

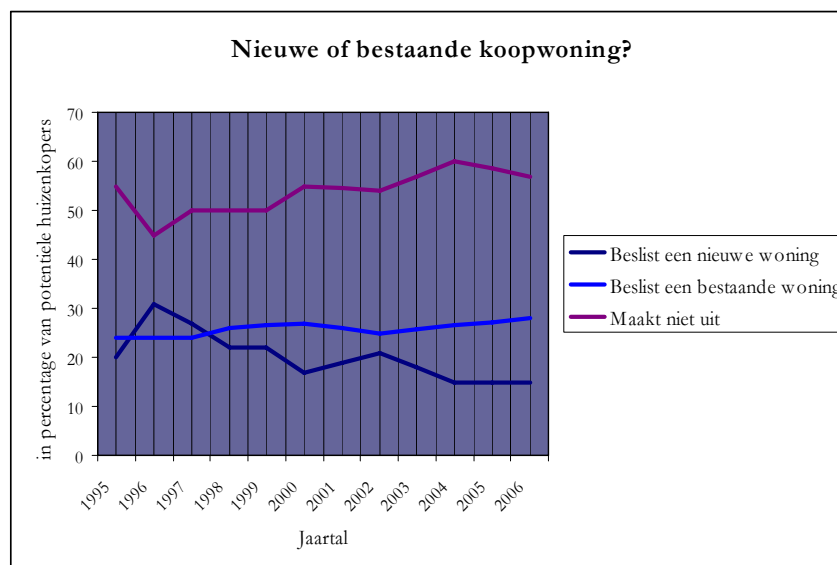
## **BIJLAGENOVERZICHT:**

- 1 WOONWENSEN**
- 2 VINEX**
- 3 HET ONTWIKKELINGSPROCES EN ACTOREN**
- 4 ZEGGENSCHAPSMETER**
- 5 BOUWLADDER RIGO**
- 6 CONSUMENTGERICHT ONTWIKKELEN VOLGENS SBR**
- 7 CONSUMENTGERICHT ONTWIKKELEN VOLGENS BUREAU MIDDELKOOP**
- 8 VRAGENLIJST**
- 9 INDIVIDUELE UITWERKING INTERVIEWS MARKTLEIDERS**
- 10 DATAMATRIX**

# 1 WOONWENSEN

In deze bijlage zijn de woonwensen op het gebied van nieuwe of bestaande koopwoning, het wonen op een eigen kavel en eigen invloed op een woning in een bouwproject in kaart gebracht. De onderstaande figuren berusten op cijfers uit Huizenkopers in profiel van het NVB uit het 3e kwartaal van 2006.

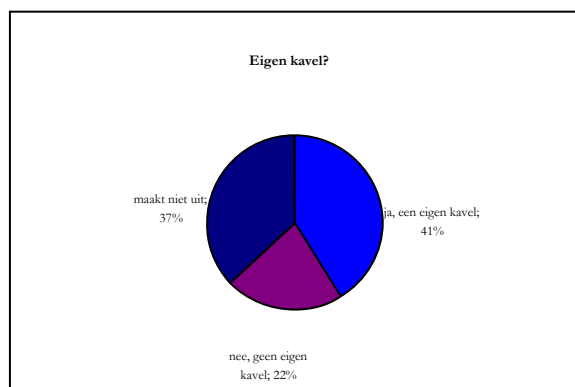
Figuur 1 Nieuwe of bestaande koopwoning



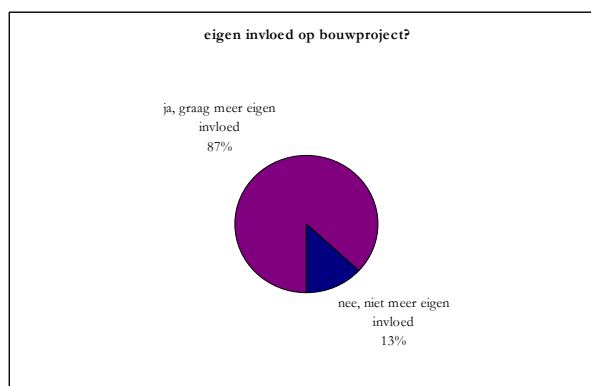
In bovenstaand figuur is het resultaat weergegeven van de onderzoeksvraag of men bij de keuze van een volgende woning beslist een bestaande woning zal kiezen, beslist een nieuwe woning of dat het niet uit maakt.

## BIJLAGEN

figuur 2 Eigen kavel



figuur 3 eigen invloed op bouwproject



In figuur 2 en 3 is het resultaat weergegeven van het aantal kopers dat bij nieuwbouw specifieke wensen heeft, zoals een eigen kavel of meer eigen inbreng (individuele keuzevrijheid)

### Het profiel

'Graag nieuw huis uit een bouwproject en meer eigen inbreng'

Gemiddeld profiel van gegadigden voor een nieuw huis met meer eigen inbreng, 2006

#### Omvang groep

Aantal gegadigden

: 87% van geïnteresseerden in nieuwbouwwoning

#### Financieel

Gewenste koopprijs

: €275.000

Maximale hypotheek

: €300.000

Netto jaarinkomen

: €37.200

Totale bestedingsruimte

: €390.000 (inclusief maximale hypotheekruimte, eventuele overwaarde en eigen geld)

#### Woonvoorkeur

Gewenste prijsklasse

- Zeer luxe vanaf €350.000 (20%)
- Luxe van €250.000 tot €350.000 (43%)
- Middenklasse van €150.000 tot €250.000 (34%)
- Basisklasse tot €150.000 (3%)

Gewenste woninggrootte : 154 m<sup>2</sup>

Gewenste woonkamer : 40 m<sup>2</sup>

Gewenste ouderslaapkamer : 15 m<sup>2</sup>

Voorkeur extra kamer beneden bij eengezinswoningen (43%)

Gewenste woonvorm

- Appartement/penthouse (0%)
- Vrijstaand (33%)
- 2-1 kap (45%)
- Rij/hoek/drive-in woning (22%)

Voorkeur garage (71%)

Voorkeur grote achtertuin vanaf 10 meter bij eengezinswoningen (77%)

## BIJLAGEN

### Gewenste architectuur

- Traditioneel/schuine kap (57%)
- Experimenteel (16%)
- Modern/plat dak (21%)

### Locatievoorkeur

#### Gewenste buurtvoorzieningen

- Winkels dagelijkse boodschappen (61%)
- Bushalte (53%)
- Openbaar park (55%)
- NS station (22%)
- Scholen (47%)
- Restaurants/terrasjes (17%)
- Cafés (13%)

#### Gewenste gemeente

- Grote stad (vanaf 100.000 inwoners) (21%)
- Stad/middelgrote gemeente (50.000 tot 100.000 inwoners) (53%)
- Kleine/middelgrote gemeente (25.000 tot 50.000 inwoners) (55%)
- Dorp of platteland (tot 25.000 inwoners of buiten bebouwde kom) (22%)

### Doorstroming

#### Waar wil men heen?

- Zelfde gemeente (66%)
- Andere gemeente (16%)
- Buitenland (1%)
- Maakt niet uit (17%)

#### Wat laten zij achter?

- Huurwoning tot 350 euro p.m. (3%)
- Huurwoning van 350 euro tot 500 euro p.m. (16%)
- Huurwoning vanaf 500 euro p.m. (9%)
- Koopwoning tot 200.000 euro (20%)
- Koopwoning van 200.000 euro Tot 300.000 euro (32%)
- Koopwoning vanaf 300.000 euro (20%)

### Overig

#### Hoe serieus zijn de verhuisplannen?

- Zeer serieus (22%)
- Minder serieus (78%)

Leeftijd:

42 jaar

Autobezit

1,3 auto's

Aantal inwonende personen

2,7 personen

### Opmerkingen

Bijna iedereen die een nieuw huis wenst, wil graag meer eigen invloed.

## 2 VINEX

### Vinex-wijken worden Bijlmers van de toekomst'

*Van onze verslaggevers*

AMSTERDAM - De Vinex-wijken die nu overal in het land verrijzen zijn de Bijlmers van de toekomst. Over twintig jaar moeten deze nieuwe woonwijken rond de grote steden in de Randstad en Noord-Brabant net als de Amsterdamse woonwijk de Bijlmer al grondig worden opgeknapt, denkt een meerderheid van woningcorporaties, projectontwikkelaars en overheidsinstanties. Dat blijkt uit een enquête die het kennisplatform Bouwkennis heeft gehouden onder ruim vierhonderd betrokkenen.

Van de ondervraagde gemeentelijke bestuurders is 63 procent van mening dat de nieuwe woonwijken rond 2025 onder handen moeten worden genomen. Ironisch genoeg zijn veel van deze wijken, zoals Leidsche Rijn bij Utrecht en IJburg bij Amsterdam nu nog volop in aanbouw. De renovatie is deels nodig omdat incidenteel de kwaliteit van materialen en architectuur te wensen overlaat.

De doorstroming op de huizenmarkt is een ander probleem, denken betrokkenen. In Vinex-wijken zouden te weinig huizen met tuin worden gebouwd, terwijl er te veel appartementen beschikbaar zijn.

Uit onderzoek van de Volkskrant is eerder gebleken dat in Vinex-wijken flink wordt bezuinigd op groenvoorzieningen en dat er bij de aanbouw te weinig parkeerplaatsen zijn aangelegd. Aangezien gemeenten over de voortgang van de Vinex-wijken weinig informatie publiceren, kunnen gemeenteraden lastig ingrijpen.

*Bron: volkskrant: 7 april 2006*

# 3 HET ONTWIKKELINGSPROCES EN ACTOREN

In deze bijlage worden de verschillende fasen van het ontwikkelingsproces uiteengezet volgens diverse visies die in paragraaf 3.3 in een tabel zijn gevoegd.

De theoretische benaderingen van het ontwikkelingsproces worden door Miles, Ratcliffe & Stubbs en volgens projectontwikkelaar Blauwhoed omschreven in de fasen hieronder uitgewerkt.

## **A** *Volgens Miles*

In het boek "Real Estate Development" spreekt Miles van een achttal fasen waarin de ontwikkelaar het onroerend goed realiseert. (bron: Miles, 2000)

### *Fase 1 Opperen van ideeën*

In de eerste fase bekijkt de ontwikkelaar de ontwikkelmogelijkheden met de nodige achtergrondkennis van de markt. Een globale haalbaarheidsanalyse wordt door de ontwikkelaar opgesteld.

### *Fase 2 Verfijning van het idee*

In de tweede fase zoekt de ontwikkelaar een locatie om het idee te realiseren, waarbij gekeken wordt naar de fysieke uitvoerbaarheid en spreekt met projectfinanciers, lokale overheden, toekomstige huurders/eigenaars, deskundigen en andere belanghebbenden. Daarnaast wordt in de tweede fase het voorlopig ontwerp gemaakt en er kan eventueel benodigd onroerend goed worden aangekocht.

### *Fase 3 Haalbaarheidstoets*

In de derde fase vindt marktonderzoek plaats naar de haalbaarheid van het project.. Naast financiële haalbaarheid wordt ook gekeken naar de marktpotentie (zoals afzetmogelijkheden en opbrengstpotenties), de technische, juridische en planologische haalbaarheid.

## BIJLAGEN

---

### *Fase 4 Contractonderhandelingen*

In de vierde fase wordt een definitief ontwerp vastgesteld op basis van de wensen van toekomstige gebruikers en na het marktonderzoek van fase drie. In dit stadium vinden onderhandelingen over contracten plaats. Huur- en verkoopprijzen worden hierbij vastgesteld en er worden de nodige vergunningen bij overheden aangevraagd.

### *Fase 5 Hanteren van formeel commitment*

In de vijfde fase worden volgens Miles de contracten getekend. Voorbeelden van deze contracten zijn de samenwerkingsovereenkomst, de realisatieovereenkomst, verhuurcontracten, koop-aannemingsovereenkomst e.d.

### *Fase 6 Bouw*

In dit stadium zorgt een ontwikkelaar ervoor dat de kosten van het project binnen het budget blijven. Eventuele veranderingen worden bekeken en eventueel ondervangen. Daarnaast draagt de ontwikkelaar zorg voor het tijdschema van de realisatie.

### *Fase 7 Oplevering en formele opening*

In de zevende fase is het vastgoed voltooid en kan de opening plaatsvinden. In deze fase wordt veel aandacht besteed aan marketing. Huurders/kopers betrekken de ruimte. Bouwkosten worden afbetaald door de ontwikkelaar.

### *Fase 8 Property-, asset- en portefeuiliomanagement*

In deze laatste fase beschrijft Miles als de fase waarin de eigenaar (ontwikkelaar/belegger of anderszins) het onroerend goed beheert, eventueel exploiteert en up-to-date houdt om waardeverlies van het onroerend goed tegen te gaan en huurinkomsten te kunnen continueren.

## **B      *Volgens Ratcliffe & Stubbs***

In het boek *Urban Planning and Real Estate Development* onderscheiden Ratcliffe & Stubbs vijf fasen in het ontwikkelingsproces. (bron: Ratcliffe & Stubbs, 1996)

### *Fase 1 Concept en eerste beschouwing*

In de eerste fase worden ideeën en vastgoedconcepten aangedragen en worden managementbeslissingen genomen over de te volgen bedrijfsstrategie. Ook wordt in deze fase marktonderzoek verricht en wordt er een geschikte locatie gezocht.

### *Fase 2 Goedkeuring locatie en haalbaarheidsstudie*

In de tweede fase wordt er geraffineerder gekeken naar de uitvoerbaarheid van het voorgestelde project. Hierbij worden onder

---

## BIJLAGEN

---

andere zaken als markttrends en locatieaspecten in ogenschouw genomen. Ook wordt in dit stadium overleg gepleegd met overheden en belanghebbende partijen. Tevens wordt een inventarisatie gemaakt van mogelijke problemen die zich kunnen voordoen gedurende het ontwikkelingsproces. Ook wordt er gekeken naar mogelijke financieringsconstructies en voorwaarden van deze financiering.

### *Fase 3 gedetailleerd ontwerp en evaluatie*

In de derde fase wordt volgens Ratcliffe & Stubbs de personen aangewezen die het project gaan leiden en wordt er tevens een programma van eisen voor het project vastgesteld. Ook wordt het voorlopige ontwerp gemaakt waarna een planning opgesteld kan worden en budgetten voor het project worden vastgesteld.

Onderhandelingen met overheden en belanghebbende partijen, zoals potentiële huurders of kopers, worden afgerond. Tevens worden de laatste veranderingen aan ontwerp, planning e.d. doorgevoerd en worden definitieve goedkeuringen gevraagd aan participerende partijen.

### *Fase 4 Contract en bouw*

In deze fase worden uitvoerende partijen gecontracteerd. Tevens wordt er aandacht besteed aan communicatiemanagement om misverstanden tussen de diverse betrokken partijen te voorkomen. Ook wordt de hele gang van zaken tijdens de bouw van het project gemonitord, zodat contracten worden nagekomen door de partijen en problemen worden verholpen.

### *Fase 5 Marketing, management en overdracht*

In de laatste fase wordt volgens Ratcliffe & Stubbs de marketing voor het project opgezet en wordt het project overgedragen aan de huurders of kopers van het project. het gehele project wordt vervolgens afgerond en geëvalueerd.

## **C** *Volgens PRC*

Ingenieursbureau voor Project Rationalisatie en Coördinatie (PRC) heeft in de PRC Driehoek basisfasering en fase-indeling weergegeven. De basisfasering bestaat uit de iD fase (de aanleiding voor het project), de 2D fase (de ontwikkeling, het plan, de 'papieren' fase) en de 3D fase (de realisatie, het projectresultaat).

Iedere fase wordt gekenmerkt door het uitvoeren van een hoeveelheid met elkaar samenhangende activiteiten die alle relevante informatie bevatten en resultaten opleveren die noodzakelijk zijn voor de betreffende fase van het ontwikkeling- en realisatieproces.

Het is van belang dat die verschillende informatie-elementen op de gewenste wijze met elkaar in evenwicht gebracht worden. Kenmerk daarbij is dat - naarmate de opeenvolgende fasen worden doorlopen - de beschikbare informatie, zowel in detail als in hoeveelheid, toeneemt. De fasen worden doorlopen van globaal naar gedetailleerd, waarmee de informatie wordt ontwikkeld

---



## BIJLAGEN

---

van grof naar fijn. (bron: www.prc.nl)

### *Fase 1 Initiatiefase*

Het vertalen van het idee naar zo duidelijk mogelijke uitgangspunten middels een haalbaarheidsstudie

### *Fase 2 Definitiefase*

De projectformulering (het te bereiken eindresultaat) in de vorm van het Programma van Eisen

### *Fase 3 Ontwerpfase*

Het uitwerken van het Programma van Eisen in een ontwerp middels diverse ontwerpstappen (schetsontwerp, voorlopig ontwerp, definitief ontwerp)

### *Fase 4 Bestekfase*

Het definitief vastleggen van de ontwerp- en uitvoeringsgegevens in aanbestedingsstukken (bestek en tekeningen), het vervolgens aanbesteden en uiteindelijk de gunning aan de uitvoerende partij(en)

### *Fase 5 Uitvoeringsfase*

Het bouwen (realiseren) van het object

### *Fase 6 Nazorgfase*

De oplevering, in gebruik name en overdracht naar de beheersorganisatie.

## **Actoren**

Tijdens een ontwikkelen van een project zijn er verschillende actoren aanwezig. Hieronder staan enkel de belangrijkste actoren vermeld bij consumentgerichte projectontwikkeling en mede-opdrachtgeverschap in de woningbouw. (bron: betaalbare variëteit in de woningbouw)

### *Consument*

De consument wordt keuzevrijheid en zeggenschap geboden door de ontwikkelaar bij consumentgerichte projectontwikkeling en mede-opdrachtgeverschap. De consument is betrokken bij het tot stand komen van de woning en eventueel ook de woonomgeving. De consument is vooraf meestal geen eigenaar van de grond

---

## BIJLAGEN

---

### *Ontwikkelaar*

De ontwikkelaar is een marktpartij welke voor eigen rekening en risico vastgoed ontwikkelt en is hierbij vaak ook eigenaar van de grond. De ontwikkelaar is ook eigenaar van het concept wat op de grond gebouwd gaat worden.

