrijgen in de factoren die een rol spelen bij de bewegingsbereidheid van eigenaren van een niet te koopstaande woning. Er is nog geen medium waarop zoekers interesse kunnen tonen in niet te koopstaande woningen. Dit zou kunnen zorgen voor een prikkeling van de woningmarkt, door nieuwe transactiemogelijkheden en betere 'matches' tussen woningzoekers en eigenaren.

Er zijn verschillende redenen waarom mensen verhuizen. Onderstaande zes factoren komen uit de literatuur naar voren. Factoren in verband met:

1. Woning en/ of woonomgeving
2. Samenstelling van het huishouden
3. Werk/opleiding
4. Situatie op de woningmarkt
5. Wisseling tussen huur/koop
6. Overige factoren.

Het gaat vaak om een samenspel van meerdere factoren. Hierbij zou interesse van een geïnteresseerde woningzoeker ook bij kunnen dragen aan de factoren om te gaan verhuizen. Dit zou een opzichzelfstaande factor kunnen zijn, maar het zou ook samen met een andere factor de bewegingsbereidheid kunnen vergroten.

Uit de gesprekken met de woningeigenaren blijkt ten eerste dat 21 respondenten (84 procent) erg enthousiast zijn bij het horen dat er interesse is in de woning. Hierbij kan het voor een geruststelling zorgen dat er nog interesse is in de woning, maar vaak zijn mensen gewoon erg trots. Vier benaderde woningeigenaren hebben eerder zelf al een aantal keer een briefje in de brievenbus gehad van een belangstellende. Niet alle benaderde woningeigenaren zijn bereid de woning te verkopen. Zo zijn 10 (40 procent) woningeigenaren niet bereid om de woning te verkopen. Daarentegen zijn 5 (20 procent) woningeigenaren wel bereid de woning te verkopen op korte termijn en 4 woningeigenaren (16 procent) bereid de woning in de toekomst te verkopen. Tot slot zijn 6 (24 procent) woningeigenaren bereid de woning te verkopen wanneer zij hiervoor een goed bod kunnen krijgen. Bijna alle respondenten een hoger bod dan de WOZ-waarde. Van de woningeigenaren die op korte termijn bereid zijn te verhuizen is het percentage dat zij hoger willen dan de WOZ-waarde gemiddeld 38 procent in dit onderzoek. Dit geeft aan dat woningeigenaren vaak wel bereid zijn de woning te verkopen, maar dat dit wel leidt tot een hogere vraagprijs. Ook blijkt dat niet alleen de prijs invloed heeft op de bewegingsbereidheid, maar dat het type kandidaat hier ook invloed op kan oefenen. Zo geven 9 van de 25 respondenten (36 procent) aan dat zij het liever aan een bepaald persoon verkopen, omdat zij de woning graag niet drastisch willen zien veranderen, omdat zij de burens aardige mensen gunnen of omdat zij het gewoon eerder aan iemand gunnen die zij aardig vinden. Wel is de prijs uiteindelijk doorslaggevend.

Of iemand bewegingsbereid is om te verhuizen verschilt dus per persoon. Dit hangt af van de mate waarin iemand gehecht is aan de woning. Mensen die de eigen woning niet als droomwoning zien, zijn tevens de mensen die aangegeven hebben de woning wel te willen verkopen. Daarnaast hangt het af van de factoren die zorgen voor bewegingsbereidheid, zo kunnen mensen bijvoorbeeld

genoodzaakt zijn te verhuizen door een veranderende samenstelling van het huishouden. Tot slot kunnen mensen bereid zijn te willen verhuizen wanneer zij een hoge prijs kunnen krijgen en hiervan zelf een woning kunnen kopen welke beter voldoet aan de wensen. Bijna alle respondenten hebben aangegeven een hogere prijs te willen ontvangen dan de WOZ-waarde van de woning. Een dergelijke tool zou voor meer transacties kunnen zorgen, doordat de woningmarkt geprikkeld zou kunnen worden door het 'sneeuwbaaleffect'. Ook kan het een nieuwe niche aanboren voor makelaars, zij kunnen hierdoor onderscheidend vermogen bieden door ook niet te koopstaande woningen als mogelijkheid te zien.

Bibliografie

Albrecht, J., Anderson, A., Smith, E. & Vroman, S., 2007. Opportunistic matching in the housingmarket. *International economic review*, 48(2), pp.641-64.

Anon., 2011. *Wonen naar keuze*. Vereniging eigen huis.

Arnold, M.A., 1992. The Principal-Agent Relationship in Real Estate Brokerage Services. *Real estate economics*, 20(1), pp.89-106.

Boumeester, H.J.F.M., 2004. *Duurdere koopwoning en wooncarrière: Een modelmatige analyse van de vraagontwikkeling aan de bovenkant van de Nederlandse koopwoningmarkt*. Delft: University Press.

