
TITELBLAD

Titel: **Nieuwe woonconcepten met dienstverlening voor senioren**

Subtitel: **Een kwalitatieve vraag en aanbod analyse onder bovenmodale senioren**

Onderdeel: Masterproof ingediend ter verkrijging van het diploma Master of Science in Real Estate

Student: drs. N.M. van der Ende
studentnummer 1441418
Punterstraat 59
8081 KH Elburg
0525-684014 / 06-14388511
@: vdende1@hotmail.com

Afstudeerbedrijf: Bouwfonds Property Development
Westerdorpsstraat 66
Postbus 15
3871 AZ Hoevelaken

Bedrijfsbegeleiding: dhr. drs. J.P.Th.M. Joosten, hoofd marktonderzoek
@: H. Joosten@bouwfonds.nl
dhr. drs. Q.J.M. Kraan, marketingadviseur
@: Q. Kraan@Bouwfonds.nl

Opleiding: Rijks universiteit Groningen
Master Vastgoedkunde, Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen

Hoofdmentor: dhr. prof. dr. E. F. Nozeman
@: Ed.Nozeman@ingrealestate.com

Afstudeerperiode: juli 2004-januari 2005

Elburg, december 2004.

Voorwoord

Bij de totstandkoming van seniorenwoningen en eventueel gewenste diensverlening en/of zorg steken een groot aantal bedrijven energie en tijd in de analyse van de mogelijkheden en de beperkingen van deze potentiële markt. Veelal berust ontwikkeling op de kunde van stedenbouw en de kennis van het grondbedrijf. De factor markt is hierbij niet altijd expliciet aanwezig. Dat dit weer van belang is, blijkt uit de moeite die het zal kosten om de seniorendoelgroep van geschikte huisvesting te voorzien. Een goede afstemming van het woonaanbod op de vraag van de markt en het faciliteren van dienstverlening en zorg zal onomwonden de toekomst van dit vastgoed bepalen.

Omdat het aantal senioren de komende decennia een toenemende druk op de maatschappij zal geven, leek het mij interessant om de (on)mogelijkheden van deze markt zowel objectmatig als procesmatig te onderzoeken. Het onderzoek beoogt in een goede afstemming te voorzien voor Bouwfonds Property Development en zich op deze manier meer bewust te zijn van de wensen in deze doelgroep om zodoende meer marktgeoriënteerd te kunnen opereren door het formuleren van marktconform beleid.

Het onderzoek 'Conceptualisering en positionering van wonen met dienstverlening voor senioren' heb ik uitgevoerd in het kader van het afstuderen aan de Rijksuniversiteit Groningen, faculteit Ruimtelijke Wetenschappen voor de Master Vastgoedkunde. Het onderzoek is in grote mate afhankelijk geweest van bijdragen uit de praktijk. Het heeft geleid langs ondernemers, projectleiders, makelaars, overheden en de seniorendoelgroep zelf, die mij allemaal zeer goed hebben voorzien van informatie. Ik wil dan ook de personen die ik gesproken heb in de casestudies, de panelinterviews en de telefoongesprekken hiervoor hartelijk danken.

Tijdens mijn afstudeeropdracht heb ik profijt gehad van de begeleiding van mijn begeleider van de Rijksuniversiteit Groningen, prof. dr. Ed F. Nozeman. Daarnaast is de voortgang succesvol verlopen dankzij de input en feedback van dhr. drs. J.P.Th.M. Joosten en dhr. drs. Q.J.M. Kraan van Bouwfonds Property Development. Ik dank hen en andere betrokken medewerkers van Bouwfonds Property Development hartelijk voor hun interesse en inzet die zij hebben getoond in het helpen bij mijn afstudeeropdracht. Uiteraard sta ik hier ook stil bij het thuisfront dat mij liefdevol en geïnteresseerd heeft gestimuleerd in deze twee achtereenvolgende jaren van afstuderen, super bedankt.

Elburg, december 2004.

Norman van der Ende

Samenvatting

Er is en komt een groot aantal senioren met een inkomen boven modaal op de woningmarkt die niet in hun woonvraag wordt voorzien. Veertig procent van de seniorendoelgroep valt onder deze groep bovenmodalen. De afstemming van vraag en aanbod bij woningontwikkeling (met dienstverlening en zorg) op deze senioren met een inkomen boven modaal wordt steeds complexer. Ten eerste worden en zijn de woonconsumenten die behoren tot deze groep binnen de seniorendoelgroep steeds kritischer, mondiger en stellen steeds hogere eisen aan de woonlocatie. Ten tweede is deze groep erg honkvast en is het hierdoor moeilijk deze groep te verleiden om te veranderen van woonsituatie. Ten derde zijn er als gevolg van deze dynamiek in deze seniorenmarkt tal van bedrijven (projectontwikkelaars, zorgaanbieders, beleggers, corporaties, aannemers) die willen inspelen op de toekomstige woonvraag van deze doelgroep.

Om die (bouw)opgave te kunnen bewerkstelligen, moeten voldoende geschikte ontwikkelingslocaties aanwezig zijn. Tevens zal de wet- en regelgeving ten aanzien van zorg en ruimtelijke ordening transparanter en de procedures korter moeten worden en zal de ontmanteling van de AWBZ, deels in de WMO, resulteren in een hogere individuele bijdrage aan aanvullende particuliere verzekeringen wat mogelijk een effect heeft op allocatiebeslissingen. Het brandpunt komt, wat het overheidsbeleid betreft, op lokaal niveau te liggen. Hoewel de gemeente een regierol heeft, zal ze die niet kunnen bekrachtigen met voldoende financiële incentives.

Dit betekent dat het woningaanbod gericht op deze seniorendoelgroep mede door inzet van bedrijven en overheden die zich op deze markt richten, verwezenlijkt zal moeten worden. Verscheidene bedrijven en overheden proberen op eigen en concurrerende wijze aan deze wisselende markt tegemoet te komen. Door de hoge differentiatie in woonwensen en de honkvastheid van de senioren, kan echter moeilijk gezegd worden wat de ontwikkelingen zijn over vijf tot tien jaar. Tegenover deze dynamische, ondoorzichtige markt en de voortdurend veranderende kwalitatieve woonvraag van senioren staat de aanbodgestuurde vaak productgeoriënteerde woningontwikkeling van woningaanbieders. Echter door de sociaal-economische ontwikkelingen proberen deze aanbieders meer marktgericht te produceren en zodoende bij te dragen aan de woonvisies en doelstellingen van senioren; hun woonwensen. Gevaar is echter dat de factor markt te kortstondig dan wel te summier in de ontwikkeling meegenomen wordt of enkel aan het begin door eenmalig marktonderzoek, waardoor een product/concept op de markt komt, maar nauwelijks aansluit bij de behoefte van de doelgroep.