### *Aannemer*

Bouwer van het te ontwikkelen vastgoed, soms ook eigenaar van de grond en/of ontwikkelaar van het vastgoed.

### *Architect*

De architect maakt de ontwerpen voor het te ontwikkelen vastgoed, in opdracht van een ontwikkelaar of aannemer. Afhankelijk van het concept zal de architect wijzigingen van de consument doorvoeren in het proces.

### *Gemeente*

De gemeente oefent invloed uit op het te ontwikkelen vastgoed, onder andere in de vorm van bestemmingsplannen. (bron: [www.habiforum.nl](http://www.habiforum.nl), Ontwikkelingen in de procesarchitectuur, Inspiratiepapers woonwijken van de toekomst, deel 6)

---

# 4

## ZEGGENSCHAPSMETER

De zeggenschapsmeter bestaat uit 20 vragen die worden gesteld, verdeeld in 4 categorieën, namelijk:

- A. De woning in hoofdlijnen, het casco
- B. Interieur en uitrusting
- C. Techniek en installaties
- D. Proces en woonomgeving

Bij elke categorie wordt een gemiddeld percentage gevoegd in hoeverre de consument zeggenschap heeft. Honderd procent wil zeggen volledige vrijheid en zeggenschap, nul procent is geen zeggenschap en alles is al bepaald door de ontwikkelaar, ook wel traditionele ontwikkeling genoemd.

Elke vragencategorie bevat een aantal vragen waarvan het gemiddelde wordt berekend en getoond in een staafdiagram. Bij elke vraagcategorie levert het eerste antwoord nul procent op en het laatste antwoord honderd procent. Een hoog percentage geeft veel zeggenschap voor de consument.

Alvorens de vragen per categorie te beantwoorden moet er op twee algemene vragen een antwoord moeten worden ingevuld.(bron: [www.sev.nl/zeggenschapsmeter](http://www.sev.nl/zeggenschapsmeter))

### Algemene vragen

#### **Keuze ontwerp**

- Ontwerp is al bepaald
- Standaard met keuzemogelijkheden
- Gezamenlijk ontwerp
- Volledig vrij ontwerp

#### **Keuze architect**

- Keuze al bepaald
- Gezamenlijke keuze
- Lijst van architecten
- Volledig vrij

# BIJLAGEN

Vragen per categorie.

## **A. De woning in hoofdlijnen, het casco**

### **Vraag 1 Basisafmetingen van de woning**

- 1) Hierop kan geen invloed worden uitgeoefend
- 2) Individuele keuze uit verschillende breedtematen of dieptematen
- 3) Individuele keuze uit verschillende breedtematen en dieptematen
- 4) Individuele keuze uit verschillende breedtematen, dieptematen en het aantal verdiepingen
- 5) Bewoner heeft vrije individuele keuze ten aanzien van de afmetingen van de woning

### **Vraag 2 Verdiepingshoogte**

- 1) Hierop kan geen invloed worden uitgeoefend
- 2) Groep van bewoners kiest 1 variant voor alle woningen
- 3) Individuele keuze uit tenminste 2 verschillende verdiepingsmaten
- 4) Bewoner heeft vrije individuele keuze ten aanzien van de verdiepingsmaten

### **Vraag 3 Volume-uitbreidingen uitbouwen (bijkeuken, serre etc)**

- 1) Hierop kan geen invloed worden uitgeoefend
- 2) Groep van bewoners kiest gezamenlijk de keuzemogelijkheden voor alle woningen
- 3) Individuele keuze uit in ieder geval twee opties voor een uitbouw
- 4) Individuele keuze uit in ieder geval vijf opties voor een uitbouw
- 5) Bewoner heeft vrije individuele keuze ten aanzien van uitbreidingen aan de woning (alleen beperkt door stedenbouwkundige regelgeving)

### **Vraag 4 Volume-uitbreidingen voor de opbouw**

- 1) Hierop kan geen invloed worden uitgeoefend
- 2) Groep van bewoners kiest gezamenlijk voor een opbouw variant
- 3) Individuele keuze uit in ieder geval twee opties voor een uitbouw
- 4) Individuele keuze uit in ieder geval vijf opties voor een uitbouw
- 5) Bewoner heeft vrije individuele keuze ten aanzien van uitbreidingen aan de woning (alleen beperkt door stedenbouwkundige regelgeving)

## BIJLAGEN

---

### **Vraag 5 Bijgebouwen**

- 1) Hierop kan geen invloed worden uitgeoefend (garage, carport, berging etc)
- 2) Groep van bewoners kiest gezamenlijk de keuzemogelijkheden voor alle woningen
- 3) Individuele keuze uit in ieder geval twee opties voor een bijgebouw
- 4) Individuele keuze uit in ieder geval vijf opties voor een bijgebouw
- 5) Bewoner heeft vrije individuele keuze ten aanzien van bijgebouwen aan de woning (alleen beperkt door stedenbouwkundige regelgeving)

### **Vraag 6 Plattegronden**

- 1) Hierop kan geen invloed worden uitgeoefend
- 2) Individuele keuze uit ten minste twee duidelijk verschillende woonplattegronden
- 3) Binnenwanden zijn verplaatsbaar en kunnen weggelaten worden. Positie van keuken en sanitaire ruimten zijn vast
- 4) Binnenwanden zijn verplaatsbaar en kunnen weggelaten worden. Positie van keuken en sanitaire ruimten door bewoner te bepalen. Het trapgat is vast.
- 5) Individuele vrije keuze: woning is vrij indeelbaar

### **Vraag 7 Gevelmaterialisatie en -vormgeving**

- 1) Hierop kan geen invloed worden uitgeoefend
- 2) Groep van toekomstige bewoners heeft keuze uit een aantal verschillende geveluitvoeringen
- 3) Groep van toekomstige bewoners bepaalt de geveluitvoeringen, waaruit individueel gekozen kan worden
- 4) Individuele keuze uit verschillende geveluitvoeringen
- 5) individuele vrije keuze

## **B Interieur en uitrusting**

### **Vraag 8 Keuken**

- 1) Geen keuze voor keuken mogelijk
  - 2) Keuze uit een vast aantal vooraf geselecteerde keukens/uitvoeringen in projectshowroom(s)
  - 3) Vrije keuze uit verschillende keukens in projectshowroom(s)
  - 4) Mogelijkheden de woning opgeleverd te krijgen zonder geplaatste keuken tegen reële minderkosten
  - 5) Vrije keuze in showroom naar eigen keuze. In overleg worden de technische voorzieningen aangepast aan het ontwerp van de keuken. (plaatsing keuken na oplevering)
-

## BIJLAGEN

### **Vraag 9 Sanitair en tegelwerk**

- 1) Hierop kan geen invloed worden uitgeoefend
- 2) Keuze uit een aantal vooraf geselecteerde sanitair-opties
- 3) Vrije keuze uit verschillende badkamerindelingen, sanitair en tegelwerk in project-showroom(s)
- 4) Mogelijkheden de woning opgeleverd te krijgen zonder sanitair en tegelwerk tegen reële minderkosten
- 5) Vrije keuze in showroom naar eigen keuze. In overleg worden de technische voorzieningen aangepast aan het ontwerp van de badkamer. (plaatsing keuken na oplevering)

### **Vraag 10 Binnendeuren, kozijnen en dorpels**

- 1) Geen keuzemogelijkheden
- 2) Keuze uit tenminste 2 verschillende uitvoeringen/kleuren van deuren en kozijnen
- 3) Keuze uit tenminste 2 verschillende leveranciers of typen van deuren en kozijnen ( hout of metaal of kunststof)
- 4) Volledig vrije keuze

### **Vraag 11 Trap**

- 1) Hierop kan geen invloed worden uitgeoefend
- 2) De groep van bewoners kiest uit tenminste 2 van elkaar verschillende trappen
- 3) Individuele keuze uit tenminste 2 van elkaar verschillende trappen
- 4) Individuele keuze voor de trap naar wens; ook de plaats van het trapgat is een individuele keuze

## **C Techniek en installaties**

### **Vraag 12 Bouwstelsel en uitvoering van de binnenkant van de woning**

- 1) Hierop kan geen invloed worden uitgeoefend
- 2) Groep van bewoners kiest uitvoering van de binnenwanden en de vloeren
- 3) Groep van bewoners kiest bouwstelsel en uitvoering van de binnenwanden en de vloeren
- 4) Individuele keuze bouwstelsel, binnenwanden en vloeren

### **Vraag 13 W-installaties: verwarming, warmwater**

- 1) Hierop kan geen invloed worden uitgeoefend
- 2) Keuze verwarmingslichamen (fabricaat en/of kleur) bij showroom
- 3) Keuze uit verwarmingssysteem met radiatoren en/of vloerverwarming.
- 4) Keuze uit verwarmingssysteem met radiatoren en/of vloerverwarming en keuze verwarmingslichamen

## BIJLAGEN

---

- 5) Volledig vrije keuze in verwarmingssysteem (radiator, vloer- of luchtverwarming), en fabricaat van ketel, verwarmingslichamen etc.

### **Vraag 14 E-installaties: Elektra, telefoon en kabel**

- 1) Hierop kan geen invloed worden uitgeoefend
- 2) Elektra, telefoon en kabel; keuze voor tenminste 1 pluspakket
- 3) Elektra, telefoon en kabel volgens NEN 1010; keuze uit extra bedrade- en loze leidingen op vooraf aangegeven plaatsen
- 4) Volledig vrije keuze over de plaats en het aantal aansluitpunten en loze leidingen in de woning voor elektra, telefoon en kabel

### **Vraag 15 Ingebouwde flexibiliteit na oplevering**

- 1) Geen flexibel of demontabel bouwen; hierop kan geen invloed worden uitgeoefend
- 2) Keuze voor tenminste vier verplaatsbare binnenwanden.
- 3) Keuze voor tenminste vier verplaatsbare binnenwanden met keuzemogelijkheden met betrekking tot de ligging van de leidingen of toepassing plintgootsysteem
- 4) Volledige scheiding tussen casco en inbouwpakket

## **D Proces en woonomgeving**

### **Vraag 16 Klantondersteuning**

- 1) De consument wordt vooraf eenmalig geïnformeerd over de deadlines voor zijn keuzen; er is geen ondersteuning bij het maken van de keuzen
  - 2) De consument wordt vooraf eenmalig geïnformeerd over de deadlines voor zijn keuzen; met telefonische ondersteuning bij het maken van keuzes door een kopersadviseur tijdens vastgestelde spreekuren
  - 3) De consument wordt vooraf eenmalig geïnformeerd over de deadlines voor zijn keuzen; met ondersteuning bij het maken van de keuzes in een persoonlijk gesprek met de kopersadviseur
  - 4) De consument doorloopt alle fasen van het proces met de kopersadviseur. Deze houdt in de gaten of keuzes op tijd gemaakt worden.
-

## BIJLAGEN

---

### **Vraag 17      Gebruik hulpmiddelen**

- 1) Er wordt geen gebruik gemaakt van hulpmiddelen om het keuzeproces te ondersteunen
- 2) Om het keuzeproces te faciliteren is een uitgebreide meerwerklijst met tekeningen van de opties beschikbaar
- 3) Om het keuze proces te faciliteren is een uitgebreide meerwerklijst met tekeningen van de opties beschikbaar met 3D plaatjes en/of foto's van de opties
- 4) Gebruik van een (demontabele) maquette van de opties of toepassing van interactieve visuele instrumenten (woningconfigurator)

### **Vraag 18      Bouwtijd**

- 1) Er is geen vastgestelde opleverdatum
- 2) Inzicht in de bouw- en oplevertijd en op de hoogte gehouden worden van eventuele vertragingen conform de geldende GIW-eisen. Het aantal werkbare dagen na het leggen van de beganegrondvloeren
- 3) Na wind- en waterdicht maken van de woning wordt er een opleverdatum aangegeven. De voortgang van de bouw wordt in een planning aangegeven en wijzigingen worden frequent gemeld.
- 4) Na wind- en waterdicht maken van de woning wordt er een opleverdatum aangegeven. De voortgang van de bouw wordt in een planning aangegeven en wijzigingen worden frequent gemeld, met boeteclausule bij overschrijding van meer dan twee weken
- 5) Datum van opleveren is contractueel in het koopcontract vastgelegd en wordt gegarandeerd

### **Vraag 19      Opleverfouten**

- 1) Geen afspraken
  - 2) Contractueel vastgelegde afspraken conform GIW. Alle gebreken dienen binnen een periode van drie maanden te zijn hersteld.
  - 3) Contractueel vastgelegde afspraken conform GIW. Alle gebreken dienen binnen een periode van drie maanden te zijn hersteld met maximaal 15 gebreken bij oplevering. Bij het niet nakomen van deze afspraak geldt er een vooraf overeengekomen financiële compensatie
  - 4) Contractueel vastgelegde afspraken conform GIW. Alle gebreken dienen binnen een periode van drie maanden te zijn hersteld met maximaal 5 gebreken bij oplevering. Bij het niet nakomen van deze afspraak geldt er een vooraf overeengekomen financiële compensatie
-



## BIJLAGEN

---

### **Vraag 20      Inrichting woonomgeving**

- 1) Hierop kan geen invloed worden uitgeoefend
- 2) Voor toekomstige bewoners is inspraak mogelijk bij keuze van tenminste 2 door stedenbouwkundige uitgewerkte varianten
- 3) Voor toekomstige bewoners is inspraak mogelijk bij keuze van meer dan 2 door stedenbouwkundige uitgewerkte varianten
- 4) Voor toekomstige bewoners is als groep verregaande zeggenschap mogelijk bij de inrichting van de woonomgeving

## 5

## BOUWLADDER RIGO

Eigenbouw variant	Toelichting	kenmerken
Traditionele eigenbouw	De particulier koopt een kavel en ontwikkelt de woning al dan niet in samenwerking met architect en aannemer	<ul style="list-style-type: none"> <li>- veel kennis en ervaring nodig</li> <li>- veel risico</li> <li>- grote verscheidenheid in ontwerpen</li> <li>- vaak duur</li> </ul>
Collectief opdrachtgeverschap	Een groep particulieren koopt een kavel en ontwikkelt samen m.b.v. architect, begeleider en aannemer een complex rijwoningen of appartementen in de koopsector	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mogelijkheid risicobeperking</li> <li>- goede afstemming mogelijk</li> <li>- vaak goedkoop</li> </ul>
Systeembouw	De particulier ontwerpt samen met systeembouwer de woning, die vervolgens wordt samengesteld uit gestandaardiseerde componenten (prefab op onderdeelniveau)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- weinig risico</li> <li>- verscheidenheid in ontwerpen</li> <li>- kan goedkoop (schaalvoordelen)</li> </ul>
Catalogusbouw	De particulier zoekt in een catalogus de gewenste woning uit of stelt aan de hand van voorbeelden de woning samen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- weinig risico</li> <li>- minder verscheidenheid in ontwerpen</li> <li>- kan goedkoop (schaalvoordelen)</li> </ul>
Consumentgerichte projectontwikkeling	Projectontwikkelaar koopt de kavels, ontwerpt en bouwt de woningen. De consument heeft keuze uit verschillende variaties gevel, kleurstelling, materiaal en woninggrootte. Er zijn mogelijkheden om inbouw te bepalen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- weinig risico</li> <li>- kan op grote schaal, waardoor afstemming en schaalvoordelen</li> <li>- mogelijk haalbaar in goedkope prijsklassen van de marktsector</li> </ul>

Bron: RIGO Research en Advies, particulier opdrachtgeverschap in de woningbouw, juli 1999

# 6

## CONSUMENTGERICHT ONTWIKKELEN VOLGENS SBR

	Traditioneel begeleid kopen	Project-onafhankelijke afspraken	Configuratie	Flexibel bouwen en wonen	Huizenwinkel	Integrale aanpak
Hoofdkenmerken	-via keuzelijst afspraken over meer/minderwerk -kopersbegeleiding en bijeenkomsten	Project-onafhankelijke afspraken met leveranciers en onderaannemer	Veel volledig uitgewerkte keuzemogelijkheden in woningtypen en plattegronden. De bouwstroom wordt in fasen gerealiseerd.	Projectontwikkeling met co-makers. Consument kan in laat stadium keuzen maken woning garandeert levensloopflexibiliteit.	Bouwer heeft regie over ontwikkeling; consument kan over uitgewerkte keuzemogelijkheden beschikken en een volledige woning samenstellen.	Productontwikkeling met co-makers en volledig uitgewerkte keuzemogelijkheden. Consument kan in laat stadium keuzen t.a.v. de woning maken.
Fase van het bouwproces waarin aanbieder actief is	Uitwerking en uitvoering	Uitwerking en uitvoering	Deels programma, ontwerp, uitwerking en uitvoering.	Deels programma, ontwerp, uitwerking en uitvoering.	Deels programma, ontwerp, uitwerking en uitvoering.	Deels programma, ontwerp, uitwerking en uitvoering.
Keuzevrijheid, duidelijkheid, invloed en flexibiliteit	Invloed voor (geheel) en tijdens (gedeeltelijk) bouw t.a.v. indeling voorzieningen en afwerkingniveau. Beperkte invloed volume, vorm en afwerking exterieur.	Invloed voor (geheel) en tijdens (gedeeltelijk) bouw t.a.v. indeling voorzieningen en afwerkingniveau. Beperkte invloed volume, vorm en afwerking exterieur.	Invloed voor en tijdens bouw en gedeeltelijke flexibiliteit na oplevering t.a.v. indeling voorzieningen, afwerkingniveau, volume, vorm en	Invloed voor en tijdens bouw en gedeeltelijke flexibiliteit na oplevering t.a.v. indeling voorzieningen, afwerkingniveau, volume, vorm en	Totale invloed voor en gedeeltelijk tijdens bouw t.a.v. indeling voorzieningen afwerkingniveau, volume, vorm, afwerking exterieur en gedeeltelijk t.a.v.	Invloed voor, tijdens en na bouw t.a.v. indeling voorzieningen, afwerkingniveau, volume, vorm, afwerking exterieur. Invloed voor bouw t.a.v. locatie en