Brown, L.A. & Moore, E.G., 1970. The intra-urban migration process: a perspective. *Geografiska Annaler*, 52(1), pp.1-13.

Capital value, 2014. *Onderzoek / De woning (beleggings)markt in beeld*. Utrecht: Capital value.

Carrilo, E., 2013. To sell or not to sell: Measuring the heat of the housingmarket. *Real estate economics*, 41(2), pp.310-46.

CBS, 1994. *Relatie- en gezinsvorming in de jaren 90*. Voorburg: CBS.

CBS, 2013. *Een derde van de 75-plussers gebruikt internet*. [Online] Available at: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/dossiers/vergrijzing/publicaties/artikelen/archief/2013/2013-3834-wm.htm> [Accessed 12 juni 2014].

CBS, 2013. *Statline; Bouwen & Wonen*. [Online] Available at: <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=81886ned&D1=0,3,6&D2=0&D3=4,9,14,19,24,2> [Accessed 11 februari 2014].

CBS, 2014. *Prijzen bestaande koopwoningen in december bijna 4 procent lager dan jaar eerder*. [Online] Available at: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/bouwen-wonen/publicaties/artikelen/archief/2014/2014-01-21-m11.htm> [Accessed 11 februari 2014].

Clark, W.A.V.; Mulder, C.H., 2000. Leaving home and entering the housing market. *Environment and Planning A*, 32(9), pp.1657-71.

Clark, W.A.V. & Dieleman, F.M., 1996. *Households and Housing: Choice and Outcomes in the housingmarket*. New Brunswick, NJ: Center for urban policy research.

Clark, W.A.V. & Onaka, J.L., 1983. Life cycle adjustment as explanations of residential mobility. *Urban studies*, 20(1), pp.47-57.

Cruzen, 2006. *Internet interactions*. [Online] Available at: <http://www.car.org/index.php?id == MzY3Nji> [Accessed 21 mei 2014].

Dynarsky, M., 1986. Residential Attachment and Housing Demand. *Urban studies*, 23(1), pp.11-20.
Ekamper, P. & Huis, M.v., 2004. *Verhuizingen en huishoudensveranderingen in Nederland: verschillen tussen COROP-regio's*. Den Haag: NIDI.

Ermisch, J. & Di Salvo, P., 1996. Surprises and housing tenure decisions in Great Britain. *Journal of Housing Economics*, 5(3), pp.247-73.

Evans, A.W., 2004. *Economics, Real Estate And The Supply Of Land*. Blackwell Publishing.

Feijten, P. & Mulder, C.H., 2002. The timing of household events and housing events: A longitudinal perspective. *Housing Studies*, 17(5), pp.773-92.

Floor, H., Goetgeluk, R. & Kempen, v., 1996. *Migratiestromen uit de Randstad*. Utrecht: KNAG.

Floris, 2014. *Fundateller:Aantal koophuizen op www.funda.nl*. [Online] Available at: <http://www.floris.nu/funda/> [Accessed 14 februari 2014].

Genosove, D. & Mayer, C., 2001. Loss aversion and seller behaviour. *The Quarterly Journal of Economics*, 116(4), pp.1233-60.

Goetgeluk, R., 1997. *Bomen over Wonen, woningmarktonderzoek met beslissingsbomen*. Utrecht: Universiteit Utrecht, Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen.

Groot, C., 2011. *Intentions to move, residential preferences and mobility behaviour*. Faculty of Social and Behavioural Sciences.

Groot, C.d., Manting, D. & Boschman, S., 2008. *Verhuiswensen en verhuisgedrag in Nederland; een landsdekkende studie*. Den Haag: PBL.

Henley, A., 1988. Residential mobility, housing equity and the labour market. *The Economic Journal*, 108(447), pp.414-27.

Konter, W. & van den Booren, H., 1988. *Hoe zwaar mag een verhuiscens wegen? Een onderzoek naar de realisatie van verhuis- en woonwensen van niet-gehuwde jongeren tot 35 jaar en ouder en ouderen van 55 jaar en ouder*. Haarlem: Werkgroep Regionaal en Lokaal Woningmarktonderzoek.

Levitt, S.D. & Syverson, C., 2008. Market Distortions When Agents Are Better Informed: The Value of Information in Real Estate Transaction. *The Review of Economics and Statistics*, 90(4), pp.599-611.

Lundberg, P. & Skedinger, P., 1999. Transaction taxes in a search model of the housing market. *Journal of Urban Economics*, 45(2), pp.385-99.

Merlo, A. & Ortalo-Magné, F., 2004. Bargaining over residential real estate: evidence from England. *Journal of Urban Economics*, 56(2), pp.192-216.

Michelson, W., 1977. *Environmental Choice, Human Behavior, and Residential Satisfaction*. New York: Oxford University Press.