Conceptaanbieders die doelen op dit midden en bovensegment van de markt redeneren sterk vanuit ambities en visies die iets zeggen over het doel waarnaar zij als geheel streven. Om die ten uitvoer te brengen streven zij naar producten/concepten die binnen die visie passen. Vaak wordt als gevolg daarvan voorbij gegaan aan een analyse waarin gekeken wordt of de gestelde doelen met het product/concept ook daadwerkelijk haalbaar en realistisch zijn. Gesteld kan worden dat hiermee de verwachte beeldvorming van de markt van deze aanbieders niet strookt met de perceptuele woonwensen van de seniorendoelgroep. Wanneer bijvoorbeeld de uitgifte van woningen lang op zich laat wachten zal een product/conceptaanbieder om financieel-economische redenen geneigd zijn de kavels uit te geven aan mensen die buiten de doelgroep vallen. Hiermee wordt aangetoond dat er een mismatch kan ontstaan tussen vraag en aanbod, doordat:

- niet haalbare of marktconforme doelen worden nagestreefd;
- de behoeften van de geselecteerde doelgroep niet of nauwelijks in beeld worden gebracht;
- de behoeften zich als gevolg van dynamische ontwikkelingen wijzigen in de markt zonder dat daar op ingespeeld wordt door de product/conceptaanbieders (dynamische vraag versus een statisch aanbod);

Afstemming van vraag en aanbod kan worden gezien als de essentie van conceptualisering en positionering van wonen met dienstverlening voor senioren. In de markt nemen deze termen functioneel een belangrijke plaats in in het ontwikkelproces. Bij conceptaanbieders wordt de toegevoegde waarde hiervan steeds meer onderkend. Het ontwikkelen en integreren van een voorstel van implementatiestrategie van conceptualisering en positionering is erop gericht om het aanbod van seniorenwoningen beter te laten aansluiten op de vraag van de markt. Zonder tekort te doen aan de doelstellingen van de in het ontwikkelproces betrokken partijen, kan een dergelijke strategie een geheel nieuwe invalshoek betekenen voor het ontwikkelen en positioneren van geschikte seniorenwoningen met dienstverlening. De hoofdvraag van het onderzoek is:

Welke kwalitatieve vraag is er aanwezig bij senioren uit het middenhoge segment ten aanzien van de woning, de woonomgeving en woon- en zorgdiensten en welke (mogelijke) woonconcepten sluiten daarop aan en hoe is dit te vertalen naar een implementatiestrategie?

Deze hoofdvraag wordt beantwoord aan de hand van een viertal onderzoeksvragen die ingaan op theorie en praktijk. Het theoretische deel legt zich toe op de vraag- en aanbodsituatie van seniorenwonen, op het ontwikkelproces, op het enquêtemateriaal (Woningbehoefteonderzoek 2002) en op relevante literatuur met betrekking tot de seniorenwoningmarkt. Het praktische deel van het onderzoek betreft enerzijds een Multiple Case Study waarbij zes woon(zorg)concepten voor senioren zijn geanalyseerd. Anderzijds bestaat het praktische gedeelte uit workshops waarin aan acht panels door middel van interviews een achttal concepten wordt getoond en gewaardeerd. Het onderzoek resulteert in een voorstel van implementatiestrategie.

Uit de vraag- en aanbodanalyse van de seniorenwoningmarkt blijkt dat conceptaanbieders elkaar beconcurreren met het ontwikkelen van woonproducten voor senioren. Het betreffen vaak producten met een hoogwaardige invulling aangezien de markt dit 'eist'. Je telt als aanbieder niet meer mee als je niet aan deze vraag tegemoet komt. Veel aanbieders vissen in dezelfde vijver en gaan of te nadrukkelijk in op hun eigen kracht en op die manier voorbij aan de wens van de consument of voorbij aan eigen kracht en kenmerk. Daarbij kan gesteld worden dat veel van deze zogenoemde concurrenten nog niet waar kunnen maken wat zij pretenderen te bieden.

In de theorie over ontwikkelprocessen die gehanteerd wordt bij aanbieders, wordt summier aandacht besteed aan de markt door een eenmalig marktonderzoek in de aanvangsfase. Vaak is er sprake van een top-down ontwikkelproces, terwijl juist meer bottom-up gedacht moet worden. In het verdere verloop van het proces komt de factor markt alleen nog aan bod bij promotie en verwerving.

Resultaten uit deze analyse zijn verwerkt in het voorstel van implementatiestrategie, naast de algemene conclusies het resultaat van het onderzoek. De Multiple Case Study is een bevestiging van het feit dat de factor markt een toegevoegde waarde heeft in het ontwikkelproces. Uit deze studie zijn positieve en negatieve aspecten gehaald die als input gebruikt kunnen worden voor de implementatiestrategie, de belangrijkste 'lessons learned'.

Negatieve aspecten uit de Multiple Case Study:

- Marktrealisme wordt ondergeschikt aan visie/ambitie van de ontwikkelende aanbieder en/of de politieke kleur.
- Zonder marktinput worden ontwerpen cq. ontwikkelprocessen star en niet marktconform opgezet.
- Zonder marktinzicht kunnen sterkten en kansen, die als uitgangspunten voor de ontwikkeling worden genomen overschat worden en zwakten en bedreigingen genegeerd worden.
- Draagvlakproblematiek bij (pilot)projecten als gevolg van juridische, financiële, perceptuele knelpunten kunnen succesvolle initiatieven doen stranden.

-
- 'Taal' problemen en verschillende referentiekaders van samenwerkende partijen kunnen tijdrovend en kostenverhogend werken in de procesgang.
 - Het stigma oud en de nadruk op zorg werpt een drempel op ten aanzien de belangstelling van de doelgroep.

Positieve aspecten uit de Multiple Case Study:

- Betrekken van marktpartijen gedurende de conceptvorming geeft inzicht in de vraag en draagt bij aan marktconformiteit van projecten.
- Ontwikkelingsactiviteiten kunnen gestuurd en intern gecommuniceerd worden door gebruik en inzet van de input van eindgebruikers.
- Marktonderzoek geeft inzicht in de marktvraag (kwalitatief en kwantitatief).
- Faciliteren van marktgerichte activiteiten in de organisatie door incorporeren van specifieke kennis (zorg).
- Rolverdeling van wonen en zorg, maakt het mogelijk dat de kernactiviteiten van een partij de slagvaardigheid van een ontwikkelproces ten goede komt.
- De initiatieven van de concurrenten worden nauwlettend gevolgd.

Overige aspecten waar rekening mee gehouden dient te worden bij de implementatie van seniorenwonen:

- Het opbouwen en/of behouden van netwerken ten behoeve van de acquisitie van ontwikkellocaties is een essentieel instrument.
- Netwerken met marktpartijen vergroot de naamsbekendheid en levensvatbaarheid en navolging van projecten.
- Een zeer stringente definitie van een doelgroep werkt beperkend in de afzetmogelijkheden.
- Een te ruime definitie kan tot niet passendheid leiden binnen de beoogde doelgroep en/of leegstand en tot teleurstelling bij alle betrokkenen.
- Afzetmogelijkheden worden eveneens beperkt door gemakzucht en te hoge ingangseisen.
- Het bouwkundige product is geen succesfactor, maar bij onvoldoende kwaliteit wel een faalfactor.
- Mogelijke diensten en inhoud van deze diensten duidelijk communiceren.

Feitelijk worden de volgende zaken op basis van de resultaten van de workshops door senioren met een inkomen anderhalf keer modaal gewenst ten aanzien van woning (en woonomgeving) en diensten: woonconcepten worden onder meer beoordeeld op totaal vloeroppervlak (meer dan 120m²), gelijkvloersheid, levensloopbestendigheid, (architectonische) uitstraling, bergruimte, voldoende lichtinval, de plaats van de keuken, een ruime buitenruimte (harde eis), de ruimte in de woning, de vorm en het aantal slaapkamers (vierkant en voor alleenstaanden twee van 20m² en 16m² en voor samenwoners drie), een locatie (nabij voorzieningen) en een redelijk kleinschalig project. Extra's zijn onder meer een bijkeuken (voor wasmachine en droger), een (permanente) flexibiliteit van inrichting, parkeergelegenheid onder woning, een speelse indeling en een ruim ogende hal. Dissatisfiers zijn vooral een te kleine buitenruimte, pijpenla's als kamers en de uitstraling van de gebouwen. Tevens bestaat er een behoefte aan een sociaal veilig milieu met contactmogelijkheden in de nabije omgeving. Wat dienstenpakket betreft kan in het algemeen uitgegaan worden van facultatieve diensten, waarbij woninggebonden diensten (onderhoud, etc.) en dienstverlening in en om de woning (domotica, etc.) collectief gewenst worden en de afname van persoonlijke dienstverlening en zorg zelf bepaald worden door de bewoner. Als ontwikkelaar kan hierop ingespeeld worden door samenwerkingscontracten met dienstverlenende partijen af te sluiten.