## BIJLAGEN

			exterieur.	exterieur.	locatie, positie kavel	positie kavel
Communicatie met consument	Tijdens uitvoering: keuzelijsten, individuele wensen, showroombegeleiding en materiaal- en afwerkkeuze, oplevering en garantie	Tijdens uitvoering: keuzelijsten incl. uitbreidings- en indelingsvarianten, individuele wensen, showroombegeleiding en materiaal- en afwerkkeuze, oplevering en garantie	-programma: marktonderzoek naar doelgroepen en woonwensen -uitwerking: voorlichting en keuzemodulen -uitvoering: materiaal en afwerkkeuze en oplevering en garantie	-programma: marktonderzoek naar doelgroepen en woonwensen -uitwerking: voorlichting en keuzemodulen -uitvoering: materiaal en afwerkkeuze en oplevering en garantie	-programma: marktonderzoek naar doelgroepen en woonwensen -ontwerp: voorlichting -uitwerking: woning passend maken naar wensen en materiaal en afwerkkeuze -uitvoering: oplevering en garantie	-programma: marktonderzoek naar doelgroepen en woonwensen -ontwerp: voorlichting -uitwerking: basisvariant en optiepakket -uitvoering: materiaal en afwerkkeuze en oplevering en garantie
Samenwerking tussen ontwikkelaar en bouwer	Ontwikkelaar ontwikkelt, bouwer brengt technische expertise in en kopersbegeleiding adviseert over keuzeopties	Ontwikkelaar ontwikkelt, bouwer brengt technische expertise in en kopersbegeleiding adviseert over keuzeopties	Ontwikkelaar en bouwer ontwikkelen samen het project	Ontwikkelaar en bouwer ontwikkelen samen het project	Ontwikkelaar en bouwer vormen één bedrijf	Ontwikkelaar en bouwer vormen één bedrijf en hechte samenwerking met co-makers

*Bron: SBR, Consumentgericht bouwen, strategie en praktijk, maart 2003*

## BIJLAGEN

In deze bijlage is een beschrijving gegeven van de zeven benaderingen die in de SBR publicatie door Hacquebord worden onderscheiden. Een uitgebreidere beschrijving is te vinden in het onderzoeksrapport uit 2003. De beschrijving is geschreven voor de aanbiedende partij.

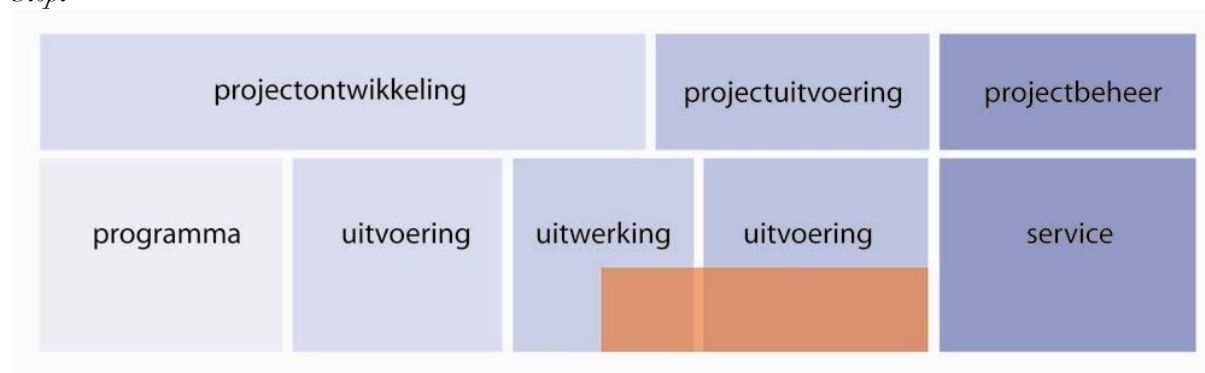
(bron: SBR, consumentgericht bouwen, strategie en praktijk, 2003) (Bron: betaalbare variëteit in de woningbouw, L. Lamberts, 2003)

### **Traditioneel en Begeleid kopen (A en B)**

#### *Hoofdkenmerken*

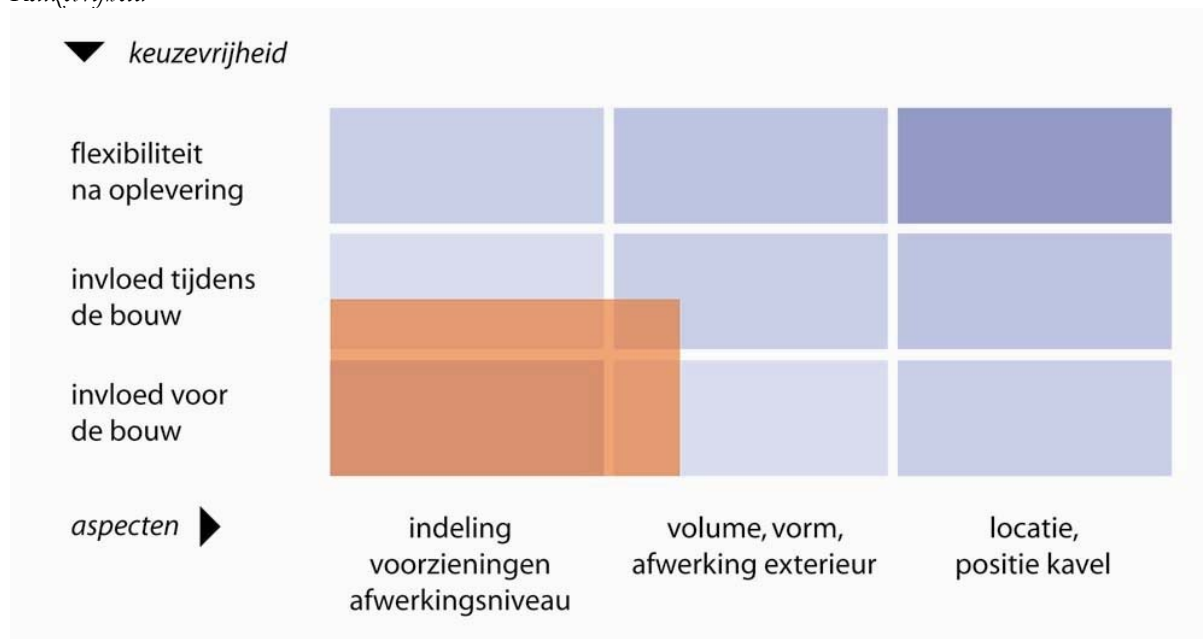
- Via keuzelijsten worden afspraken gemaakt over meer- en minderwerk.
- Er worden kopersbegeleiders ingezet en bijeenkomsten georganiseerd (bij Begeleid kopen, benadering B).

#### *Scope*



## BIJLAGEN

### *Keuzevrijheid*



De klant kan kiezen uit vast opties en – bij benadering B – uit vrije opties. De klant maakt een keuze binnen een vooraf opgesteld tijdschema waarop de sluitingsdata zijn aangegeven.

De vaste opties bestaan uit:

- Kleine uitbreidingsvarianten die op plattegronden zijn uitgewerkt, bijvoorbeeld een verlengde garage, een erker of een dakkapel. Het ontwerp en het volume liggen op voorhand vast.
- Een beperkt aantal indelingsvarianten die eveneens op plattegronden zijn uitgewerkt, bijvoorbeeld verschillende badkamerindelingen en verschillende indelingen van de slaapkamers op de eerste verdieping.
- Materiaal- en afwerkingsalternatieven, die worden aangeboden via keuzelijsten. Bij benadering B heeft de klant de mogelijkheid om binnen bepaalde grenzen individuele wensen te realiseren.

### *Samenwerking tussen ontwikkelaar en bouwer*

De ontwikkelaar ontwikkelt een project. De bouwer denkt mee in het ontwikkeltraject en brengt zijn technische expertise in. De kopersbegeleider adviseert over keuzeopties.

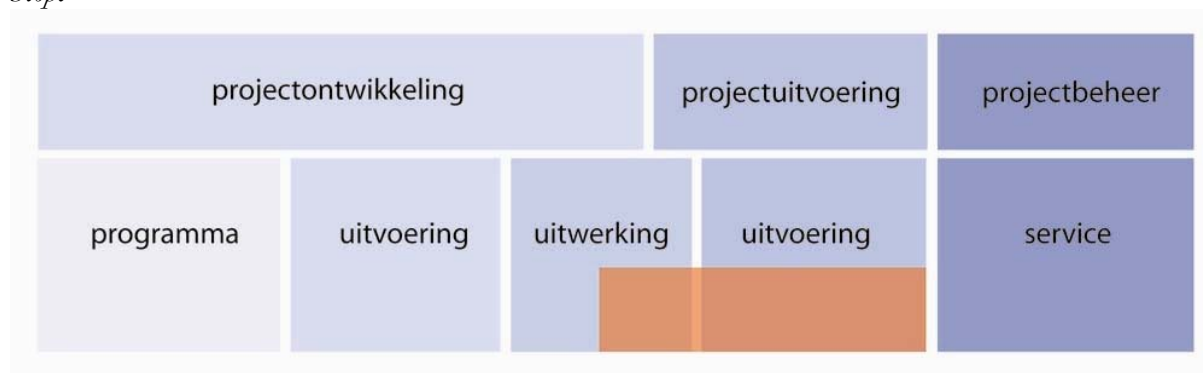
## BIJLAGEN

### Projectonafhankelijke afspraken (benadering C)

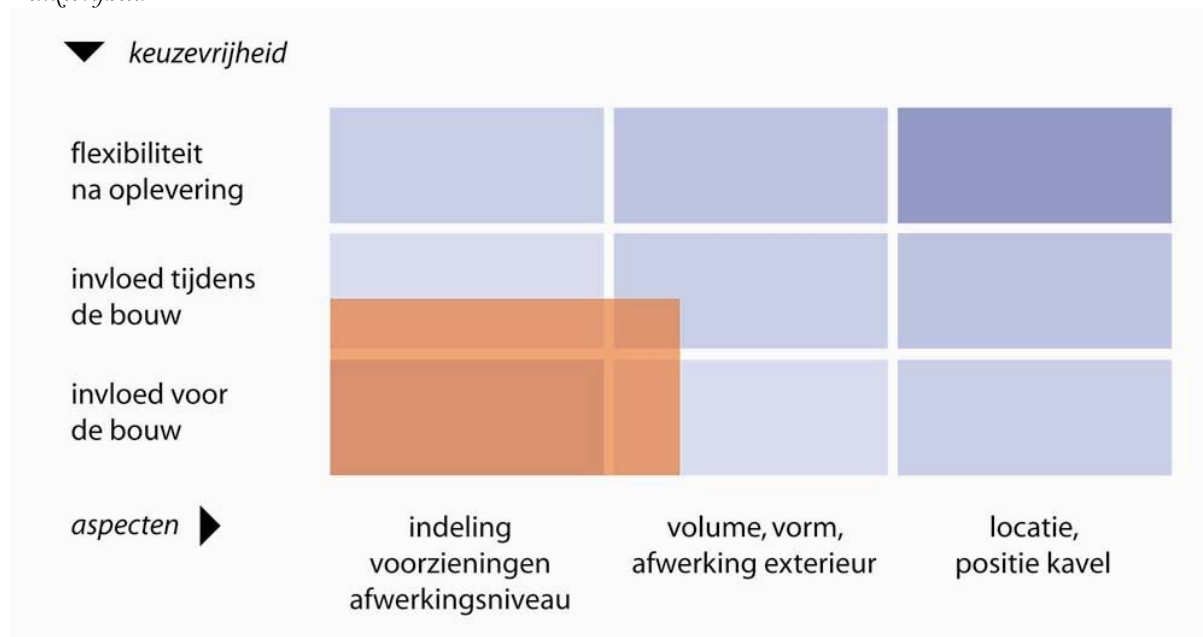
#### Hoofdkenmerken

Met leveranciers en onderaannemers zijn projectonafhankelijke afspraken gemaakt.

#### Scope



#### Keuzevrijheid



De klant kan kiezen uit vast en vrije opties. De klant maakt een keuze binnen een vooraf opgesteld tijdschema waarop de sluitingsdata zijn aangegeven.

## BIJLAGEN

---

De vaste opties bestaan uit:

- Uitbreidingsvarianten die op plattegronden zijn uitgewerkt, bijvoorbeeld een verlengde garage, een erker of een dakkapel. Het ontwerp en het volume liggen op voorhand vast.
- Een beperkt aantal indelingsvarianten die eveneens op plattegronden zijn uitgewerkt, bijvoorbeeld verschillende badkamerindelingen en verschillende indelingen van de slaapkamers op de eerste verdieping.
- Materiaal- en afwerkingsalternatieven, die worden aangeboden via keuzelijsten.

Benadering C stelt de ontwikkelaar in staat om binnen bepaalde grenzen individuele wensen van de klant te realiseren. Dankzij de vaste afspraken met leveranciers kan de ontwikkelaar een snelle terugkoppeling geven aan de consument. Het verschil met benadering A en B is dat door de vaste afspraken met leveranciers en onderaannemers, meer- en minderwerk bij benadering C relatief gezien goedkoper wordt ten opzichte van benadering A en B.

### *Samenwerking tussen ontwikkelaar en bouwer*

De ontwikkelaar ontwikkelt een project. De bouwer denkt mee in het ontwikkeltraject en brengt zijn technische expertise in. De kopersbegeleider adviseert over keuzeopties. Ontwikkelaar en bouwer werken met dezelfde leveranciers, met wie projectonafhankelijke afspraken zijn gemaakt.

### **Configuratiebenadering (benadering D)**

#### *Hoofdkenmerken*

- Er is sprake van mass customization door volledig uitgewerkte keuzemogelijkheden. Het grote aantal keuzemogelijkheden is beheersbaar dankzij een configuratiebenadering. Een configuratie legt de samenhang tussen diverse keuzemogelijkheden vast (in woningtypes of plattegronden) rond een basisstructuur met de plaats van de trap, leidingen en installaties.

Door verschillende configuraties aan te bieden, die elk gecombineerd kunnen worden met een aantal plattegrondvarianten, opties en modules, ontstaat een zeer groot aantal keuzemogelijkheden.

- Doordat in een beperkt aantal configuraties een groot aantal mogelijkheden is gebundeld, wordt duidelijkheid geboden; de consument heeft een goed overzicht van de mogelijkheden.

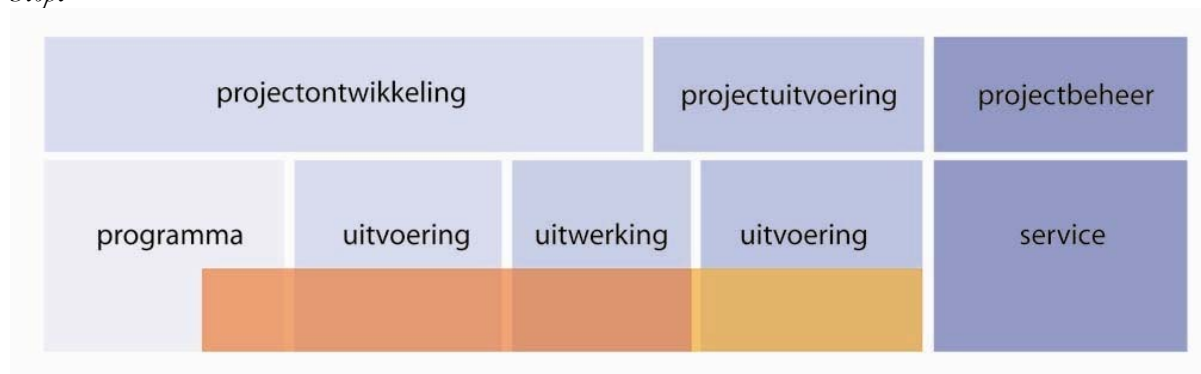
Ook is het mogelijk de onderdelen die in de meeste configuraties voorkomen vooraf te bestellen.