Mulder, C. H.; Hooimeijer, P., 1999. *Residential relocations in the life course*. Nederland: Springer Netherlands.

Mulder, C.H., 1993. *Migration Dynamics: A Life Course Approach*. Amsterdam: Thela Thesis.

Mulder, C.H. & Wagner, M., 1998. First-time home-ownership in the family life course: A West German-Dutch comparison. *Urban studies*, 35(4), pp.687-713.

Qian, W., 2013. Why Do Sellers Hold Out in the Housing Market? An Option-Based Explanation. *Real estate economics*, 41(2), pp.384-417.

Raviv, A., Keinan, G. & Abazon, Y., 1990. Moving as a stressful life event for adolescents. *Journal of Community Psychology*, 18(2), pp.130-40.

Reerink, R., 2013. *Droomhuismatching: Een onderzoek naar de bereidheid tot verkoop van niet te koop staande woningen in Nederland*. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen.

Richardson, H. & Zumpano, L.V., 2012. Further Assessment of the Efficiency Effects of Internet Use in Home Search. *Journal of real estate research*, 34(4), pp.515-48.

Rossi, P., 1955. *Why families move*. Glencoe, IL: Free Press.

Saber, J.L. & Messinger, P.R., 2010. The Impact of e-Information on Residential Real Estate Services: Transaction Costs, Social Embeddedness, and Market Conditions. *Canadian journal of administrative sciences*, 27(1), pp.53-67.

Short, J.R. & Teedon, P., 1997. The urban order: An introduction to cities, culture and power. *Geographical Journal*, 42(1), pp.308-09.

VROM, Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke ordening en Milieubeheer, 2003. (2003), *Gescheiden markten?* Den Haag.

Wagner, M., 1989. *Raumliche Mobilitat im Lebenslauf. Eine empirische Untersuchung sozialer Bedingungen*. Stuttgart: Enke.

Woon, 2012. *Wonen in ongewone tijden*. Den Haag: Ministerie van VROM.

BIJLAGE 1

Enquête bewegingsbereidheid

Ik ben bezig met mijn afstudeeronderzoek voor de opleiding vastgoedkunde aan de RUG. Het onderzoek gaat over de bewegingsbereidheid van eigenaren van niet te koopstaande woningen. Er is een website ontwikkeld waarop mensen een droomwoning kunnen markeren. Een aantal mensen hebben aangegeven een droomwoning te hebben welke zij mogelijk in de toekomst zouden willen kopen. Uw woning is ook gemarkeerd als droomwoning!

1. Wat vindt u hiervan?

2. Bent u eventueel bereid om de woning te verkopen?

Ja, omdat...

Nee, omdat...

3. Binnen welke termijn zou u de woning dan willen verkopen?

4. Wat is de reden voor deze keuze?

5. De respondent heeft een schatting van de waarde gemaakt van uw woning om te kijken of hij/zij een reëel beeld heeft van de koopprijs. Wat is de WOZ- waarde van de woning?

6. Wat zou iemand minimaal moeten bieden, zodat u eventueel wel bereid bent de woning te verkopen?

7. Zoals ik heb aangegeven is uw woning als droomwoning aangevinkt, is dit huis ook uw droomwoning?

Ja, omdat.....

Nee, ander type woning omdat.....

8. Wat heeft invloed op de bewegingsbereidheid om te verhuizen?

- A. Type kandidaat, omdat...
- B. Prijs, omdat...
- C. Anders.....

Persoonsgegevens

9. Wat is uw geslacht?

- A. Man
- B. Vrouw

10. Wat is uw leeftijd?

.....

11. Wat is uw huishoudenssamenstelling?

- Alleenstaand
- Alleenstaand met kind(eren)
- Samenwonend/gehuwd
- Samenwonend/gehuwd met kind(eren)

- Anders....

12. Wat is uw hoogst genoten opleiding?

- Lager onderwijs/ basisonderwijs of lager beroepsonderwijs
- Lager/middelbaar algemeen voortgezet onderwijs of lager/middelbaar beroepsonderwijs (ROC, V(M)BO etc.)
- Hoger algemeen voortgezet onderwijs (HAVO) of voorbereidend wetenschappelijk onderwijs (VWO)
- Hoger beroepsonderwijs (HBO) of wetenschappelijk onderwijs (WO)
- Anders....

13. Wat is uw netto gezinsinkomen per maand?

- Minder dan €1.000
- Tussen €1.000 en €1.750
- Tussen €1.750 en €2.500
- Tussen de €2.500 en €3.250
- Meer dan €3.250
- Weet niet / wil ik niet zeggen

Bent u geïnteresseerd in de uitkomsten van mijn onderzoek? Dan kan ik u die per email toesturen. Geeft u dan hieronder uw emailadres.

Bedankt voor het deelnemen aan het onderzoek!