De markt voor woon(zorg)concepten is daarbij niet zonder risico's, want senioren zijn terughoudend om te verhuizen, onder meer met het oog op verlies van woonkwaliteit (ten opzicht van de huidige woning in ruimte),

sociaal netwerk en versnelde ouderdom. De senioren doelgroep wil zo lang mogelijk zelfstandig wonen (en doen dit ook met hun financiële draagkracht door aanpasbaar te bouwen), de regie houden over het eigen leven en over keuzevrijheid beschikken. De keuze voor woon(zorg)concepten wordt vrijwel uitsluitend bepaald door woonkwaliteit. Ten aanzien van voorzieningen en diensten is men bijzonder terughoudend, sterker nog het kan zelfs een reden zijn om niet voor een concept te kiezen. Dit komt hoofdzakelijk doordat er in termen van preventie wordt gedacht en nauwelijks of niet in zorg. Het onderdeel zorg komt nauwelijks tot niet in beeld bij de doelgroep en dient liefst vermeden te worden, omdat het afstotend werkt.

Om gezien de lage verhuigeneigdheid, een marktvraag op te wekken, is een kwalitatief hoogwaardig bouwkundig woonproduct, met een gunstige prijs-kwaliteitverhouding en een flexibel en vrij dienstenpakket, nodig om vooral de groep uitstellers te stimuleren. De marketingcommunicatie dient op deze dominante senioren groep gericht te worden. Een groep 55-74 jarigen die vanaf 2010 dominant zal zijn en zich in hun rite de passage zullen beroepen op de woonsituatie.

Het onderzoek heeft geleid tot een voorstel van implementatiestrategie voor 'wonen met dienstverlening' voor senioren. In deze strategie ligt de nadruk enerzijds op de maakbare complementariteit van visie en doelstellingen van de in het ontwikkelproces betrokken partijen. Anderzijds wordt de klant centraal gesteld door middel van een klantenbenadering en handvatten voor marketingcommunicatie door de toepassing van verleidingstechnieken. Op deze manier wordt getracht het toekomstige aanbod af te stemmen op de marktvraag.

De conclusies die op te maken zijn uit de implementatiestrategie, zijn als volgt samengevat:

- Marktonderzoek dient vanaf het begin in elke fase van het ontwikkelproces een rol te spelen.
- Conceptualisering en positionering van senioren 'wonen met dienstverlening', begint met het zoeken naar kansen en mogelijkheden op nationaal niveau. Keuzes die hieruit volgen dienen afgestemd te worden op het aanbod en de ontwikkelingen in de markt.
- Oplossingen in de afstemming van vraag en aanbod moeten gevonden worden in het implementatievoorstel 'wonen met dienstverlening' voor senioren.
- Bouwkundige kwaliteit dient in samenhang met financiën en markt(realisme) worden gezien om een kwalitatieve afstemming van het aanbod op de vraag te realiseren. De inzichten van marktonderzoek kunnen hierin voorzien.
- De afhankelijkheid van de visies en doelstellingen van andere partijen die betrokken zijn in het ontwikkelproces dient dusdanig gewaardeerd te worden om marktgericht te kunnen ontwikkelen.
- Een continue klantenbenadering is essentieel voor een succesvolle implementatie van 'wonen met dienstverlening' voor senioren.

Het ontwikkelen van seniorenwoningen vergt enorm veel inventiviteit en brengt door de huidige stand van zaken in de woningmarkt van senioren risico's met zich mee. Goede marktinzichten en respons sluiten risico's niet uit, maar kan er wel toe bijdragen deze te verkleinen.

Inhoudsopgave

TITELBLAD	I
VOORWOORD	II
SAMENVATTING	IV
INHOUDSOPGAVE	VIII
HOOFDSTUK 1 VERKENNING VAN HET PROBLEEMVELD	1
1.1 DOELSTELLING EN PROBLEEMSTELLING	3
1.2 BEGRIPPEN UIT DE PROBLEEM- EN DOELSTELLING	5
1.3 AFBAKENING VAN HET ONDERZOEK	8
1.4 ONDERZOEKSAANPAK	9
1.4.1 <i>Fasering</i>	9
1.4.2 <i>Onderzoeksmethodiek</i>	11
1.5 LEESWIJZER	14
HOOFDSTUK 2 PROBLEEM GEBIED: VRAAG- EN AANBODSITUATIES VAN SENIORENWONINGEN	15
2.1 WAAROM EEN SENIORENWONING?	15
2.2 DE VRAAGZIJDE VAN DE SENIORENWONINGMARKT	16
2.2.1 <i>Economische dynamiek</i>	16
2.2.2 <i>Veranderende kwaliteitseisen en -wensen</i>	17
2.2.3 <i>Regionale spreiding en scheiding</i>	18
2.2.4 <i>Toename wonen en zorg</i>	21
2.3 DE AANBODZIJDE VAN DE SENIORENWONINGMARKT	23
2.3.1 <i>Tekorten in de voorraad</i>	23
2.3.2 <i>Specialisatie van en concurrentie tussen marktpartijen</i>	24
2.3.3 <i>Differentiatie van het aanbod</i>	25
2.3.4 <i>Domotica</i>	26
2.3.5 <i>Tekort aan ontwikkelingslocaties</i>	27
2.3.6 <i>Weinig input van de eindgebruiker</i>	28
2.3.7 <i>Wetgeving</i>	29
2.3.8 <i>Samenwerking tussen marktpartijen</i>	29
2.3.9 <i>Afhankelijkheid van derden ten aanzien van zorg</i>	30
2.3.10 <i>Woningbouwcorporaties</i>	30
2.4 RECAPITULATIE VRAAG- EN AANBODSITUATIE OP DE SENIORENWONINGMARKT	31
2.5 HET ONTWIKKELPROCES VAN SENIORENWONINGEN	32
2.5.1 <i>Actoren in het ontwikkelproces</i>	32
2.5.2 <i>Fasering van het ontwikkelproces van seniorenwoningen</i>	34
2.5.3 <i>Conclusie</i>	38
HOOFDSTUK 3 WONINGMARKTGEDRAG, VERHUISGENEIGDHEID EN WOONWENSEN	39
3.1 SENIORENPROFIEL	40
3.1.1 <i>Huishoudenskenmerken</i>	40
3.1.2 <i>Leeftijd en huishoudenssamenstelling</i>	41
3.1.3 <i>Inkomen</i>	42
3.1.4 <i>Hypotheek</i>	43
3.2 HUIDIGE WOONSITUATIE	43
3.2.1 <i>Eigendomsvorm</i>	43
3.2.2 <i>Woningtype</i>	44
3.2.3 <i>Seniorenwonen</i>	44
3.2.4 <i>Woninggrootte</i>	45
3.2.5 <i>Prijssegment</i>	45
3.2.6 <i>Woonlasten</i>	46
3.2.7 <i>Locatietype</i>	47
3.2.8 <i>Voorzieningen in/aan de woning</i>	47
3.2.9 <i>Persoonlijke zorg/service</i>	48
3.2.10 <i>Woningkenmerken naar mate van belangrijkheid</i>	48