- De communicatie met de consument en de toeleveranciers verloopt aan de hand van de voorgestructureerde configuraties totdat de definitieve keuzen zijn gemaakt.
  - De bouwstroom wordt in fasen gerealiseerd.
-

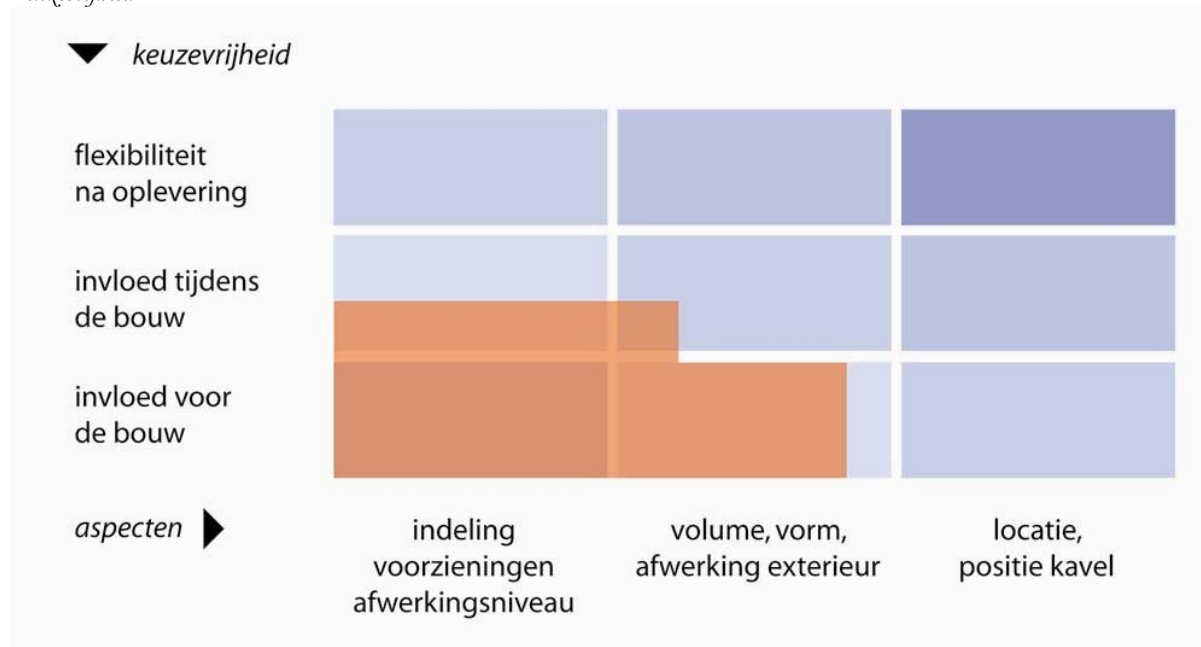


## BIJLAGEN

### Scope



### Keuzevrijheid



- Het gaat uit van een aantal basiswoningen en/of plattegrondvarianten. De consument kan daarna kiezen uit de verschillende modules die passen bij de basisvariant van zijn keuze.
- De modules kunnen zijn: bouwmodules (bijvoorbeeld daktype), indelingsmodules (bijvoorbeeld een open keuken of vide), afwerkings- en dienstenmodules (bijvoorbeeld een beveiligingspakket) en doelgroep pakketten/woonconcepten (bijvoorbeeld een seniorenpakket).
- De prijzen van alle modules zijn vooraf per configuratie berekend, zodat de ontwikkelaar deze direct aan de koper kunt doorgeven. Extra opties worden aangeboden in de vorm van meerwerk.

## BIJLAGEN

### *Samenwerking tussen ontwikkelaar en bouwer*

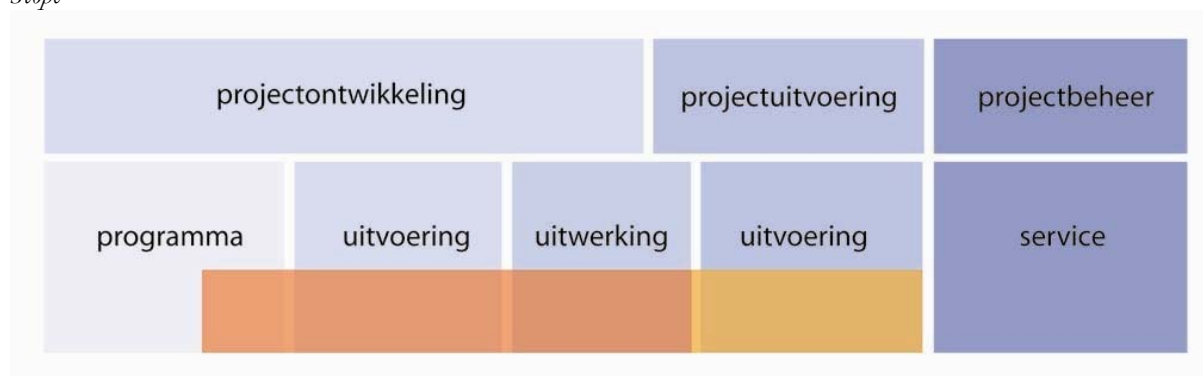
- De ontwikkelaar en het bouwbedrijf ontwikkelen samen het project. Samenwerking is vereist, anders heeft de ontwikkelaar geen garantie over de uitvoerbaarheid.
- Indien de bouwer en ontwikkelaar niet behoren tot hetzelfde concern, zijn vaste afspraken nodig.
- De bouwvergunning wordt aangevraagd (per configuratie) aan de hand van de basiswoning met alle mogelijke modules.
- De bouwstroom verloopt in fasen. De makelaar zorgt ervoor dat de verkoop van de huizen hiermee synchroon loopt. Lukt dit niet, dan moet de ontwikkelaar de modulekeuzes maken en vervalt deze keuzevrijheid dus voor de uiteindelijke koper. Daarna heeft de koper alleen nog de keuzevrijheid zoals die is omschreven bij de benaderingen Begeleid kopen (B) en Projectonafhankelijke afspraken (C).

### **Flexibel bouwen en wonen (benadering E)**

#### *Hoofdkenmerken*

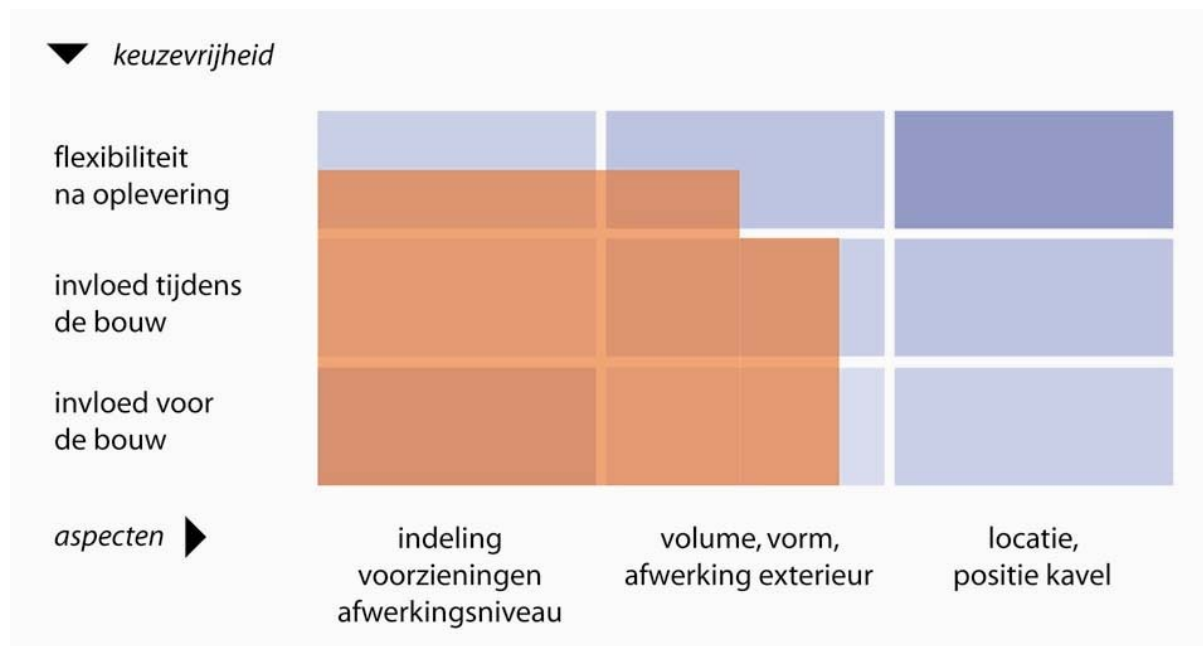
- De productontwikkeling vindt plaats met co-makers.
- Het bouwconcept stelt de consument in staat om zijn keuzes in een laat stadium te maken en garandeert bovendien de levensloopflexibiliteit. De koper hoeft nog niet bekend te zijn bij de start van de bouw en kan op late termijn de woning relatief eenvoudig aanpassen.
- De industriële aanpak kan leiden tot een relatief snelle bouw.

#### *Scope*



## BIJLAGEN

### *Keuzevrijheid*



- De consument kan kiezen uit de verschillende basisvarianten en optiepakketten.
- De consument heeft grote invloed op het volume en de indeling.
- Er is een hoge mate van flexibiliteit. Het ontwerp, dat is gerelateerd aan de eigenschappen van de prefab elementen, dient als basis voor opties die ook na de bouw kunnen worden gerealiseerd.
- De prijzen van de basiswoningen zijn per variant globaal bekend.

### *Samenwerking tussen ontwikkelaar en bouwer*

- De ontwikkelaar en de bouwer ontwikkelen samen het project. Samenwerking is vereist, omdat de bouwer met prefab elementen moet leren omgaan.
- De bouwvergunning wordt aangevraagd op basis van een prototype.
- Het initiatief voor de ontwikkeling van prefab elementen met co-makers kan liggen bij de ontwikkelaar of de bouwer. Specialistische kennis is nodig bij de uitvoering

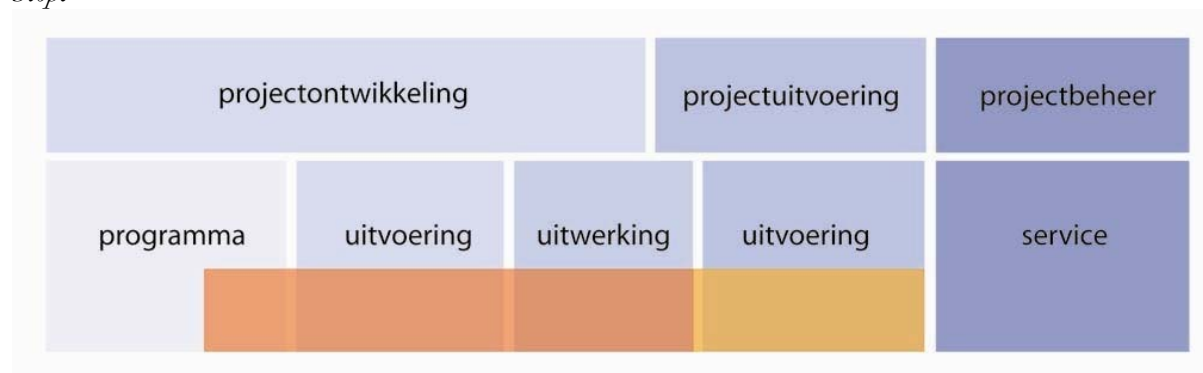
## BIJLAGEN

### Huizenwinkel (benadering F)

#### Hoofdkenmerken

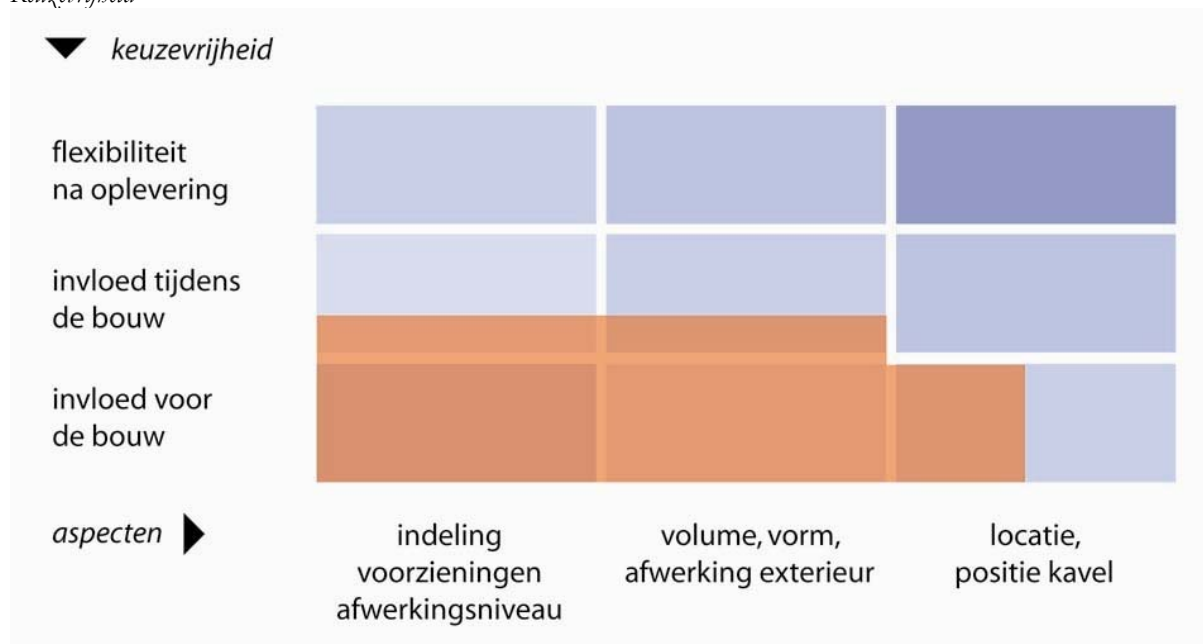
- De bouwer of ontwikkelaar heeft de regie over de ontwikkeling.
- De kopersbegeleider gebruikt een specifieke calculatiemethode en werkt samen met de architect/co-maker om te komen tot one stop shopping.
- De combinatie van architect en bouwer in één functie biedt de consument de garantie dat zijn mensen uitvoerbaar zijn.
- Er is sprake van mass customization door volledig uitgewerkte keuzemogelijkheden. Hiermee wordt duidelijkheid gegeven over het aanbod.
- Door het ver uitgewerkte aanbod kan de ontwikkelaar ook bij grotere projecten een mate van keuzevrijheid aanbieden die niet onderdoet voor particulier opdrachtgeverschap (individueel of collectief).
- De consument kan tijdens een bezoek aan de huizenwinkel een volledige woning samenstellen (volume, indeling, afwerking, prijs en leverdatum), met behulp van een kopersbegeleider, een architect en een calculator.

#### Scope



## BIJLAGEN

### *Keuzevrijheid*



Als ontwikkelaar of bouwer helpt u de consument een huis te ontwerpen en te bouwen vanuit bijvoorbeeld een basiswoning. Daarmee heeft de consument vrijheid in ontwerp, volume en indeling en keuze in materialen en afwerking. Dit alles binnen vooraf vastgestelde grenzen die worden ingegeven door ingeschakelde specialisten.

### *Samenwerking tussen ontwikkelaar en bouwer*

De ontwikkelaar en de bouwer vormen één bedrijf.

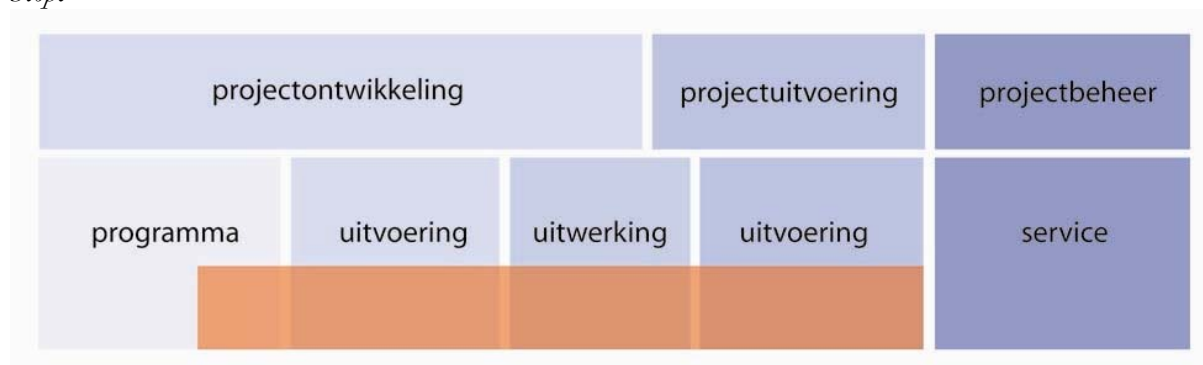
## BIJLAGEN

### Integrale aanpak (benadering G)

#### *Hoofdkenmerken*

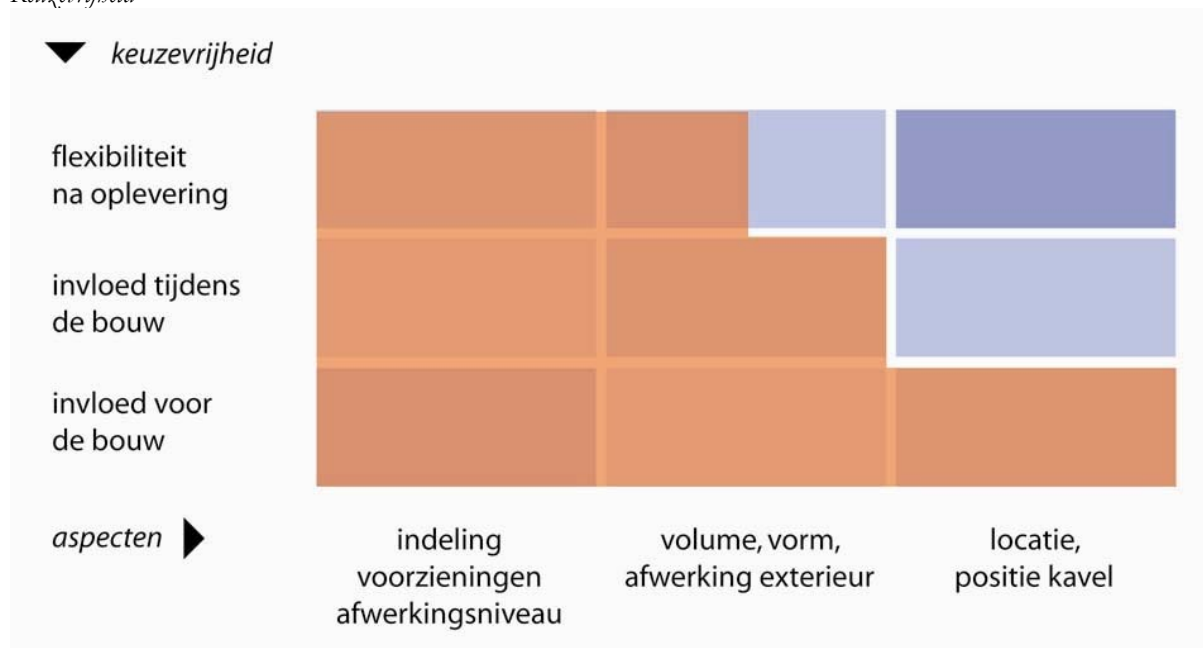
- Er is sprake van productontwikkeling met co-makers, zowel voor het ontwerp al de bouw.
- Er is sprake van mass customization door volledig uitgewerkte keuzemogelijkheden. Naast het bieden van duidelijkheid vooraf is een grote mate van invloed mogelijk.
- Dankzij de integrale, industriële aanpak is de bouwtijd kort, zonder dat de keuzevrijheid wordt ingeperkt.
- Dankzij de configuratiebenadering en het gebruik van bouwelementen van co-makers heeft de consument de mogelijkheid om zijn keuzes in een laat stadium te maken en is bovendien de levensloopflexibiliteit gegarandeerd. De koper hoeft nog niet bekend te zijn bij de start van de bouw. Hij kan de woning bovendien op termijn relatief eenvoudig aanpassen.
- Met deze benadering kan de bouwer of ontwikkelaar in grotere projecten in feite particulier opdrachtgeverschap (individueel of collectief) aanbieden.

#### *Scope*



## BIJLAGEN

### *Keuzevrijheid*



De ontwikkelende bouwer helpt de consument een huis te ontwerpen en te bouwen. Daarmee heeft de consument vrijheid in ontwerp, volume en indeling en keuze in materialen en afwerking. Dit alles binnen vooraf gedefinieerde grenzen die worden ingegeven door ingeschakelde specialisten en door de keuze van (prefab) modules en de configuratie.

### *De productontwikkeling*

- De productontwikkeling vindt plaats met co-makers, zoals de architect, de installateur, de constructeur, de betonfabriek, de timmerfabriek en de staalbouwer. Samenwerking is vereist, omdat onderaannemers en leveranciers met industriële producten moeten leren omgaan.
- Er is sprake van vergaande specialisatie tijdens het verkoopproces en het bouwproces. Bij de uitvoering spelen prefab en modules een belangrijke rol.
- De productontwikkeling komt voort uit de marktvraag en de technische ontwikkelingen.
- De ontwerp- en calculatieprocessen worden vergaand ondersteund door automatisering.

### *Samenwerking tussen ontwikkelaar en bouwer*

- De ontwikkelaar en bouwer behoren tot hetzelfde bedrijf
- Er is een hechte samenwerking met co-makers.

# 7

## CONSUMENTGERICHT ONTWIKKELEN VOLGENS BUREAU MIDDELKOOP

		<b>Kenmerk</b>	<b>Kansen kwantitatieve doelstelling</b>
Het particuliere opdrachtgeverschap	Traditioneel	Na aankoop kavel is particulier zelf opdrachtgever voor ontwerp en realisatie woning	<ul style="list-style-type: none"> <li>- niet in belang van ontwikkelaars, dus weinig kans als ontwikkelaars grond hebben</li> <li>- moeilijk in lagere prijssegmenten</li> <li>- moeilijker voor niet vrijstaande woningen</li> </ul> <p>Daarmee beperkingen aan aantallen. Echter wel mogelijk vrij risicoloos binnen stedenbouwkundige plannen kavels te verkopen, aangezien faseerbaarheid van uitgifte individuele kavels goed is.</p>
	Systeembouw	Verschil ten opzichte van traditioneel is dat wordt ontworpen en gebouwd binnen een uitgekend bouwsysteem	<ul style="list-style-type: none"> <li>- niet in belang ontwikkelaar dus weinig kans als ontwikkelaars grond hebben</li> <li>- aanbod is relatief beperkt</li> </ul> <p>Daarmee niet waarschijnlijk dat in korte tijd zeer grote aantallen kunnen worden gehaald, tenzij de aanbodzijde specifiek wordt gestimuleerd</p>
	Catalogusbouw	Na aankoop kavel koop particulier een standaardproduct (waarbij wijzigingen mogelijk zijn die vergelijkbaar zijn met het consumentgerichte bouwen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- niet aantrekkelijk voor ontwikkelaar</li> <li>- architectonische invloed en kwaliteit beperkt</li> <li>- woningtypologisch aanbod beperkt</li> </ul> <p>Vraagt zowel om toegesneden stedenbouwkundige plannen als om stimuleren aanbodzijde. Dan zijn er nog wel de beperkingen van grondeigendom en bouwclaims van marktpartijen.</p>
	Collectief (traditioneel)	Na aankoop kavel(s) is een groep particulieren zelf opdrachtgever voor ontwerp en realisatie van de woningen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- zal waarschijnlijk altijd een marginaal deel van het programma blijven (net als groepswonen)</li> </ul> <p>Het is niet te verwachten dat grote groepen ineens gezamenlijk opdrachtgever voor hun woning zullen zijn.</p>



## BIJLAGEN

<p>Het consumentgericht ontwikkelen</p>	<p>Uitgebreide opties</p>	<p>Consument koopt woning op tekening op zelfde moment als bij projectmatige bouw, met dit verschil dat sprake is van meer – vooraf getekende – keuzemogelijkheden.</p>	<p>- extra kosten/risico ontwikkelaar          - bouw is slecht toegesneden op maatwerk          Lijkt zeer veel op standaard projectmatige bouw. Is daarmee het makkelijkst in grote aantallen te realiseren. Belangrijke kanttekening is dat de markt tot nu toe zodanig is geweest dat ontwikkelaars/bouwers geen noodzaak hadden de uitgebreide opties aan te bieden.</p>
	<p>"co-makers"</p>	<p>Consument kan invloed uitoefenen op het ontwerp, nog voordat hij als koper bij het project betrokken is, of vanaf het moment dat hij heeft gekocht</p>	<p>- veel extra kosten/risico ontwikkelaar          - bouw is slecht toegesneden op maatwerk          - hoge proceskosten          Stap ten opzichte van projectmatige bouw is zo groot dat het de vraag is of de 'mecontwerpde' consument een grote toekomst heeft.</p>

# 8

## VRAGENLIJST

### Algemene vragen:

- 1 In welke divisies ontwikkelt ['BEDRIJFSNAAM']? (woningen, kantoren, retail, leisure)
- 2 Hoeveel koopwoningen ontwikkelt ['BEDRIJFSNAAM'] per jaar?
- 3 Hoeveel procent daarvan zijn nieuwbouwwoningen? Type woning? In welk prijssegment?
- 4 Uit hoeveel woningen bestaat een gemiddeld project?
- 5 Op welke locaties ontwikkelt ['BEDRIJFSNAAM'] voornamelijk? (uileglocaties/binnenstedelijk)
- 6 Bent u bekend met het begrip consument gericht ontwikkelen?
- 7 Bent u bekend met het begrip mede-opdrachtgeverschap?
- 8 Wat vindt u van deze ontwikkeling, dat consumenten meer invloed krijgen?

### Product:

- 9 Biedt ['BEDRIJFSNAAM'] de consument invloed aan op de te ontwikkelen woningen?  
Zo ja, op hoeveel procent van de woningbouwprojecten?
- 10 Op welke gronden? (casco, interieur/uitrusting, techniek/installaties, woonomgeving)  
Welke invloed is volgens u maatgevend?
- 11 Past ['BEDRIJFSNAAM'] een vast concept toe? Zo ja, wat houdt dit in? Zo nee, wat is de reden?
- 12 Waar hangt volgens u de mate van zeggenschap van af? (type woning, prijsklasse)
- 13 Welke projecten zijn voorbeeldprojecten/referentieprojecten voor uw bedrijf geweest?
- 14 Wat zijn uw ervaringen en leerpunten op het gebied van het geven van invloed aan de consument?  
(wat vindt de consument volgens u belangrijk?) (doet u hier ook onderzoek naar?)

### Proces:

- 15 Wanneer wordt de consument betrokken bij het proces? (verkoopfase/ontwikkelingsproces)
- 16 Wordt de consument begeleidt in zijn keuzetraject? (speelt ict hier een rol bij?)
- 17 Zijn er veranderingen in het proces doorgevoerd om invloed voor de consument mogelijk te kunnen maken?
- 18 Tegen welke feiten/factoren/bottlenecks loopt u aan bij deze ontwikkeling?

## BIJLAGEN

---

### **Gevolgen van deze ontwikkeling:**

19 Heeft het geven van meer invloed aan de consument gevolgen gehad voor de volgende factoren?

- Geld (kosten in de organisatie, kostprijs woning, verkoopprijs woning?)
- Organisatie (omvang, werkzaamheden, opstelling/proces, dienstverlening/begeleiding?)
- Tijd (tijdsduur ontwikkelingsproces, wat als consument keuze niet op tijd maakt, consument bereid lange periode te wachten?)
- Informatie (informatiestromen, hoeveelheid informatie en communicatie?)
- Kwaliteit (technische en architectonische kwaliteit van de te leveren woningen, levensloopverwachting, afwerkniveau, uitstraling woning/woonomgeving?)

### **Overig:**

20 Wat doet u om mogelijke "schadelijke" beslissingen van consumenten te voorkomen?

21 Zijn er volgens u extra risico's of kansen voor ontwikkelaars bij het geven van invloed aan de consument?

22 Denkt u dat in de toekomst de mate van invloed voor de consument zal toenemen?

---

# BIJLAGEN

---

---

# 9

## INDIVIDUELE UITWERKING INTERVIEWS MARKTLEIDERS

A. NS Poort	M. Westerbeek	ontwikkelaar
B. ING Real Estate	S. Boogerd	consultant LAB
C. Ballast Nedam (Capelle)	C. Meuldijk	hoofd projectontwikkeling
D. BAM Vastgoed	S.C. Mohr	conceptontwikkelaar
E. Johan Matser	M.A. Bremmer	conceptueel ontwikkelaar
F. Heijmans	A.C.M. Spooren	manager business development
G. Rabo Vastgoed	C.M.M. den Ouden	senior projectmanager
H. TCN	W. van der Braak	projectmanager
I. Volker Wessels	A.G.A.M. de Bonth	vastgoedontwikkelaar
J. Amvest	G. Eduard	regiomanager Acquisitie&projectontw.
K. Bouwfonds (Delft)	E.A.M. van Winsen	directeur vestiging delft
L. Proper-Stok	B.R. van den Bree	hoofd verkoop en marketing delft
M. AM (A'dam)	P. van der Gugten	algemeen directeur
N. Blauwhoed	S. ter Beek	hoofd verkoop
	R. Hoefnagel	hoofd marktafdeling
	P. de Winter	hoofd kopersbegeleiding

## BIJLAGEN

### A. NS POORT ONTWIKKELING

Mevrouw M. Westerbeek,  
ontwikkelaar,  
14 maart 2007

#### **Profiel**

Woningontwikkeling core-business:	nee
Activiteit in divisies:	25% woningen 30% scholen 40% kantoren/stadskantoren 5% overig
Omvang koopnieuwbouwwoningen p.jr:	100-150 stuks
Prijssegment:	wisselend
Type woningen:	70% appartementen, 30% grondgebonden woningen
Verhouding koop/huur	100% koop
Locaties	voornamelijk binnenstedelijk, veelal dichtbij stations
Grootte project	50-100 woningen

"Consumentgericht ontwikkelen is het ontwikkelen waarbij de ontwikkelaar het initiatief neemt en de consument invloed heeft. Bij deze vorm van ontwikkelen zit een range, namelijk de minimale vorm waarbij de consument invloed heeft op tegeltjeskleur en dergelijke tot keuzes in gevelmateriaal."

"Mede-opdrachtgeverschap houdt een vergaande vorm van consumentgericht ontwikkelen in."

#### **Handelen met consumenteninvloed**

NS Poort is een jonge ontwikkelaar en ontwikkelt volgens Westerbeek momenteel op traditionele wijze. Dit betekent dat projecten worden ontworpen en vervolgens in de verkoopfase terechtkomen. Indien 70% verkocht is wordt begonnen met de realisatie. NS Poort heeft geen eigen kopersbegeleiding en maakt gebruik van de begeleiding die de aannemer aan de consument biedt. De consument kan gebruik maken van een meer-/minderwerklijst van de aannemer. Dit gaat buiten NS Poort om, zowel de bestelling als de betaling van de keuzes. De consument heeft hierbij veelal invloed op de woning zolang het geen consequenties heeft voor de constructie, technische onderdelen of leidingschachten.

Deze manier van werken is bewust gekozen om de woningontwikkeling binnen NS Poort eerst goed op de rit te krijgen.

## BIJLAGEN

---

Vervolgens zal pas gedacht gaan worden aan het inbedden van consumenteninvloed in de projecten. Dit jaar zullen de eerste woningen van NS Poort worden opgeleverd.

### **Visie**

Het is goed dat consumenten steeds meer invloed krijgen op de woning. Wel blijft de mate van invloed afhankelijk van het budget wat de consument te besteden heeft. Alles wat uniek is, is duurder. Maar indien het proces goed wordt ingericht en keuzemogelijkheden gestandaardiseerd worden kan dit ook goedkoper worden aangeboden.

De consument wordt steeds mondiger. De verwachting is dat de consument steeds meer invloed zal uitoefenen op de woningontwikkeling. Volgens Westerbeek zal deze trend doorzetten, maar wil een consument niet verzanden in de vele mogelijkheden. Niet alle mogelijkheden moeten dus open gelegd worden, maar worden ingekaderd. Op deze wijze wordt het maken van keuzes prettiger voor de consument.

## BIJLAGEN

### B. ING REAL ESTATE

De heer S. Boogert,  
Consultant LAB, research & marketing centre  
Interview 20 maart 2007

#### Profiel

Woningontwikkeling core-business:	ja
Activiteit in divisies:	Groot: retail Groot: kantoren Middelgroot: woningen, veel combinatieprojecten met appartementen
Omvang koopnieuwbouwwoningen p.jr:	500-1000 stuks
Prijssegment:	veel midden en hogere, luxe segment
Type woningen:	circa 80% appartementen, 20% grondgebonden woningen
Verhouding koop/huur	meerderheid koop
Locaties	veel (binnen)stedelijk gebied
Grootte project	wisselend

"Consumentgericht ontwikkelen is goed naar de klant luisteren en de klant keuzevrijheid bieden. Voor consumentgericht ontwikkelen is het allereerst noodzakelijk om de doelgroepen en woonwensen goed in beeld te brengen door onder andere marktonderzoek en klantenpanels. Deze woonwensen worden vervolgens zo goed mogelijk vertaald in een aantrekkelijk woonproduct, waarbij de consument keuzevrijheid kan worden geboden ten aanzien van indeling, afwerking, uitrusting, omvang en uitstraling van de woning. Voor consumentgericht ontwikkelen is gedurende het gehele ontwikkelingsproces een klantgerichte focus noodzakelijk: de klant staat centraal."

"Mede-opdrachtgeverschap houdt in dat een consument in samenwerking met een ontwikkelaar een eigen woning en woonomgeving ontwikkelt. Het gaat bij Mede-opdrachtgeverschap om het op een nog verdergaande wijze uitoefenen van invloed door de consument. De consument heeft nog meer keuzevrijheid en is tevens ook opdrachtgever, mede-opdrachtgever."

#### Handelen met consumenteninvloed

ING heeft een concept voor woningontwikkeling waar consumenten invloed hebben. Het concept "ING Optimal Living" bezit de kernwoorden "vrijheid" en "gebondenheid". Het concept biedt een spectrum van mogelijkheden, van een uitgebreid



## BIJLAGEN

---

pakket van meer-/minderwerk tot bijna particulier opdrachtgeverschap. Bij het leeuwendeel van de woningen worden keuzeopties en meer-/minderwerk aangeboden aan de consument.

ING heeft op het gebied van consumenteninvloed onder andere ervaring opgedaan door een experiment te doen in IJsselstein, genaamd Ecoflex. Hierbij was het mogelijk om de gehele woning uit te breiden en in te delen. De beukmaat, hoogte en maximale massa lagen vast, daarnaast was bijna alles mogelijk.

Meer keuzevrijheid voor de consument is lastiger bij appartementen dan bij grondgebonden woningen, omdat het bij appartementen gaat om een gestapeld woningtype met een langere bouwtijd, waarbij (een deel van de) kopers veelal pas later in het proces kunnen worden betrokken. Wanneer (een deel van) de woning al gerealiseerd is, betekent dit veelal dat de keuzevrijheid beperkter wordt.

ING Real Estate gebruikt marktonderzoek en klantenpanels om de wensen van toekomstige kopers in beeld te brengen. De koper wordt in de verkoopfase betrokken bij het proces en begeleid in het maken van keuzes. Momenteel wordt gewerkt aan een verdere ontwikkeling van het ING Optimal Living concept.

### **Visie**

Boogerd belicht de visie vanuit de marktafdeling van ING Real Estate Development en vindt het een logische en goede ontwikkeling dat de consument steeds meer centraal komt te staan. Meer consumenteninvloed in de woningbouw ziet Boogerd als een kans voor de ontwikkelaar om zich te onderscheiden als een klantgerichte dienstverlener. Toch brengt het ook valkuilen met zich mee, omdat de ontwikkeling relatief gezien nog in de kinderschoenen staat. Er worden nu nog allerlei lessen geleerd. Consumentgericht ontwikkelen staat of valt met interesse en inzicht in de consument en een goede kopersbegeleiding. In vergelijking met andere sectoren geef Boogerd aan dat de consument nu nog steeds relatief weinig keus heeft en de vrijheid beperkt is, terwijl het kopen van een woning voor velen de grootste investering van hun leven is. De keuzevrijheid van consumenten zal verder toenemen, maar de ontwikkeling zal hoogstwaarschijnlijk niet zo ver gaan dat in de toekomst alle woningen met maximale keuzevrijheid voor de consument worden ontwikkeld. Dé consument bestaat niet en de mate waarin consumenten keuzevrijheid ten aanzien van hun woningen en woonomgeving willen uitoefenen verschilt dan ook per persoon. Een uitdaging voor de toekomst is dat consumenteninvloed niet vooral voor de hogere prijssegmenten mogelijk is maar voor een brede doelgroep en voor verschillende typen woningen en woonmilieus.