3.2.11	<i>Woonomgevingskenmerken naar mate van belangrijkheid</i>	49
3.3	VERHUISGEDRAG/GENEIGDHEID	49
3.3.1	<i>Verhuisgedrag van senioren: theoretische noties</i>	49
3.3.2	<i>Verhuisgeneigdheid: WBO 2002</i>	50
3.3.3	<i>Verhuisredenen: theorie</i>	52
3.3.4	<i>Verhuisredenen: WBO 2002</i>	53
3.3.5	<i>Ruimtelijke aspecten van verhuisgedrag</i>	54
3.4	GEWENSTE WOONSITUATIE	56
3.4.1	<i>Woningtype</i>	56
3.4.2	<i>Seniorenwonen</i>	56
3.4.3	<i>Woonbeelden</i>	57
3.4.4	<i>Woninggrootte</i>	57
3.4.5	<i>Eigendomsvorm</i>	57
3.4.6	<i>Prijssegment</i>	59
3.4.7	<i>Locatietype</i>	60
3.4.8	<i>Service zorgfaciliteiten</i>	60
3.4.9	<i>Omvang van de toekomstige woningvraag</i>	60
3.5	CONCLUSIES	61
HOOFDSTUK 4 MULTIPLE CASE STUDY		63
4.1	STRUCTUUR EN OPZET VAN DE CASES	64
4.2	ONDERZOEKSRÉSULTATEN	65
4.3	CROSS-CASE ANALYSE VAN DE MULTIPLE CASE STUDY	75
HOOFDSTUK 5 KWALITATIEF ONDERZOEK NAAR WOON(ZORG)CONCEPTEN		78
5.1	RESULTATEN ALGEMEEN	79
5.2	RESULTATEN 55-64 JARIGEN	81
5.3	RESULTATEN 65-74 JARIGEN	82
5.4	RESULTATEN 75 JARIGEN	82
5.5	RECAPITULATIE	83
HOOFDSTUK 6 VOORSTEL IMPLEMENTATIESTRATEGIE 'CONCEPTUALISERING EN POSITIONERING'		85
6.1	MARKTGERICHTE CONCEPTUALISERING VAN SENIORENWONEN: INPUT VANUIT KWALITEIT, FINANCIËN EN MARKT	85
6.2	UITGANGSPUNTEN VOOR HET TE ONTWERPEN VOORSTEL	88
6.3	VOORSTEL IMPLEMENTATIESTRATEGIE SENIOREN 'WONEN MET DIENSTVERLENING'	89
6.4	CONCLUSIE	95
HOOFDSTUK 7 CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN		96
7.1	ONDERZOEKSRÉSULTATEN	96
7.2	CONCLUSIES	100
7.3	AANBEVELINGEN: INCORPOREER EN FACILITEER DE MARKT	102
7.4	IDEËËN VOOR VERVOLGONDERZOEK	103
LITERATUURLIJST		104
BIJLAGEN		112
	BIJLAGE I - LIJST MET GEÏNTERVIEWDE PERSONEN	113
	BIJLAGE II - PROJECTGEGEVENS, ONTWIKKELPROCES EN TOEPASSING OP SENIOREN	114
	BIJLAGE III - FIGUREN- EN TABELLENLIJST	128
	BIJLAGE IV - WOONZORGCONCEPTEN	130
	BIJLAGE V - ONDERZOEKSRÉSULTATEN VAN DE WORKSHOPS	139
	BIJLAGE VI - METHODISCHE VERANTWOORDING VAN DE WORKSHOPS	148

Hoofdstuk 1 Verkenning van het probleemveld

Maatschappelijke relevantie

De komende jaren zal het aantal senioren in Nederland sterk toenemen. Al omstreeks 2020 zal bijna de helft van de Nederlandse huishoudens het predikaat 55-plus dragen [CBS, 2002a, p. 76]. De oorzaken zijn bekend: de naoorlogse *baby boom* generatie komt op leeftijd, de levensverwachting neemt nog steeds toe en er kan in dit verband van een dubbele vergrijzing gesproken worden [CBS, 2003]. De gevolgen van deze vergrijzing zijn nu reeds duidelijk merkbaar en zullen de komende jaren nog groter worden. Het is dan ook niet verbazingwekkend dat de groeiende seniorenmarkt als nieuwe markt volop in de belangstelling staat bij de overheid, bij het bedrijfsleven en bij diverse instellingen en non-profit organisaties [Nesselaar, 2001a, p. 13]. Eén van de grootste opgaven van de komende decennia als gevolg van deze vergrijzing is dan ook de huisvesting van de groeiende groep senioren [CBS, 2002a, p. 76]. Recent is opnieuw een berekening gemaakt van de kwantitatieve vraag. In de periode tot 2015 moeten er 400.000 voor senioren geschikte woningen in de voorraad bijkomen. Dit zal gebeuren via nieuwbouw en verbouw en door gerichte woningtoewijzing [VROM, 2004a, p. 2]. De vraag is of deze bouwopgave haalbaar zal zijn. Het kabinet denkt van wel, maar legt de verantwoordelijkheid voor de uitvoering bij gemeenten, woningbouwcorporaties, zorginstellingen en projectontwikkelaars [NRC, 2003, p. 11]. Die partijen zijn doorgaans sceptisch en verwijzen niet zelden naar de al jaren stagnerende nieuwbouwproductie. Echter, niet alleen naar omvang zal de groep senioren complexer zijn dan nu het geval is, ook de kenmerken van seniorenhuishoudens zullen in de eerste helft van de eenentwintigste eeuw verschillen van die van nu. Daarbij kan gedacht worden aan de samenstelling van de huishoudens, het inkomensniveau, het opleidingsniveau, de (mate van) zelfredzaamheid, de arbeidsparticipatie, de tijdsbesteding, het patroon van normen en waarden, de gezondheidssituatie, et cetera. Daarnaast is de beeldvorming in de maatschappij over de rol van de senioren in de samenleving van belang. Elk van deze kenmerken kan van invloed zijn op de woonsituatie van senioren. Hierbij moet de woonsituatie breed worden opgevat; niet alleen de woning is van belang, maar ook de woonomgeving zowel in fysieke (de locatie van de woning ten opzichte van voorzieningen) als in sociale zin (ligging ten opzichte van sociale netwerken zoals vrienden en kinderen) [Dugteren et al., 1999, p. 5]. Senioren veranderen niet alleen van gedrag, hun gedrag gaat zwaarder wegen, omdat ze zich op grotere schaal dan voorheen op de markt aandienen.

Naast de kwantitatieve vraag zal in de komende jaren als gevolg van de bovengenoemde factoren de kwalitatieve woonvraag door senioren sterk veranderen.

De demografische en sociaal-culturele aspecten kunnen tot gevolg hebben dat de woonbehoefte van toekomstige 'nieuwe' senioren er aanzienlijk anders uitziet dan die van de huidige senioren ofwel de kwalitatieve vraag zal zich wijzigen. Het feit dat de uitgangssituatie van de toekomstige senioren een andere is dan die van de huidige, speelt hierbij een rol. Enkele decennia geleden werden senioren en 'het op leeftijd zijn' nog geassocieerd met: inactief, handwerken en televisie kijken. Ook de wandelstok maakte deel uit van dit stereotype beeld. Dat beeld, dat vroeger voor een deel van de seniorenmarkt klopte, is inmiddels behoorlijk veranderd. Veel van de huidige 55-plussers zijn geëmancipeerd, actief, zelfbewust, nemen nieuwe initiatieven, volgen cursussen en opleidingen, bezoeken graag musea, verrichten vrijwilligerswerk, doen aan fitness, surfen over het Internet [Van Schoonhoven, 2000, p. 28-30]. Het stereotype imago van de hulpbehoevende bejaarde die de hele dag achter de geraniums zit is voor een groot deel achterhaald [Nesselaar, 2001b, p. 19]. In de huidige vraag is een aantal algemene tendensen te herkennen. Mondigheid en de wens zo lang mogelijk zelfstandig te blijven, zijn daarvan voorbeelden [Dijkhuis, 1999, p. 40]. Bij senioren van nu geldt dan nog de

verbijzondering dat het consumptiepatroon van de 60ers van morgen hoogstwaarschijnlijk meer gemeen heeft met het consumptiepatroon van de huidige 50ers dan met het consumptiepatroon van de huidige en vroegere 60ers [*De Haan et al., 2001, p. 20*].

Maar ook zijn er diverse ontwikkelingen gaande op het gebied van de integratie van wonen en zorg. De zogenaamde vermaatschappelijking van de zorg, de tendens om thuis inventievere zorg te geven in plaats van mensen op te nemen in tehuizen, stelt eisen aan het aanbod van voor senioren geschikte woningen. In de Nota Mensen Wensen Wonen [2000] is wonen en zorg benoemd als een van de vijf inhoudelijke opgaven voor het woonbeleid na 2000. Daarbij is veel oog voor de diversiteit van de groepen die zorg behoeven. Het centrale uitgangspunt van de Nota Wonen, keuzevrijheid voor burgers, is in het voorgestane beleid op het terrein van wonen en zorg goed te herkennen. Naast het voldoen aan de groeiende vraag naar toegankelijke woningen, deels met de mogelijkheid om zorg en diensten te gebruiken, wordt gepleit voor differentiatie van het aanbod, ter vergroting van de keuzevrijheid van senioren en met het oog op de doorstroming van de woningmarkt.

Keuzevrijheid is voor senioren net zo belangrijk als voor ieder ander of er een hoog inkomen of een laag inkomen genoten wordt. Het wordt de senioren echter vaak niet gegund. Ondanks alle goede bedoelingen is het beleid er nog steeds niet op gericht om senioren de regie over hun eigen leven te laten voeren, passend bij hun eventuele zorgbehoefte. Nog te vaak moet geconstateerd worden dat het vergrijsde deel van de samenleving in hoge mate ontevreden is met de manier waarop zij worden geleefd door anderen. Veel senioren willen de regie in eigen handen houden en hun leven inrichten op een manier die past bij de eigen wensen en ambities [*Seniorenstad, 2004*].

Hoewel in de regel wordt aangenomen dat de groeiende groep senioren een groter beroep op zorgvoorzieningen en medische dienstverlening zal doen, zullen toekomstige senioren waarschijnlijk juist minder met fysieke beperkingen te kampen hebben dan nu. 'Nieuwe' senioren hebben namelijk minder belastend werk, beginnen relatief gezond aan hun oude dag door vervroegde uittreding, hebben betere voeding en verzorging en man en vrouw zijn vaak nog samen. Kortom ze hebben een gezondere leefstijl, waardoor zij gezonder oud zullen worden. De 'nieuwe' senioren beschikken, over het algemeen, over een betere conditie, zijn vitaler en zullen daarom minder vroeg en minder vaak een beroep doen op voorzieningen op het gebied van wonen en zorg [*De Haan et al., 2001, p. 5*]. De wil om langer in hun eigen woning te blijven wonen door deze groeiende mobiliteit is sterker [*Droogleever Fortuijn & Ostendorf, 1999, p. 145*]. De vraag is of deze gezondere levenssituatie binnen de groep 'nieuwe' senioren, de senioren van de toekomst, nog wel opgaat wanneer de voornemens van het kabinet doorgang vinden. Zo is er de snel groeiende politiek maatschappelijke druk om senioren langer te laten werken, noodzakelijk om de AOW in de toekomst betaalbaar te houden en de krapte op de arbeidsmarkt te keren [*Volkskrant, 2003, p. 17*]. Doorwerken tot 65 jaar is het doel om het draagvlak – het aantal werkenden dat premies betaalt voor senioren – zo groot mogelijk te maken. Om de vergrijzing te kunnen betalen worden de fiscale regelingen soberder. Het kabinet Balkenende wil de belastingvoordelen voor koopsompolissen, lijfrentes, vut en pré-pensioen afschaffen. Voor pensioenen wordt niet het laatste (hoogste salaris) de norm, maar het gemiddelde, tijdens de loopbaan verdiende salaris. Langer werken betekent dat vermoeider de 65^{ste} leeftijd wordt gehaald, wat invloed kan hebben op de toekomstige marktvaart van senioren [*Van Schoonhoven, 2000, p.33*]. Verder is de tendens van verzorgingsstaat naar verzekeringsstaat relevant. De AWBZ wordt ontmanteld, deels als WMO (Wet Maatschappelijk Ondersteuning) die met een lager budget naar gemeenten gedecentraliseerd wordt. Senioren zullen zich daarvoor wellicht via aanvullende particuliere verzekeringen moeten verzekeren.

Wetenschappelijke relevantie

Genoemde ontwikkelingen hebben voor Bouwfonds Property Development, als opdrachtgever van dit onderzoek, verregaande consequenties. De markt voor senioren kan in de toekomst een belangrijke markt zijn. Enerzijds vanwege de vergrijzing en anderzijds vanwege de verwachte stijging van de vraag naar huisvestingsalternatieven bij senioren. Het inzicht in de marktvraag is daarbij van wezenlijk belang. Senioren stellen bepaalde productkenmerken nog net iets meer op prijs dan niet-senioren. Dat geldt bijvoorbeeld voor de goede toegankelijkheid van de woning, de veiligheid, het comfort, en de nabijheid van goede voorzieningen zoals winkels en openbaar vervoer [Van der Tuin, 1999, p. 2].

Van de seniorendoelgroep heeft niet iedereen dezelfde woonbehoefte [WBO, 2002a, p. 160]. Onder een doelgroep wordt verstaan:

‘A clearly identifiable group of people that has an interest in or an influence on’ [Kotler, 1999];

Bouwen voor senioren betekent een differentiatie die recht doet aan de verschillen in deze groeiende doelgroep van de volkshuisvesting. Niet meer op basis van normen, maar tegemoetkomend aan de eisen en de wensen van de toekomstige bewoners. Dit betekent een differentiatie naar woningtype en woonmilieu, waarbij verder gegaan kan worden dan een standaardpakket voorzieningen ten behoeve van verzorging en verpleging [Stawon, 1993, p. 1]. De heterogeniteit van deze gebruikersgroep kan leiden tot een marktsituatie waarin seniorenwoningen gerealiseerd worden, die met een gebrekkige onderlinge samenhang zonder een gezamenlijk gedragen toekomstvisie, diens beoogde positionering niet kunnen waarmaken. De kwaliteit van het vastgoedobject is daardoor minder hoog dan aanvankelijk voorgenomen en veelal minder hoog dan in potentie mogelijk was. Om dit te keren en tot een doeltreffende implementatiestrategie te komen van toekomstige woonconcepten voor senioren is het daarom van belang dat kennis aanwezig is over de factoren die bepalend zijn in het keuzeproces te verhuizen naar deze nieuw te realiseren woonconcepten [Kottelenberg, 1988, p. 10]. Aanbod kan vraag creëren, maar moet ook reageren op de vraag. Kennis van de vraag staat centraal in dit onderzoek, waarbij het gaat om kennis van de woonsatisfactie, woonwensen en woonoverwegingen. Dat is noodzakelijk om op maat gesneden voorzieningen te kunnen creëren [VROM, 2004a, p. 5].

Deze afstemming van vraag en aanbod kan gezien worden als de essentie van conceptontwikkeling. Het kennen en doorgronden van de woonvoorkeuren en het woningmarktgedrag van potentiële gebruikers van nieuwe vastgoedobjecten is niet eenvoudiger geworden. Bij de positionering en ontwikkeling van woonconcepten van senioren kan een implementatiestrategie daarom ook een grote rol vervullen. Voor goede producten is altijd markt, ook in tijden van laagconjunctuur [FGH Bank NV., 2004, p. 8]. Gezien de vraag uit de markt is het interessant te bekijken op welke wijze het woningontwikkelproces vormgegeven moet worden bij het ontwikkelen van concepten van seniorenwoningen en de positionering in de markt.