---

## BIJLAGEN

### C. BALLAST NEDAM

De heer C. Meuldijk,  
Hoofd projectontwikkeling  
Interview 21 maart 2007

#### Profiel

Woningontwikkeling core-business:	ja
Activiteit in divisies:	Nieuwegein: 70% woningen 30% overig C. a/d IJssel 90% woningen 10% overig
Omvang koopnieuwbouwwoningen p.jr:	1400 stuks (Capelle a/d IJssel: 250 stuks)
Prijssegment:	wisselend
Type woningen:	Nieuwegein: 50% app, 50% ggw
Verhouding koop/huur	100% koop
Locaties	Nieuwegein zowel binnenstedelijk als uitleglocaties Capelle a/d IJssel alleen binnenstedelijk
Grootte project	15-250 woningen

"Consumentgericht ontwikkelen is het aanbieden van verschillende mogelijkheden aan de consument, zodat de koper de woning kan aanpassen naar wens en smaak."

"Van Mede-opdrachtgeverschap heeft de heer Meuldijk nog niet eerder gehoord."

#### Handelen met consumenteninvloed

Ballast Nedam in Capelle aan den IJssel (Regio West) werkt op dit gebied met het concept "Origineel Wonen". Dit concept geeft kopers veel vrijheid en mogelijkheden binnen het casco van de woning, zoals bijvoorbeeld in indelingen. Kopers worden in de verkoopfase voor realisatie betrokken bij het proces en worden met dit concept begeleidt met een cd-rom en een woonwaaier waarop de verschillende mogelijkheden worden gepresenteerd. Van de 250 woningen per jaar worden er gemiddeld zo'n 25 tot 30 woningen door Ballast Nedam Regio West ontwikkeld volgens bovenstaand concept. "Origineel wonen" wordt alleen toegepast in het hogere prijssegment. In andere prijsklassen wordt er gewerkt met de bekende meer-/minderwerklijsten, waarmee binnen het bouwsysteem consumenten hun wensen kunnen vervullen. Wel is men in Regio West

## BIJLAGEN

---

bezig het concept uit te ontwikkelen voor de middenklasse en voor appartementen.

Het hoofdkantoor van Ballast Nedam te Nieuwegein en andere regiokantoren van Ballast Nedam passen het concept niet toe. Meuldijk geeft hiervoor de reden aan dat het productietechnisch moeilijk is om door te voeren, plus de kopersbegeleiding wordt veelal uitbesteed op de andere kantoren. Daarnaast is het concept niet weggelegd voor grote projecten, waar Nieuwegein veelal mee te maken heeft. Nieuwegein geeft de voorkeur aan een traditionele rol als ontwikkelaar, waarbij de ontwikkelaar de consument weinig ruimte laat de woning te beïnvloeden.

In 2007 werkt Ballast Nedam aan een virtuele ruimte waarbij koperswensen kenbaar gemaakt kunnen worden en men dit in een 3D presentatie kan bekijken. Ballast Nedam wordt hiermee de eerste ontwikkelaar in Nederland met deze tool om bewonerswensen te visualiseren. De voordelen hiervan zijn dat de consument het gehele resultaat van de gemaakte keuzes overziet en dus sneller tot een beslissing kan komen.

### **Visie**

De heer Meuldijk voorziet problemen in de techniek gezien de hoeveelheid technisch geschoold personeel terugloopt. Dit betekent dat er steeds meer met prefab bouw gewerkt zal gaan worden in de toekomst, wat beperkingen zal geven aan het maximaliseren van koperswensen. Meuldijk verwacht dat consumenteninvloed in de toekomst hierdoor zal afnemen. Wel ziet Meuldijk het ontwikkelen met consumenteninvloed als een kans om zich als ontwikkelaar te profileren.

Daarnaast verwacht Meuldijk voor de toekomst een veranderde doelgroep met andere wensen. Dit komt door de veranderende bevolking met een groeiend aantal allochtone mensen. Deze groep zal andere wensen hebben dan traditionele Nederlanders, zoals lichtinval, ramen, het kijken door een woning, het kunnen kijken naar het oosten etc.

In 2015 gaan andere EPC-normen gelden en dient de co2 uitstoot 0 te zijn. Dit heeft als gevolg dat verwarmingssystemen gaan veranderen. De toekomst is dat het via lucht zal worden ingeblazen. Dit blaassysteem is dan direct een koelsysteem en zal alles in de wanden worden verwerkt. Voor de consument heeft dit als voordeel dat je niet meer te maken zult hebben met leidingen, pijpen en het aanleggen van radiatoren etc. Dit betekent dat ruimtes makkelijker te verplaatsen zijn en de woning vrijer indeelbaar wordt.

## BIJLAGEN

### D. BAM VASTGOED

De heer S.C. Mohr,  
conceptontwikkelaar  
Interview 22 april 2007

#### Profiel

Woningontwikkeling core-business:	ja
Activiteit in divisies:	75% woningen 25% winkels en kantoren
Omvang koopnieuwbouwwoningen p.jr:	1600-1800 stuks
Prijssegment:	alle prijssegmenten, veel in middensegment
Type woningen:	50% appartementen, 50% grondgebonden woningen
Verhouding koop/huur	100% koop
Locaties	relatief meer binnenstedelijk
Gemiddelde grootte project	50-200 woningen

"Consumentgericht ontwikkelen is het voorbereiden en berekenen van opties en deze ter keuze voorleggen aan de consument, zodat de basiswoning kan worden aangepast naar wens."

"Mede-opdrachtgeverschap houdt in dat je niet alles van te voren bedenkt voor de klant, maar de consument eerder in het proces betrekt om te vragen naar zijn mening op het plan."

#### Handelen met consumenteninvloed

BAM Vastgoed ontwikkelt consumentgericht door op alle woningen meer-/minderwerk mogelijkheden toe te passen. Daarnaast heeft BAM het concept "wonen à la carte", waarbij de consument meer mogelijkheden heeft en deze vooraf zijn uitgedacht en berekend. In dit concept wordt gewerkt met 1 of meer basiswoningen en daarbij worden opties aangeboden. De invulling van dit concept zal bij ieder project anders liggen en wordt toegepast voor seriematige bouw. Momenteel worden circa 50 woningen (1 project) gebouwd volgens dit concept.

Het concept "wonen à la carte" verschaft de consument keuzemogelijkheden, zoals indeling van de woning, uitbreiding- en opbouw mogelijkheden, kapvorm en gevelaangezicht. De consument wordt in de verkoopfase, voor realisatie, betrokken bij het proces. Als norm hanteert BAM 50% verkocht te willen hebben voordat men start met de realisatie van het project. Dit betekent in het geval dat een woning nog niet verkocht is, deze wel gebouwd wordt. Voor kopers die in een later stadium in het proces instromen kan dit betekenen dat sommige keuzes al door de ontwikkelaar zijn gemaakt en de stations voor het

## BIJLAGEN

---

uitbrengen van keuzes al zijn gepasseerd. Veelal heeft men nog wel keuze voor de binnenkant van de woning.

### **Visie**

De markt moet het nog bewijzen of voldoende mensen een woning willen via het concept "wonen à la carte". In dat geval is het een goede manier om projecten te ontwikkelen. Dit geldt ook voor mede-opdrachtgeverschap, waarin consumenten meedenken wat men precies wil.

Mohr onderscheidt twee groepen in de markt, namelijk een groep die niet te veel tijd willen steken in het proces en graag voor een basiswoning met opties kiezen en hiermee ook tevreden zijn. Ook met de prijs. Daarnaast is er een groep dat graag tijd erin steekt en ook budget heeft om het geheel naar wens te maken.

Mohr ziet de ontwikkeling van toenemende consumenteninvloed als een kans voor een ontwikkelaar om zich in de markt te profileren en verwacht voor de toekomst dat de mate van invloed zal toenemen en dat consumenten aan deze methode gewend raken.

### E. JOHAN MATSER

Mevrouw Drs. M.A. Bremmer MRE

Conceptueel ontwikkelaar

Interview vrijdag 23 maart 2007

#### **Profiel**

Woningontwikkeling core-business:	ja
Activiteit in divisies:	70% woningen 30% overig
Omvang koopnieuwbouwwoningen p.jr:	475 stuks
Prijssegment:	in alle prijssegmenten actief
Type woningen:	wisselend, locatieafhankelijk
Verhouding koop/huur	100% koop
Locaties	voornamelijk binnenstedelijk
Grootte project	geen ondergrens, zowel klein als groot
Werkgebied	landelijk

"Bij consumentgericht ontwikkelen gaat het om de beantwoording van een aantal vragen, zoals: wie is de consument, wat wil de consument, wanneer wil de consument het, hoe wil de consument het hebben en aan welke hoedanigheid moet de woning voldoen dat mensen zich thuis gaan voelen. Consumentgericht ontwikkelen is marktonderzoek doen en vervolgens interactie m.b.v. workshops met de consument."

"Mede-opdrachtgeverschap houdt in dat de consument jouw opdracht of mede-opdracht geeft. Samen ben je opdrachtgever voor het ontwikkelen van de woning. Je ontwikkelt samen de woning."

#### **Handelen met consumenteninvloed**

Johan Matsers denkt mee met de consument. Maar het is eerst belangrijk de locatie te bestuderen om de doelgroep vast te stellen. Vanuit de doelgroep kunnen gedachten uitgaan naar het type woonmilieu en voorzieningen en dergelijke. In alle gevallen wordt er ontwikkeld met consumenteninvloed en kunnen mensen meedenken.

Op welke manier invulling wordt gegeven aan consumenteninvloed is verschillend. De ene keer wordt er gewerkt via meer-/minderwerk, de ander keer met een basiswoning met optiemogelijkheden, afhankelijk van de architect. Volgens Bremmer kan

## BIJLAGEN

---

het worden gezien als een menukaart, een lego-huis. Naast deze manier van werken maakt Johan Matser ook gebruik van workshops om consumenten te laten meedenken. Welke fase de consumenten aan tafel komen hangt af van het project. Bij herstructureringsprojecten bijvoorbeeld vrij vroeg. In een workshop wordt een basisplan gepresenteerd waarbij mensen worden uitgenodigd om hierover mee te denken. In de meeste gevallen in de fase van voorlopig ontwerp naar definitief ontwerp.

De mate van consumenteninvloed hangt af van het project. In sommige gevallen bepalen technische mogelijkheden of onmogelijkheden (bijvoorbeeld wonen boven winkels) de mate van invloed van de consument. De binnenzijde van de woning kan men volop invloed uitoefenen.

Consumenteninvloed is op verschillende aspecten mogelijk; veranderingen in indelingen, uitbreidingen, interieur en uitrusting. Wel liggen een aantal onderdelen vast, zoals het maximale bebouwingspercentage van de kavel, vaak ook de verdiepingshoogte. Onderdelen als het verschuiven van een trapgat is afhankelijk van het project en anders is het meerwerk.

### **Visie**

Consumenteninvloed zal altijd bestaan, maar keuzes zullen begeleid moeten worden door de ontwikkelaar, zodat er een kwalitatief goede woning tot stand wordt gebracht en er toch ook enige uniformiteit in het straatbeeld wordt gebracht. Indien mensen geheel vrij worden gelaten, dan krijg je een kakofonie aan woningen. Daarnaast is het ook in het belang voor de koper om op de marktconformiteit te letten bij het ontwikkelen van een woning. Mede-opdrachtgeverschap zou hier aan bij kunnen dragen.

Het ontwikkelen met consumenteninvloed geeft geen andere risico's dan traditioneel ontwikkelen en kan juist worden gezien als kans, omdat je als ontwikkelaar een wijk tot stand brengt waar de consument zich goed voelt.

### F. HEIJMANS VASTGOED

Mevrouw A.C.M. Spooren  
Manager business development  
Interview 26 april 2007

#### **Profiel**

Woningontwikkeling core-business:	nee
Omvang koopnieuwbouwwoningen p.jr:	3000-4000
Prijssegment:	alle segmenten
Type woningen:	ggw, app
Locaties	zowel uitleg als binnenstedelijk
Grootte project	variërend

"Consumentgericht ontwikkelen is het kijken en luisteren naar markt. Hierbij ligt het initiatief en opdrachtgeverschap bij ontwikkelaar."

"Mede-opdrachtgeverschap heeft te maken met het moment waarop een consument instapt. De consument denkt mee over het plan, de omgeving, architectuur, invulling van het plan en doet mee met het maken van keuzes. De ontwikkelaar doet onderzoek naar de doelgroep en hun wensen voor die locatie. Samen wordt gekeken hoe dit het beste ingevuld kan gaan worden. Mede-opdrachtgeverschap kan zowel vanuit ontwikkelaar als een groep bewoners ontstaan. Het belangrijkste element is dat de consument een duidelijke rol inneemt."

#### **Handelen met consumenteninvloed**

In 2001 is Heijmans gestart met het wenswonen-concept. Hiermee speelt Heijmans in op de veranderingen in de markt en brengt hiermee flexibiliteit in het aanbod en maakt keuzemogelijkheden visueel voor de consument. Daarnaast heeft Heijmans hieraan een woonplanner gekoppeld die direct de financiële consequentie van een keuze inzichtelijk maakt. Op basis van het wenswonen-concept zijn sinds 2001 circa 2500 woningen ontwikkeld. Projectsamenlijk worden de mogelijkheden bepaald en de variaties uitgedacht. De woning, ook wel basiswoning genoemd, is geen kale woning, maar een complete, volledige woning die kan worden aangepast. De woning is afgeprijsd en kan worden opgeplust of afgemind. Het wenswonen-concept wordt toegepast bij een projectgrootte van minimaal zo'n 30 woningen. Het concept is niet specifiek voor een bepaald type woning maar kan op zowel rijwoningen, patio-achtigen, zonder1kapwoningen, vrijstaande of gestapelde woningen worden toegepast. Naast dit concept ontwikkeld Heijmans woningen in het topsegment door de consument de woning zelf te laten ontwikkelen



## BIJLAGEN

---

met een architect. De overige woningen worden ontwikkeld met consumenteninvloed op basis van meer-/minderwerklijsten.

### **Visie**

Politiek gezien is het wenswonen-concept een goede oplossing. De consument krijgt zeggenschap over de woning, maar het is geen particulier opdrachtgeverschap. Wel biedt wenswonen een goed en duidelijk kader waarbinnen een consument zijn keuzes kan maken. Een consument moet niet twijfelen. Het streven is om dit concept verder uit te bouwen. Een 3D woonomgeving wordt naast de woonplanner ontwikkeld. Ook heeft Heijmans een actieve website ontwikkeld. Voor de toekomst verwacht Spooren dat steeds meer digitaal zal worden. Spooren ziet dit als een kans. Het is een beweging in de markt, waar je op in moet spelen. Gezien Heijmans nu actief is met het wenswonen-concept is het een doorontwikkeling. Het mede-opdrachtgeverschap is ook een kans. De markt is enorm in beweging en het is van belang daar goed naar te blijven kijken. Flexibiliteit wordt steeds belangrijker. Dit heeft zijn doorwerking in technische, bouwkundige oplossingen, coördinatie van processen en de competenties van mensen. Een goede voorbereiding is dus van belang. Binnen het klimaat van Heijmans zijn stappen gezet. De nieuwe concepten zorgen ervoor dat Heijmans kan anticiperen op veranderingen in de markt.

### G. RABO VASTGOED

Mevrouw C.M.M. den Ouden

Senior Projectmanager

Interview 28 maart 2007

#### Profiel

Woningontwikkeling core-business:	ja
Activiteit in divisies:	80% woningen 20% overig
Omvang koopnieuwbouwwoningen p.jr:	2000 stuks
Prijssegment:	verschillend
Type woningen:	wisselend, binnenstedelijk meer appartementen
Verhouding koop/huur	100% koop
Locaties	veel uileglocaties, steeds meer binnenstedelijk
Gemiddelde grootte project	20-200 woningen

"Consumentgericht ontwikkelen is ontwikkelen met keuzemogelijkheden voor de consument. Dus je ontwikkelt een basis en de consument maakt keuzes op interieur en exterieur. In consumentgericht ontwikkelen zitten allerlei gradaties, waarbij het hoogste niveau Particulier Opdrachtgeverschap is."

"Mede-opdrachtgeverschap is voor Den Ouden in eerste instantie een onbekend begrip."

#### Handelen met consumenteninvloed

Rabo Vastgoed geeft de consument invloed op de woning door middel van een uitgebreide keuze-optielijst. De aangeboden opties zijn vooraf berekend en worden door Rabo Vastgoed aangeboden aan de consument. Hierdoor heeft men invloed op het casco van de woning. De basisonderdelen zoals de beukmaat van de woning, het trapgat en leidingkokers liggen vast. De basiswoning kan worden "opgeplust" door de keuzeoptielijst, maar ook worden "afgemint". Per project wordt 1 (basis)woning ontwikkeld welke kan worden aangepast.

De consument stapt in de verkoopfase, voor realisatie, in het proces om zijn keuzes kenbaar te maken. De begeleiding hiervoor verloopt via kopersbegeleiding van de aannemer of via een extern kopersbegeleidingsbureau. Ook bij makelaars kan het een en ander al worden besproken. Rabo vastgoed heeft nog geen cd-rom ontwikkeld om kopers te begeleiden. Dit is Rabo Vastgoed wel aan het ontwikkelen.

## BIJLAGEN

---

### **Visie**

Consumenten krijgen in de loop der jaren steeds meer invloed, wat een goede ontwikkeling is. Maar in principe heeft de consument altijd al invloed gehad. Als de woning niet zou voldoen koopt een consument het niet. Maar door consumenten te laten spreken en zeker via groepsprocessen of workshops is dit een goede manier om kennis en informatie binnen te halen om tot een goed product te komen. Maar hiermee heeft Rabo Vastgoed nog niet eerder gewerkt. Ook zou deze methode het volgens Den Ouden meer samenspraak en samenhang geven tussen de bewoners.