1.1 Doelstelling en probleemstelling

Concepten en producten hebben betrekking op verschillende categorieën vastgoed. Tussen de begrippen vastgoedconcept en -product bestaan inhoudelijke verschillen. Het vastgoedconcept is een naar type, functie en/of ontwerp repeteerbaar vastgoedproduct. Het concept is de basis van het product, de achter het product liggende gedachte. Het product is de gematerialiseerde gedachte, toegesneden op de praktijkstudie. Idealer

omvat het vastgoedconcept een groot aantal elementen, naast functies, locatie(type), omvang gaat het om zaken als branchering, dienstenpakket, doelgroep, positionering, vormgeving, technische uitvoering/afwerkingniveau, juridische structuur, marketingstrategie, exploitatie- en beheermodel. Bij de vastgoedconcepten en -producten gaat het om de beantwoording van een drietal vragen:

1. Wat wordt eronder verstaan en wat verklaart de vernieuwing ervan?;
2. Welke nieuwe concepten en producten laten zich onderscheiden?;
3. Wat verklaart hun succes en dan wel falen en wat leert de toekomst? [Nozeman, 2001, p. 18-19]

In de sfeer van het wonen, kan op basis van dit voorgaande het volgende worden verstaan onder een woonconcept: *'een naar type, functie en/of ontwerp repeteerbaar woonproduct, waarbij het product een succesvolle vertaalslag/implementatie is van de (specifieke) woonbehoeften van een doelgroep'*.

De formatie van woonconcepten is van belang voor Bouwfonds, als aanbieder van (een) nieuw te ontwikkelen woonobject(en), omdat de markt steeds meer wordt geconfronteerd met specifiekere huisvestingseisen. Om een differentieel voordeel te halen op concurrerend aanbod dient de product- cq. aanbodgerichte benaderingswijze van denken en handelen bij het ontwikkelen van seniorenwoningen plaats te maken voor een marktgerichte benadering, gefocust op het voldoen aan de wensen van behoeften van de klant. Voor een juiste afstemming tussen vraag en aanbod dient een afstemmingstrategie daarom een centralere rol te krijgen in alle projectstadia. Met andere woorden, de doelstelling van dit onderzoek is: het in beeld brengen van de kwalitatieve (en eventueel) kwantitatieve marktvraag naar woonconcepten voor senioren met een inkomen boven modaal en de implementatiestrategie van woon(zorg)concepten in het ontwikkelproces van seniorenwoningen en de daarbij benodigde instrumenten. Door in de ontwikkeling van seniorenwoningen het aanbod beter te laten aansluiten op de vraag van de seniorenmarkt kan een uitvoeringsstrategie bij het ontwikkelen en positioneren van seniorenwoningen een bijdrage leveren aan deze missie.

De probleemstelling van dit onderzoek luidt:

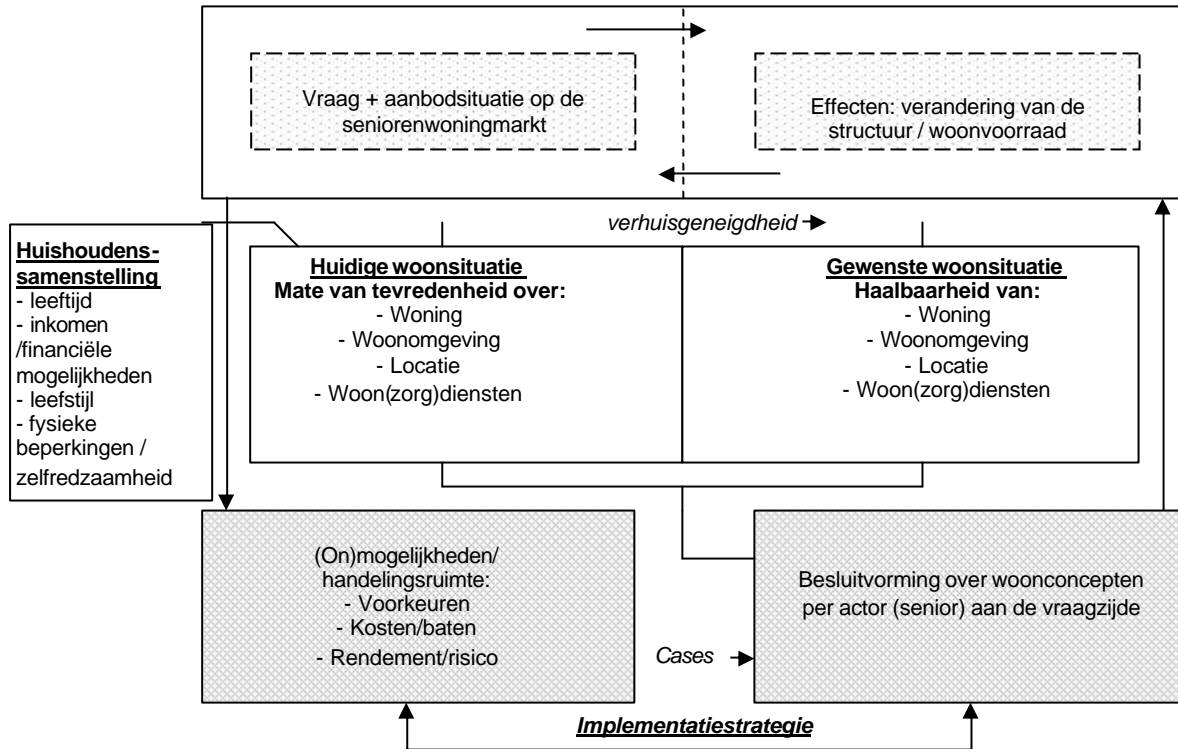
Welke kwalitatieve vraag is er aanwezig bij senioren uit het middenhoge segment ten aanzien van de woning, de woonomgeving en woon- en zorgdiensten en welke (mogelijke) woonconcepten sluiten daarop aan en hoe is dit te vertalen naar een implementatiestrategie?

De beantwoording van de probleemstelling zal plaatsvinden aan de hand van een viertal onderzoeksvragen:

- 1). *Hoe is de vraag- en aanbodsituatie van seniorenwoningen in Nederland en hoe voltrekt zich het woningontwikkelproces?*
- 2). *Hoe zien op hoofdlijnen de woonwensen van de senioren eruit (woning, woonomgeving, woon- en zorgdiensten) en wat is hun woningmarktgedrag en de verhuisgeneigdheid in theorie en praktijk?*
- 3). *Hoe waarderen senioren enkele recent gerealiseerde woon(zorg)concepten en hoe zijn de senioren op grond van helder geformuleerde criteria te 'verleiden' om te kiezen voor deze concepten?*
- 4). *Op welke wijze kunnen de ontwikkelde concepten voor seniorenwonen succesvol geïmplementeerd worden in de praktijk?*

Voor de beantwoording van de bovenstaande onderzoeksvragen wordt gebruik gemaakt van de voor het onderzoek van belang zijnde onderstaande conceptueel model: figuur 1.1 (zie volgende pagina).

Figuur 1.1: Conceptueel model.



Bron: Eigen illustraties, 2004.

De (on)mogelijkheden die de enkele (individuele) senior geboden worden om over te gaan van de huidige woonsituatie naar een gewenste woonsituatie (middels een verhuizing) kan getypeerd worden als een *conditionele waarde*, die in staat stelt dat de behoefte aan woonconcepten bevredigd kan worden. De relatie tussen de (on)mogelijkheden van de huidige woonsituatie ten opzichte van de gewenste woonsituatie wordt een *interactie-effect* genoemd. De *onafhankelijke variabele* zijn de partijen aan de vraagzijde die betrokken zijn bij de vraag naar seniorenwoningen. De voor dit onderzoek relevante kenmerken betreffen de besluitvorming over de slagingskans, de haalbaarheid, de bereidheid en de motieven, condities en factoren die in de besluitvorming worden betrokken door partijen aan de vraagzijde om middels woonconcepten van de huidige woonsituatie naar de gewenste woonsituatie te verhuizen.

1.2 Begrippen uit de probleem- en doelstelling

De gehanteerde begrippen in de probleemstelling, vraagstellingen en doelstelling dienen nader te worden gedefinieerd om voor ogen te hebben wat de main focus van het onderzoek is. De volgende begrippen worden gedefinieerd:

- senioren;
- lichamelijke beperkingen;
- seniorenmarketing;
- seniorenwoning;
- woonconcept;
- verhuisceneidheid.

◆ *senioren*

Senioren kunnen niet beschouwd worden als een categorie. Er zijn immers verschillen in inkomen, leefwijze, mate van zelfstandigheid et cetera. Bovendien bestaat de categorie senioren uit meerdere generaties [Dijkhuis, 1999, p. 40]. De arbitraire grens waarbij in dit onderzoek over senioren wordt gesproken, ligt bij 55 jaar. Hiermee wordt aangesloten bij een veelgebruikte grens in de literatuur over senioren, zoals gehanteerd in vele seniorenonderzoeken. In de meeste gevallen wordt onderscheid gemaakt tussen senioren tot 65 jaar; senioren van 65 tot 75 jaar en de 75-plussers. De verzamelnaam senioren omvat derhalve drie generaties. De Vooroorlogse generatie (geboren tussen 1910 en 1930), De Stille generatie (1931-1945) en de Babyboomgeneratie (1946-1965) [VPRO, 2003]. Bij de leeftijd van 75 jaar ligt een belangrijk omslagpunt, omdat vanaf die leeftijd het aantal senioren met lichamelijke beperkingen snel toeneemt (zie lichamelijke beperkingen). De eerste groep (55-64 jarigen) wordt als 'jongere ouderen' betiteld, de middelste groep (64-74 jarigen) als de 'middelgroep' en de laatste (75-plussers) als 'oudere ouderen' [VROM, 2004a, p. 15].

◆ *lichamelijke beperkingen*

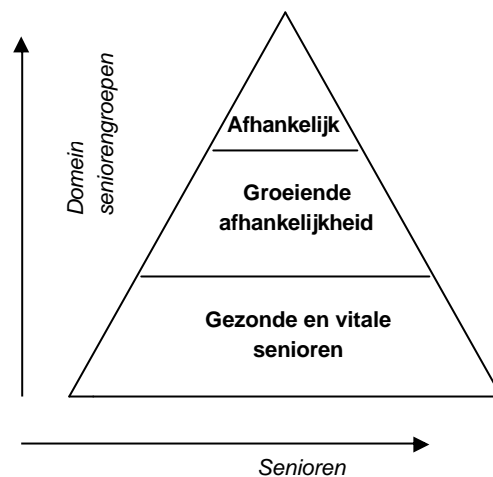
Onder de senioren met lichamelijke beperkingen worden diegenen verstaan die problemen hebben met traplopen of met een half uur achtereen zitten of staan [VROM, 2004a, p. 6]. Met betrekking tot de lichamelijke beperking kunnen drie groepen senioren worden onderscheiden:

- 1)- De *zelfstandige en vitale senioren*; deze senioren wonen zelfstandig en zorgen volledig voor zichzelf. Hiertoe behoort het overgrote deel van de senioren van nu en in de toekomst.
- 2)- De *senioren met groeiende afhankelijkheid van hun omgeving*; deze senioren willen zelfstandig blijven wonen en functioneren, maar hebben meer behoefte aan een of meerdere eenvoudige vormen van hulpverlening en/of een passende woning.
- 3)- Een *kleine groep afhankelijke senioren*; deze senioren hebben indringende hulpvragen zowel op het terrein van welzijn en zorg als wonen. Vooral het aantal senioren met een psychogeriatrische aandoening is groeiende.

In het gedrag van senioren op de woningmarkt kunnen drie fasen onderscheiden worden, die samenhangen met leeftijd en validiteit. De eerste fase wordt gekenmerkt door een grote keuzevrijheid. In deze fase treden jongere senioren uit het arbeidsproces, zijn de kinderen het huis uit en ondervindt men geen fysieke beperking. In de tweede fase nemen de fysieke beperkingen toe, maar is de zelfredzaamheid nog groot. In de derde fase neemt de zelfredzaamheid af en worden senioren in sterke mate afhankelijk van anderen om een menswaardig bestaan te kunnen leiden. Als gevolg van de medische wetenschap zullen de tweede en vooral de derde fase op een steeds latere leeftijd worden bereikt [Dugteren et al., 1999, p. 124].

Dit voorgaande vraagt om een nuancering, want de flexibilisering van de arbeidsmarkt en het pensioenstelsel zullen ertoe kunnen leiden dat ook de 60-plussers langer doorwerken. Hoe hoger de leeftijd is waarop senioren de arbeidsmarkt verlaten, hoe korter de eerste fase zal zijn. De 55- tot en met 64-jarigen spiegelen zich eerder aan het beeld van actieve en zelfstandige senioren, de eerste fase, dan aan het beeld van passieve en zorgbehoevende senioren. Hiertegenover staat een relatief kleine groep senioren die in hoge mate afhankelijk is van zorg en hulpverlening en aangewezen is op specifiek aangepaste woningen, op intensieve thuiszorg of op verpleeg- en verzorgingstehuizen, uit de derde fase. Tussen deze twee uitersten staat een groep die in de overgangsfase verkeert, met veranderende wensen op het gebied van wonen en zorg met een groeiende afhankelijkheid, de tweede fase (zie figuur 1.2).

Figuur 1.2: Seniorenpiramide.



Bron: *Vitaal Grijs*, 2003.

◆ *seniorenmarketing*

Het begrip marketing kan op verschillende wijzen beschreven worden. Zwart [2000] hanteert de volgende definitie: *Marketing includes all activities in an organisation aimed at the exchange of products, services, ideas etc. with interest groups*. Seniorenmarketing is het marketingbeleid waarbij goed rekening wordt gehouden met de wensen, behoeften, kenmerken en karakteristieken van 55-plussers. Seniorenmarketing moet dan ook niet worden gezien als een zeer specifieke vorm van marketing, als een aparte benadering van oudere consumenten. Het is een middel, geen doel op zich.

◆ *seniorenwoning*

Onder een seniorenwoning wordt verstaan: een zelfstandige woning bestemd of geschikt gemaakt voor senioren. Voorbeelden zijn een bejaardenwoning (aangepast voor senioren), een aanleunwoning (nabij een verzorgingshuis), een serviceflat (met dienstverlening) of een woonzorgcomplex. Een woning die zonder traplopen van buiten bereikbaar is en waarin de primaire vertrekken (woonkamer, keuken, douche/bad, toilet, minstens twee slaapkamers en een praktische buitenruimte) en gelijkvloers liggen, wordt aangeduid als een volledig (zowel intern als extern) toegankelijke woning voor senioren [WBO, 2002a, p. 54] [Van der Tuin, 1999, p. 10 en 11]. Het betreft hier vaak de nultredenwoning. Binnen deze speciaal voor senioren bestemde woningen (de seniorenwoningen) worden woningen onderscheiden waarbij zorg (verzorging, verpleging en begeleiding) geleverd kan worden vanuit een nabijgelegen steunpunt (verzorgd wonen), seniorenwoningen waarbij diensten geleverd worden (wonen met diensten) en overige seniorenwoningen (zonder diensten). Dan zijn er de woningen die niet als seniorenwoning bekend zijn, maar die ingrijpend zijn aangepast. De vijfde klasse van voor senioren geschikte woningen zijn woningen die niet als seniorenwoning bekend staan, niet speciaal zijn aangepast, maar wel volledig toegankelijk zijn ('overige nultredenwoningen') [Sogelée & Brouwer, 2003, p. 6].