Wel ziet Den Ouden een risico in mede-opdrachtgeverschap, namelijk het niet op tijd nemen van beslissingen door consumenten. De kans dat het proces wordt vertraagd is vrij groot.

Voor een ontwikkelaar is deze trend naar meer consumenteninvloed een kans om je te profileren, maar dan moet het wel succesvol verlopen. In eerste instantie is het dus pionieren.

Volgens Den Ouden zal in de toekomst de invloed van de consument toenemen, maar signaleert daarbij ook dat er in binnenstedelijke locaties steeds kleinere woningen worden ontwikkeld om het financieel haalbaar te maken. Dit betekent dat de mogelijkheden afnemen en bijvoorbeeld vaak slechts enkele indelingsoplossingen zijn om de woonkwaliteit goed te houden. Voor de gehele woning gelden deze problemen wat betreft de regelgeving en milieueisen. Er zijn veel randvoorwaarden gekomen, vooral voor binnenstedelijke gebieden en heeft tot gevolg dat er minder keuzevrijheid bestaat voor het exterieur van de woning.

### H. TCN PROPERTY PROJECTS

De heer W. van de Braak,  
Projectmanager  
Interview 28 maart 2007

#### **Profiel**

Woningontwikkeling core-business:	nee
Omvang koopnieuwbouwwoningen p.jr:	500
Prijssegment:	wisselend
Type woningen:	wisselend
Verhouding koop/huur	koop en huur
Locaties	binnenstedelijk
Grootte project	40-200

"Consumentgericht ontwikkelen is het geven van een nadrukkelijke rol aan de consument in het proces, zodat men invloed kan uitoefenen. De ontwikkelaar denkt goed na over wat hij de consument aanbiedt en wat bij de doelgroep past."

"Mede-opdrachtgeverschap is samen met de consument iets optuigen. Direct bij de start samen het traject in gaan. Bij mede-opdrachtgeverschap is de consument eerder in het proces betrokken dan bij consumentgericht ontwikkelen."

#### **Handelen met consumenteninvloed**

TCN is een ontwikkelende belegger en ontwikkelt projecten met een thematische invulling. TCN richt zich niet op een bepaald prijssegment maar op doelgroepen. De woningtak is een jonge tak voor TCN en is een jaar geleden van start gegaan. Alle woningen, zowel koop als huur, worden met betrokkenheid van de consument ontwikkelt. Bij woningontwikkeling is het vaak een combinatie van huur- en koopwoningen of participatie. De consument heeft invloed op het vastgoed, dus type woning, geveluitstraling, maar ook op de omgeving. Dit betreft de voorzieningen, diensten en services. Hierin kan men meebeslissen.

Om consumenten te betrekken bij de ontwikkeling organiseert TCN workshops op eigen kantoor. Dit zijn hele dagen waar de consument aanwezig is, zodat na een groepsproces grote stappen gemaakt kunnen worden in het proces. De consument wordt in een vroeg stadium betrokken om mee te denken en beslissen. De workshop wordt ingericht als een soort arena met een binnen- en buitenring. De binnenring is een grote tafel waaraan consumenten deelnemen en de buitenring bestaat uit TCN'ers om de consumenten te assisteren en te faciliteren in het proces. Tijdens de workshop worden er voorbeelden en referenties

## BIJLAGEN

---

voorgelegd, maar ook kunnen consumenten worden meegenomen op excursie naar binnen- of buitenland om voorbeelden te bekijken, waarna de eisen voor het ontwerp kunnen worden aangescherpt. In eerste instantie is een groot gedeelte vrijblijvend. Op het moment dat er zwaardere kosten gemaakt gaan worden wordt een instapbedrag c.q. contributie gevraagd, zodat de deelnemende consumenten ook daadwerkelijk geïnteresseerd zijn in een woning. De workshop is erop gericht dat consumenten op een lijn komen te staan, wat als resultaat een programma van eisen oplevert. Vervolgens vertaalt TCN het programma van eisen in ontwerpen, services, diensten en prijzen. Volgens TCN creëer je op deze wijze een omgeving die functioneert en tevreden bewoners oplevert.

Om consumenten te begeleiden in het maken van (individuele) keuzes, worden de mogelijkheden op papier gepresenteerd. Ook kan men op internet de plattegrond van de woning intekenen. Gezien TCN veel met herontwikkelingsprojecten te maken heeft, is het ontwikkelen van een computertool niet interessant. Kopers worden in het voortraject begeleid door TCN zelf. Bij realisatie (het fijn-tunen) wordt de kopersbegeleiding bij de aannemer neergelegd. De keuzemogelijkheden hiervoor worden bepaald door TCN en blijft toezicht houden op het proces.

### **Visie**

Van de Braak verwacht een steeds grotere rol voor de consument in de toekomst. De nadruk komt te liggen op binnenstedelijke herontwikkeling. Vanuit deze positie kan gewerkt worden met mede-opdrachtgeverschap. Commitment kan een meerwaarde betekenen voor de buurt. Op deze wijze wordt gewerkt aan sustainability; duurzame toekomstbestendige wijken waar mensen wonen naar wens. Van de Braak ziet hierbij een ontwikkelaar in een bewakersrol, waarbij consumenten hun beleving kunnen vinden in een plan, waar de ontwikkelaar zijn kennis gebruikt om tot betere keuzes te kunnen komen en de kosten te bewaken. Deze combinatie maakt het sterk. Deze manier van werken kan niet als een extra risico gezien worden, want er is duidelijkheid over de opbrengsten en de toekomstige bewoner met hun wensen zijn ver van tevoren bekend. Van de Braak ziet deze werkwijze dan ook als een kans voor een ontwikkelaar.

## BIJLAGEN

### I. VOLKER WESSELS VASTGOED

De heer A.G.A.M. de Bonth  
vastgoedontwikkelaar  
Interview 30 maart 2007

#### **Profiel**

Woningontwikkeling core-business:	ja
Activiteit in divisies:	70% woningen 30% overig
Omvang koopnieuwbouwwoningen p.jr:	1500 stuks
Prijssegment:	voornamelijk hogere prijssegment
Type woningen:	zowel appartementen als grondgebonden woningen
Verhouding koop/huur	100% koop
Locaties	met name uitleglocaties
Grootte project	wisselend

"Consumentgericht ontwikkelen gaat van gebruiken van koperskeuzelijsten tot het geven van inspraak. Bij consumentgericht ontwikkelen is de consument klant en kan in diverse stadia van het ontwikkelingsproces achteraf keuzes maken ten aanzien van de woning."

"Mede-opdrachtgeverschap houdt in dat een ontwikkelaar initieert en de consument mee loopt. Samen ben je opdrachtgever en als consument ben je in staat om vooraf in het ontwerp je wensen kenbaar te maken. Er is dus sprake van beginspraak in plaats van inspraak."

#### **Handelen met consumenteninvloed**

Volker Wessels Vastgoed werkt in het duurdere segment met consumenteninvloed door de consument vroegtijdig in ontwerpfase te betrekken bij het ontwikkelproces. Volker Wessels legt de consumenten schetsen voor van de woning en van de opties, waarbij de architect de woning toelicht. De consument krijgt de gelegenheid op de ontwerpen te reageren. De consument kan daarnaast het interieur individueel inrichten en aankleden. Om consumenten vroegtijdig aan tafel te krijgen wordt via een advertentie in de krant de geïnteresseerden gezocht. De advertentie schetst een sfeer van het project en er wordt een prijsindicatie gegeven.

In andere segmenten werkt Volker Wessels met koperskeuzelijsten, waar de consument in verkoopfase kan beslissen. De

## BIJLAGEN

---

consument wordt begeleidt door kopersbegeleiding, waarbij er momenteel nog niet wordt gewerkt met een computertool. Momenteel ontwikkelt Volker Wessels een nieuw concept, genaamd Mi Vita. Dit concept is gericht op mede-opdrachtgeverschap. Het proces wordt hierbij verdeelt in drie stappen: wat is je lifestyle, wat zoek je in de woning (test) en waaraan dient de woonomgeving te voldoen? Een virtueel model geeft de bouwvlek aan, waar mensen spelenderwijs de wijk gaan inrichten. Een teller loopt mee die bijvoorbeeld de verkoopprijs van de woning aangeeft. De computertool T-xchange zal hierbij een grote rol gaan innemen. Zo kunnen consumenten gezamenlijk hun eigen wijk maken. Mi Vita is nog in ontwikkeling en nog niet eerder toegepast.

### **Visie**

De toekomstverwachting van De Bonth is dat de mate van invloed zal gaan toenemen, consumenten zijn nu gewend aan het niveau van keuzelijsten en deze zal straks iets hoger liggen. Vooral consumenten met een langere wooncarrière stellen meer eisen. Consumenteninvloed is dus een logische ontwikkeling, maar of elke consument er zo hard op zit te wachten als de politiek ons doet geloven vraagt De Bonth zich af. Consumenten:

A. In het lagere prijssegment (bijvoorbeeld starters) is er sprake van schaarste. Het verkrijgen van een woning is dan de eerste prioriteit.

B Het is voor veel kopers ontzettend moeilijk om een woning compleet zelf vorm te geven. Het is daarom vaak prettiger om op deelaspecten van een woning te beslissen (beperkt aanpassen van plattegrond of gevels, keizen van aanbouw).

C Tenzij de hele bouwkolom is ingericht op het ontwikkelen van bouwen van woningen met maximale consumentenvrijheid, zal het aanbieden van consumentenvrijheid zijn weerslag hebben op de prijs. Bepaalde typen kopers zullen er dan voor kiezen om de woning zelf aan te passen.

Wel signaleert De Bonth dat woningen consumentgericht ontwikkeld moeten worden om een goede afzet te bewerkstelligen. De consument is hier klant en kan achteraf de woning aanpassen aan hun wensen. Het ontwikkelen met meer invloed voor de consument ziet De Bonth niet als een extra risico. Wel zal het proces wat ingewikkelder worden. Het is tegenwoordig absoluut een kans voor een ontwikkelaar om zich te profileren.

---

## BIJLAGEN

### J. AMVEST

De heer Drs. G. Eduard  
Regiomanager Acquisitie & Projectontwikkeling  
Interview 13 april 2007

#### **Profiel**

Woningontwikkeling core-business:	ja, samen met beleggen in woningen
Activiteit in divisies:	ontwikkeling woningen als belegging
Omvang koopnieuwbouwwoningen p.jr:	250 stuks
Prijssegment:	Koopwoningen die niet naar huur worden omgezet, hoge prijs segment
Type woningen:	70 % ggw, 30% app
Verhouding koop/huur	voornamelijk huur (voor eigen belegging)
Locaties	vooral uitleglocaties
Grootte project	minimaal 60 woningen bij eigen ontwikkeling

"Consumentgericht ontwikkelen is het vertalen van individuele klantenwensen in het vastgoedproduct."

"Mede-opdrachtgeverschap is het samen met consument kijken hoe de woonwensen vertaald kunnen worden in de woning. Gezamenlijk nadenken en praten over de mogelijkheden met architect. Consument zit vanaf allereerste begin aan tafel met ontwikkelaar. De ontwikkelaar helpt de consument bij het formuleren van zijn wensen."

#### **Handelen met consumenteninvloed**

Amvest werkt veel samen met externe krachten bij de ontwikkeling van woningen. Amvest is een ontwikkelende belegger en ontwikkelt grotendeels huurwoningen. Zowel bij huurwoningen als koopwoningen biedt Amvest de consumenten invloed aan op de woning. Bij koopwoningen werkt men via twee methoden, namelijk door consumenten invloed te geven door basiswoningen met opties aan te bieden en anderzijds door het aanbieden van meer-/minderwerklijsten. Amvest biedt naast variatie op de woning zelf, differentiatie aan in het project.

Kopers stromen in verkoopfase voor realisatie in, zodat men de woning naar wens kan aanpassen.

#### **Visie**

De bouw is een traditionele tak. Momenteel kan een consument zijn keuzes maken in verkoopfase van het project, voor realisatie. Het meer naar voren halen vindt Eduard een goed idee, maar vraagt zich af of kopers bereid zijn zo'n tijd te wachten



## BIJLAGEN

---

op hun woning.

Behoeftte aan invloed is er, maar er is ook een bepaalde groep die gewoon een goed kwalitatief huis willen kopen. Invloed kost de consument veel tijd, twijfel en onzekerheid. Niet iedere consument zit op uitgebreide en vergaande keuzevrijheid te wachten. Dit zijn volgens Eduard specifieke groepen. Vervolgens is nog de vraag welke vrijheid een ontwikkelaar dan biedt.

Zijn dat een aantal uitgewerkte modellen of ben je echt vrij?

Volgens Eduard is het van belang dat een consument vertrouwen moet hebben in de ontwikkelaar. Een aandachtspunt hierbij is dat een ontwikkelaar goed naar de doelgroep moet gaan luisteren. Een ontwikkelaar heeft de neiging, door risico-overwegingen, om voor het gemiddelde, de doorsnee consument, te gaan ontwikkelen. Wanneer een ontwikkelaar zich op een specifieke doelgroep richt, is het aantal geïnteresseerden kleiner en het risicoprofiel hoger. Durf je als ontwikkelaar voor die specifieke doelgroep te ontwikkelen? Als ontwikkelaar maak je alleen deze stap als je denkt dat je hier rendement uit kan halen. Het gevolg is dat je soms andere doelgroepen uit sluit. Dit is volgens Eduard de opgave voor de woningmarkt en tevens een oplossing voor de eenheidsworst. Als ontwikkelaar doelgroepgericht te ontwikkelen. Op deze wijze ontstaat er vanzelf differentiatie in dat wat wordt aangeboden in Nederland.

Momenteel heerst in Nederland wel de behoefte aan specifieke ontwikkelingen, maar heeft zich dat nog niet omgezet in een uitgesproken vraag. Deze vraagzijde en woonvoorkeuren moeten zich in Nederland nog ontwikkelen. Zolang er schaarste blijft in Nederland aan woningen, blijft het ontwikkelen voor de algemene consument en is er geen sprake van keuzevrijheid. Branding van ontwikkelaars is nog niet echt sprake van. Wel is er de verwachting dat sommige ontwikkelaars goed naar de consument gaan kijken. Anderen gaan zich echt op doelgroepen richten en veel kennis opdoen in die specifieke segmenten. Als ontwikkelaar is het volgens Eduard van belang te weten welke richting je op wilt en vervolgens op welke wijze de organisatie daarop aangepast dient te worden.

## K. BOUWFONDS regio Zuid-West

De heer Drs. E.A.M. van Winsen MRE, Directeur vestiging Delft  
Mevrouw Drs. B.R. van den Bree, hoofd verkoop en marketing  
Interview vrijdag 20 april 2007

### **Profiel Bouwfonds Delft**

Woningontwikkeling core-business: ja  
Omvang koopnieuwbouwwoningen p.jr: 2000 stuks  
Prijssegment: voornamelijk hogere segment  
Type woningen: 30% app, 70% ggw  
Verhouding koop/huur: 100% koop  
Locaties: 40% binnenstedelijk, 60% uitleglocaties  
Grootte project: verschillend, gemiddeld 50/60 woningen

"Consumentgericht ontwikkelen is niet het geven van absolute vrijheid aan de consument, maar een consument kan aangeven wat hij belangrijk vindt aan opties en mogelijkheden. Als ontwikkelaar ontwikkel je woningen die consumenten aanspreken en daarbij geef je de consument vrijheid in mogelijkheden, maar binnen een bepaald stramien."

"Mede-opdrachtgeverschap houdt participierend opdrachtgeverschap in, dus echt samen met de consument het programma van eisen opstellen."

### **Handelen met consumenteninvloed**

Bouwfonds Delft werkt in ieder project met een bepaalde mate van invloed voor de consument. In de voorfase van het project wordt vastgesteld welke mate van consumenteninvloed zal gelden. Dit kan gekoppeld zijn aan de prijsklasse van de woning, maar ook aan de termijn voor start bouw. Indien er snel gehandeld dient te worden, ligt er een andere doelstelling.

Bouwfonds Delft werkt met consumentgericht ontwikkelen en met mede-opdrachtgeverschap. Bij consumentgericht ontwikkelen worden een of meerdere basiswoningen met opties aangeboden. Hierbij heeft men geen invloed op elementen als verdiepingshoogte en beukmaat. Maar wordt er in het plan veel variatie aan woningen ontwikkeld zodat een consument kan kiezen uit een woning in het plan, die aan de eisen van de consument voldoet. Goedkope woningen hebben ook opties. Maar altijd wordt er rekening gehouden met de relatie tussen de opties en prijsklasse.

Bij consumentgericht ontwikkelen stapt de consument in tijdens de verkoopfase. Vanaf de ontwerpfase wordt het belangstellendentrajec gestart waar consumenten via het internet met Bouwfonds Delft kan communiceren en er van beide

## BIJLAGEN

---

partijen vragen gesteld kunnen worden.

Mede-opdrachtgeverschap heeft Bouwfonds Delft al een keer mee gewerkt in het project "De Groene Kreek". Hierbij lag het initiatief om een groep consumenten te vormen bij Bouwfonds. Samen met deze groep is het plan ontwikkeld. Men had hierbij invloed op de woonomgeving, buitenruimte en de woningen. Individueel kon de woning via de werkwijze van consumentgericht ontwikkelen worden aangepast naar eigen wens.

### **Visie**

Consumenteninvloed is volgens Van Winsen en Van den Bree een goede ontwikkeling, zowel voor de consument als voor Bouwfonds. Het is belangrijk om altijd dicht bij de consument te blijven. Bouwfonds doet dat door goed marktonderzoek, open staan voor klantwensen, leren van fouten en het afnemen van een enquête via internet uit het opgebouwde bestand met consumenten. Dit geeft houvast voor volgende projecten en is tevens munitie voor gemeenten en stedenbouwkundigen.

Consumenteninvloed kan worden gezien als een kans, ook financieel. Uit opties e.d. kan een goed rendement worden behaald. Van Winsen en Van den Bree verwachten voor de toekomst meer invloed voor de consument. Kopers kunnen meer bepalen, maar er liggen grenzen. Een goede communicatie is hierbij ontzettend belangrijk.

## BIJLAGEN

### L PROPER-STOK

De heer P. van der Gugten

Algemeen directeur

Interview woensdag 25 april 2007

#### Profiel

Woningontwikkeling core-business:	ja
Activiteit in divisies:	70% woningen 30% overig
Omvang koopnieuwbouwwoningen p.jr:	1200 stuks
Prijssegment:	alle prijssegmenten
Type woningen:	50% appartementen, 50% grondgebonden woningen
Verhouding koop/huur	100% koop
Locaties	voornamelijk binnenstedelijk
Grootte project	vanaf 30 woningen, grootte varieert, maar vooral grote projecten

"Consumentgericht ontwikkelen is het geven van vrijheid aan kopers. Kopers kunnen individueel hun woning afstemmen op hun wensen."

"Mede-opdrachtgeverschap gaat breder dan alleen op woningniveau. Het gaat ook om de woonomgeving. Deze wordt in groepsverband ontwikkeld."

#### Handelen met consumenteninvloed

Proper-Stok heeft de consument altijd invloed gegeven op de woning door opties en meer-/minderwerk. Proper-Stok hanteert drie werkwijzen voor het ontwikkelen van woningen. Zo'n 40% van de woningen wordt ontwikkeld met gebruik van meer-/minderwerklijsten, 50% van de woningen via consumentgericht ontwikkelen door opties aan te bieden en zo'n 10% van de woningen worden ontwikkeld via mede-opdrachtgeverschap.

Bij consumentgericht ontwikkelen zijn alle mogelijkheden en opties afgeprijsd. Dit heeft als voordeel dat de financiële consequentie van een keuze direct inzichtelijk is. Daarnaast kan men dit bedrag meenemen in de hypotheek. Proper-Stok organiseert bij consumentgericht ontwikkelen een consumentenronde waarin men nog andere wensen kan aangeven.

Ook werkt Proper-Stok met mede-opdrachtgeverschap. Proper-Stok betreft consumenten bij het stedenbouwkundige plan in de planfase, middels een advertentie. In de advertentie wordt een bepaalde sfeer neergelegd. Volgens Van der Gugten trekt de

## BIJLAGEN

---

locatie een bepaalde groep consumenten aan, die vervolgens een prikkel hebben om hun eigen huis te ontwikkelen. Proper-Stok heeft hierbij de randvoorwaarden en stedenbouwkundige voorwaarden geformuleerd en een architect gekozen. Daarnaast houdt Proper-Stok de verkaveling en de uitstraling van de wijk in eigen hand. Op sommige elementen dient een ontwikkelaar grip te houden om de kwaliteit te waarborgen en ter bescherming van de consument, aldus Van der Gugten.

### **Visie**

De markt is aan het veranderen. Het individualisme, waar men zich privé wil ontwikkelen, is ook een bepaalde hang naar collectiviteit te zien. Vaak is dit een combinatie. Deze nieuwe vormen van collectiviteit, kunnen als marketingtool dienen, omdat consumenten zich graag met iets willen identificeren. Mensen willen graag keuzes maken, dus alleen een gezamenlijk terras is niet interessant, maar een privé terras en een gezamenlijke tuin, is van deze tijd. Voorheen werd dit vooral publiek geregeld, nu steeds meer privaat. Daarnaast worden voorzieningen steeds vaker onderdeel van een woonconcept.

Van der Gugten voorziet voor de toekomst steeds meer gebiedsontwikkelingen en multifunctioneel ontwikkelen, woningbouw met daarnaast onderwijs, sport, zorg, winkels, hotels etc. Steeds vaker zal samen met partners ontwikkeld worden.

Voor het ontwikkelen is het van belang om de taal van de consument te begrijpen. Het bieden van maatwerk zal in de toekomst steeds meer voorkomen. Op deze wijze ontwikkel je bijzondere projecten. Wel is het een punt dat de betaalbaarheid voor de toekomst bepalend zal zijn. De taak van de ontwikkelaar is dus het kunnen aanbieden van veel diversiteit maar ook rationalisering van het product.

## BIJLAGEN

### M. AM Noord-Holland

De heer S. ter Beek  
Hoofd verkoop  
Interview 3 mei 2007

#### Profiel

Woningontwikkeling core-business:	ja
Activiteit in divisies:	85% woningen 15% overig
Omvang koopnieuwbouwwoningen p.jr:	2000
Prijssegment:	voornamelijk middelduur en duur
Type woningen:	50% app, 50% ggw
Verhouding koop/huur	100% koop
Locaties	zowel binnenstedelijk als uitleglocaties
Grootte project	25-225 stuks

"Consumentgericht ontwikkelen is de consument laten meepraten in het ontwikkelproces, maar voor AM betekent consumentgericht ontwikkelen het visiegericht ontwikkelen. De ontwikkelaar is hierbij initiatiefnemer en opdrachtgever."

"Mede-opdrachtgeverschap kent Ter Beek in eerste instantie niet."

#### Handelen met consumenteninvloed

AM Noord-Holland ontwikkeld voornamelijk grootschalige projecten. Grootschaligheid is van invloed op de mate van consumenteninvloed. AM Zuid ontwikkelt veel kleinschaliger en met een andere mate van consumenteninvloed. Overige regio's zijn voornamelijk te vergelijken met AM Noord-Holland.

AM Noord-Holland biedt consumenteninvloed aan, maar laat het niet geheel vrij aan de kopers. AM werkt men met consumentgericht ontwikkelen door het aanbieden van variaties op de basiswoning. De grote onderdelen worden uitgetekend en berekend, een bouwaanvraag voor gedaan en als optie aangeboden. Voor de kleine onderdelen, zoals deurbeslag etc worden meer-/minderwerklijsten gehanteerd. Deze methode geldt voor nagenoeg alle woningen. Alleen voor de sociale klasse past men minder mogelijkheden toe en werkt men met alleen de meer-/minderwerklijsten. Alle opties en mogelijkheden worden op papier uitgewerkt. Op internet wordt het project vermeld met de impressies. Deze omvatten de basis en mogelijkheden in 3D en 2D. AM gebruikt internet om interesse te wekken en niet om woningen vanaf internet te verkopen. De consument wordt bij

## BIJLAGEN

---

het proces betrokken in de verkoopfase voor realisatie.

Voor veel projecten wordt een virtuele gemeenschap opgezet. Aan elke kopersgroep kun je als ontwikkelaar vragen stellen via internet. Er ontwikkelen wel eens enkele initiatieven op een virtuele gemeenschap en daar luistert AM naar. Natuurlijk wordt bekeken of de initiatieven mogelijk zijn en draagvlak hebben. Op deze manier ontwikkelen zich ook wel initiatieven voor de woonomgeving. Het initiatief is dus niet afkomstig van AM, maar kunnen consumenten geluiden laten horen.

### **Visie**

Ter Beek gelooft niet in het concept om een consument te laten meepraten in een ontwikkeling. AM maakt zich sterk met woonbeleving en woonprofielen. Een locatie wordt geheel ontleed op de mogelijkheden en wordt er goed onderzoek gedaan naar doelgroepen. Vanuit dit startpunt wordt een visie neergelegd voor het plan. Onderzoek en praktijkervaring zijn hierbij erg belangrijk.

Een koper geeft vaak individuele wensen aan en AM richt zich niet op 1 consument, maar op grotere aantallen. Toch is consumenteninvloed een goed begin. De invulling is echter in de praktijk wel van belang. Het blijkt dat veel kopers niet capabel om zelf met nieuwe ideeën te komen. Met voorbeelden werken is hierbij de oplossing. Consumenten vinden invloed hartstikke leuk. Maar wat schiet je er mee op. Ook kijken naar wat de buurman doet is vaak lastig. Vaak wil men er niet veel meer voor betalen, geen enorme bedragen. Te verwachten zijn hoge faalkosten bij meer- minderwerk bij aannemers, dus rekenen ze vaak maar hoge bedragen. Dus het afprijzen van opties is heel belangrijk. Consumenteninvloed is voor Ter Beek niet alleen voor consument maar ook meer om differentiatie aan te bieden, waardoor je meer prijscategorieën kan aanbieden en een grotere doelgroep bereikt. Zo ben je consumentgericht, maar bereik je ook variatie in je plan. Het mes snijdt dus aan twee kanten.

Ter Beek verwacht dat ontwikkelaars in de toekomst in een goede markt zich gaan richten op niches, bepaalde doelgroepen in de markt. Op deze wijze wordt er niet meer voor het Gross ontwikkeld en verdwijnt de eenheidsworst. Er zal dus steeds meer in doelgroepen gedacht gaan worden.

---

## BIJLAGEN

### N. BLAUWHOED

De heer R. Hoefnagel, Hoofd Marktafdeling

De heer P. de Winter, Hoofd Kopersbegeleiding

Interview, 24 mei 2007

#### **Profiel**

Woningontwikkeling core-business:	ja
Activiteit in divisies:	75% woningen 25% overig
Omvang koopnieuwbouwwoningen p.jr:	800
Prijssegment:	middel en (voornamelijk) hoog
Type woningen:	50% app, 50% ggw
Verhouding koop/huur	100% koop
Locaties	70% uitleglocaties, 30% binnenstedelijk
Grootte project	gemiddeld circa 150-200 woningen

“Consumentgericht ontwikkelen is het ontwikkelen vanuit het perspectief van het wensenpatroon van een bepaalde doelgroep, maar dat sterk gestuurd wordt vanuit de ontwikkelaar. Deze bedenkt het plan en legt dit voor aan de consument. Woningen kunnen in verschillende opties tot uitdrukking komen. Consumentgericht ontwikkelen is opdrachtgever gestuurd.”

“Mede-opdrachtgeverschap houdt in dat een ontwikkelaar gegadigden, potentiële kopers, aantrekt en met deze consumenten een plan ontwikkelen op een locatie dat in eigendom is van een ontwikkelaar. Woningen worden ontwikkelt via een groepsproces, maar ook op een hoger niveau heeft men invloed, zoals op landschappelijk niveau en het milieu. Kern van het verschil met consumentgericht ontwikkelen: niet alles is door de ontwikkelaar vooruitgedacht wordt en de uitkomst staat niet op voorhand vast. Er is sprake van interactie, waarbij de consument mede-zeggenschap heeft.”

#### **Handelen met consumenteninvloed**

Consumentgericht ontwikkelen zit al vanouds ingebakken in de organisatie. Blauwhoed heeft altijd open gestaan voor wensen van de koper. In het ontwikkelproces is ruimte opgenomen voor consumenten om wijzigingen te kunnen aanbrengen op de woning. Per project wordt gekeken op welke wijze en welke mate van invloed gaat gelden. Het is een grote bandbreedte waarbinnen Blauwhoed werkt. Een viertal werkwijzen worden toegepast. Voornamelijk in de lagere prijssegmenten past Blauwhoed consumentgericht ontwikkelen toe door middel van meer-/minderwerklijsten. Daarnaast werkt Blauwhoed veel



## BIJLAGEN

---

met opties. Deze worden visueel gemaakt voor de consument waarbij tevens direct inzichtelijk wordt wat de financiële consequentie is van deze keuze. Dit is in de meeste gevallen op papier en soms op cd-rom. In het hogere prijssegment werkt Blauwhoed met meerdere basiswoningen met opties en ook door men zelf de woning samen te laten stellen, door de consument zelf met de architect te laten praten. In het laatste geval is er dus geen basiswoning en zijn er alleen randvoorwaarden opgesteld. Momenteel ontwikkelt Blauwhoed ook het mede-opdrachtgeverschap om als werkwijze toe te passen. Hierbij zal gewerkt worden met groepsprocessen om zowel de consument invloed te geven op de woning, als op de woonomgeving.

### **Visie**

Consumenteninvloed past helemaal binnen de ontwikkelingen, zoals emancipatie en het kritischer en mondiger worden van de consument. Dus op maatschappelijk vlak is het een goede ontwikkeling. Je kunt je alleen wel afvragen in welke mate dit doorgevoerd moet worden. Dit heeft ook te maken met het beleid van de overheid en regels op technisch vlak. Enerzijds zorgen al deze regels voor een moeizaam proces terwijl anderzijds de overheid de consument meer vrijheden wil geven. Dit is tegenstrijdig.

De verwachting voor de toekomst is dat een consument meer invloed zal krijgen. Dit heeft ook te maken met concurrentie. Consumenteninvloed kan zowel als een risico als een kans worden beschouwd. Het kan als een risico worden gezien, omdat het toch enige inspanning vergt van de organisatie. Tevens is het ook een kans om de basiskwaliteiten die je in huis hebt verder uit te bouwen en je als bedrijf te onderscheiden.

# 10

## DATAMATRIX

# BIJLAGEN

---

---

# BIJLAGEN

	Product											Proces											Ontwikkel methode				Woningen							
	Exterieur e.q. ontwerp						Interieur					Instapmoment consument			Keuzes maken		begeleiding						T O	CGO		MO		%	Aant al					
	Beukmaat	Verdiepingshoogte	Plaatsing woning op de kavel	Volume	Gevel	Woonomgeving	Plattegrond	Indeling	Keuken	Badkamer	Overrig interieur (deuren, kozijnen, trap etc)	Acquisitiefase	Planfase	Ontwerpfase	Bestekfase	Verkoopfase	Na realisatie	Via meer-/minderwerklijsten doror derde partij bepaald	Via meer-/minderwerklijsten ontwikkelaar	Opties uitgetekend	Financiële consequentie direct inzichtelijk	Persoonlijk gesprek		Op papier	Op cd-rom	Op internet	meer-/minderwerklijsten doror derde partij bepaald			meer-/minderwerklijsten ontwikkelaar	één basiswoning met opties	meerdere basiswoningen met opties	basiswoning zelf samenstellen	Meedenken (community planning)
AM	-	-	-	O	-	-	-	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	O	O	O	O	O	O	O	-	-	O	-	-	-	-	onbekend	Onbekend
Amvest	-	-	-	O	O	-	-	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	O	O	O	O	O	O	O	-	-	-	-	-	-	-	onbekend	onbekend
Ballast Nedam	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	O	O	-	O	O	O	O	O	-	-	O	-	-	-	100%	250
BAM	-	-	-	O	-	-	-	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	O	O	-	O	O	O	O	O	-	-	-	-	-	-	98%	1370
Blauwhoed	-	-	O	O	O	-	O	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	O	O	-	O	O	O	O	O	-	-	O	-	-	-	3%	50
Bouwfonds	O	O	O	O	O	-	O	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	O	O	-	O	O	O	O	O	-	-	O	-	-	-	97%	1650
Heijmans	-	-	-	O	-	-	-	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	O	O	-	O	O	O	O	O	-	-	O	-	-	-	10%	80
ING	-	-	O	O	-	-	-	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	O	O	-	O	O	O	O	O	-	-	O	-	-	-	18,5%	148
Johan Matser	-	-	-	O	-	-	-	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	O	O	-	O	O	O	O	O	-	-	O	-	-	-	70%	560
	-	-	-	O	-	-	-	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	O	O	-	O	O	O	O	O	-	-	O	-	-	-	1,5%	12
	-	-	-	O	-	-	-	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	O	O	-	O	O	O	O	O	-	-	O	-	-	-	2%	40
	-	-	-	O	-	-	-	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	O	O	-	O	O	O	O	O	-	-	O	-	-	-	98%	1960
	-	-	-	O	-	-	-	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	O	O	-	O	O	O	O	O	-	-	O	-	-	-	onbekend	onbekend
	-	-	-	O	-	-	-	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	O	O	-	O	O	O	O	O	-	-	O	-	-	-	12%	420
	-	-	-	O	-	-	-	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	O	O	-	O	O	O	O	O	-	-	O	-	-	-	1,5%	50
	-	-	-	O	-	-	-	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	O	O	-	O	O	O	O	O	-	-	O	-	-	-	86,5%	3030
	-	-	-	O	-	-	-	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	O	O	-	O	O	O	O	O	-	-	O	-	-	-	onbekend	onbekend
	-	-	-	O	-	-	-	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	O	O	-	O	O	O	O	O	-	-	O	-	-	-	onbekend	Onbekend
	-	-	-	O	-	-	-	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	O	O	-	O	O	O	O	O	-	-	O	-	-	-	onbekend	Onbekend
	-	-	-	O	-	-	-	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	O	O	-	O	O	O	O	O	-	-	O	-	-	-	onbekend	onbekend

# BIJLAGEN

NS	-	-	-	O	-	-	-	O	O	O	O	-	-	-	O	-	-	-	O	-	-	-	-	-	-	100%	150							
Proper-Stok	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	-	O	-	-	-	-	O	-	-	O	-	-	-	-	-	-	-	-	-	O	10%	120	
	-	-	-	O	-	-	-	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	O	O	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	-	-	50%	600
	-	-	-	O	-	-	-	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	O	-	O	O	O	O	-	-	-	O	-	-	-	-	-	40%	480
Rabo	-	-	-	O	-	-	-	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	O	-	O	O	O	O	-	-	-	O	-	-	-	-	-	100%	2000
TCN	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	O	-	O	-	-	-	-	O	-	-	O	O	-	O	-	-	-	-	-	-	O	100%	500	
Volker Wessels	+ /-	-	O	O	O	-	O	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	-	O	-	O	O	-	-	-	-	O	-	-	-	-	10%	150	
	-	-	-	O	-	-	-	O	O	O	O	-	-	-	-	O	-	O	-	O	O	O	O	-	-	-	O	-	-	-	-	-	90%	1350

## BIJLAGEN

---

---