◆ *verhuisgeneigdheid*

Senioren hebben een lage residentiele mobiliteit [Filius, 1995, p. 119]. De neiging om te verhuizen neemt af met het toenemen van de leeftijd, om pas weer toe te nemen rond het zeventigste levensjaar. Vanaf het zestigste levensjaar neemt de interesse om te verhuizen wel toe, maar door gebrek aan passend woningaanbod en door een sterke binding met de omgeving waarin men woont, worden die gedachten over

verhuizen niet in daden omgezet. Ook om die reden zal als het gevolg van de vergrijzing de dynamiek op de woningmarkt in de komende tijd afnemen [Dugteren et al., 1999, p. 125].

◆ *woonconcept*

Binnen het begrip woonconcept (dat hierboven is uitgelegd) kunnen generieke concepten en specifieke concepten onderscheiden worden. Als generieke concepten gelden een drietal typen: (1) de woning-op-maat of levensloopbestendige woning, (2) de zorgwoning en (3) de nieuwe buitenplaats. De specifieke concepten in deze sfeer zijn vertalingen van deze generieke concepten naar doelgroep, positionering et cetera. Als centrale doelstelling geldt naast het vanzelfsprekende comfort en duurzaamheid respectievelijk flexibiliteit, dienstbaarheid en exclusiviteit.

(1) Het gemeenschappelijke in de woning-op-maat concepten is een meer of minder grote keuzevrijheid voor de aspirant huizenkoper welke betrekking heeft op het inrichten en afwerken van de woning, maar ook op de uitbreidingsmogelijkheden van een gegeven standaardtype tot pure individueel opdrachtgeverschap.

Specifieke concepten in deze sfeer zijn onder andere: Ecoflex, Maatwerk Wonen, Personal Housing, Wonen en Meer, Persoonlijk Wonen, Wenswonen, Wonen a la Carte en Wonen op Maat.

(2) Het gemeenschappelijke in de zorgwoning-concepten, **veelal gericht op senioren**, is een bepaalde servicegraad die varieert van zorgcoördinator, huismeester en 24-uursalarmering tot boodschappendienst en maaltijd-op-bestelling. Het zorgwoning-concept komt voor bij zowel koop- als bij huurwoningen. Bijbehorende specifieke concepten worden gesierd met (merk)namen als Altus Woonzorgdiensten, ING Comfortwoning, Gerust Thuis, IRS, Lekker Leven, Sensire, Bon Vivant, European Care Residences, Sequoia Residences, Palisium, Eurowoning en Woonzorg Nederland.

(3) Nieuwe buitenplaats en ontwikkeld op landgoederen op initiatief van het ministerie van LNV [Nozeman, 2001, p. 21].

1.3 Afbakening van het onderzoek

De geformuleerde probleem - en doelstelling suggereren een zeer breed onderzoeksgebied. Maar aangezien de tijd voor het onderzoek beperkt is, moeten er aan aantal grenzen gesteld worden aan het onderzoek. Het onderzoek is als volgt afgebakend.

- Het onderzoek richt zich op het positioneren van het product in de markt in relatie tot de doelgroep.
- Het onderzoek richt zich op de ontwikkelaar als aanbieder van seniorenwoningen. Daarnaast wordt er ter lering ook gekeken naar ontwikkelprocessen bij andere partijen, andere perspectieven.
- Het onderzoek is kwalitatief van aard en heeft betrekking op de haalbaarheid, bereidwilligheid van senioren om over te gaan op recent gerealiseerde en te realiseren woonconcepten. Er wordt tevens inzicht gegeven in vereiste kwantiteit en kosten van dergelijke concepten.
- Gegevens over de eisen en wensen van gebruikers en eigenaren van seniorenwoningen zullen gebaseerd zijn op zowel theorie als praktijk. Zodoende kan, op een kwalitatieve wijze, een vergelijking getrokken worden van de heersende ontwikkelingen in de markt. Het onderzoek betreft echter niet in hoofdzaak een marktonderzoek naar de eisen en wensen die verschillende seniorengroepen stellen aan de woning, woonomgeving en woon- en zorgdiensten, maar juist een vertaalslag naar marktconforme woonconcepten voor senioren.
- Het onderzoek richt zich voornamelijk op (concepten voor) senioren uit het midden en hogere segment die door de commerciële marktsector in de markt worden gezet.

1.4 Onderzoeksaanpak

In de literatuur wordt relatief veel aandacht besteed aan senioren, maar relatief weinig aan de kwalitatieve waardering en de toepassing ervan. Dit is opmerkelijk gezien de groei in de doelgroep als potentiële vragersmarkt.

Het feit dat het een onderzoek betreft waarover nog weinig bekend is, stelt voorwaarden aan de methode van onderzoek. Gezien de aard van het probleem en de onbekendheid van de oplossingsvariant typeert dit onderzoek zich als zijnde exploratief met een kwalitatief karakter. *Exploratief* omdat er weinig basismateriaal voor handen is en *kwalitatief* omdat de afstemming van vraag en aanbod uitgedrukt wordt in waarderingen in de vorm van cijfers en/of andere eenheden. Wordt de nadruk gelegd op exploreren, dan staat het ontdekken van relevante variabelen voorop, waarmee vervolgens het onderzochte element kan worden gekarakteriseerd. In het algemeen wordt gekozen voor kwalitatief onderzoek wanneer flexibel moet worden ingespeeld op het geen in het onderzoekskader wordt ontmoet [Maso en Smaling, 1998]. Dat geldt, met andere woorden, voor situaties die niet of slechts in beperkte mate onderzocht kunnen worden met methoden en technieken die gericht zijn op kwantificering.

1.4.1 Fasering

◆ *Fase I. Probleemkader: Vraag- en aanbodsituatie van senioren*

Het probleemgebied ligt in het spanningsveld tussen vraag en aanbod op de seniorenwoningmarkt. De vraag heeft betrekking op trends en ontwikkelingen die vandaag de dag aan de orde zijn en de keuzes die senioren maken ten aanzien van huisvesting. Het aanbod betreft een omschrijving van hoe de markt inspeelt op de marktvrage en welke restricties zich daarbij openbaren. Tevens zal worden ingegaan op het ontwikkelproces. Wijze van informatieverzameling:

- literatuuronderzoek / deskresearch, interviews met experts.

◆ *Fase II. Senioren en seniorenwoningmarkt*

In deze fase wordt aandacht besteed aan de woonwensen, het woningmarktgedrag, de verhuisgeneigdheid en de woonwensen van alle senioren ten aanzien van de woning, de woonomgeving en woon- en zorgdiensten en van die van senioren met een inkomen boven modaal. Deze inzichten in de centrale figuren van het onderzoek worden toegepast in de implementatiestrategie van woonconcepten.

Wijze van informatieverzameling:

- literatuuronderzoek / deskresearch, interviews met experts.

◆ *Fase III. Praktijkanalyse: Multiple Case Study & workshops*

Gegevens uit fase I en II berusten op theorie en deels op gesprekken met deskundigen. Om de (on)mogelijkheden van reeds gerealiseerde woonconcepten voor senioren met een inkomen boven modaal in beeld te brengen, zijn praktijkinzichten relevant. Het gaat hier voornamelijk om het krijgen van inzicht in het ontwikkelproces; hoe het product afgestemd dient te worden op de marktvrage en hoe er impliciet of expliciet rekening wordt gehouden met de inpassing van de woonwensen van senioren.

Wijze van informatieverzameling:

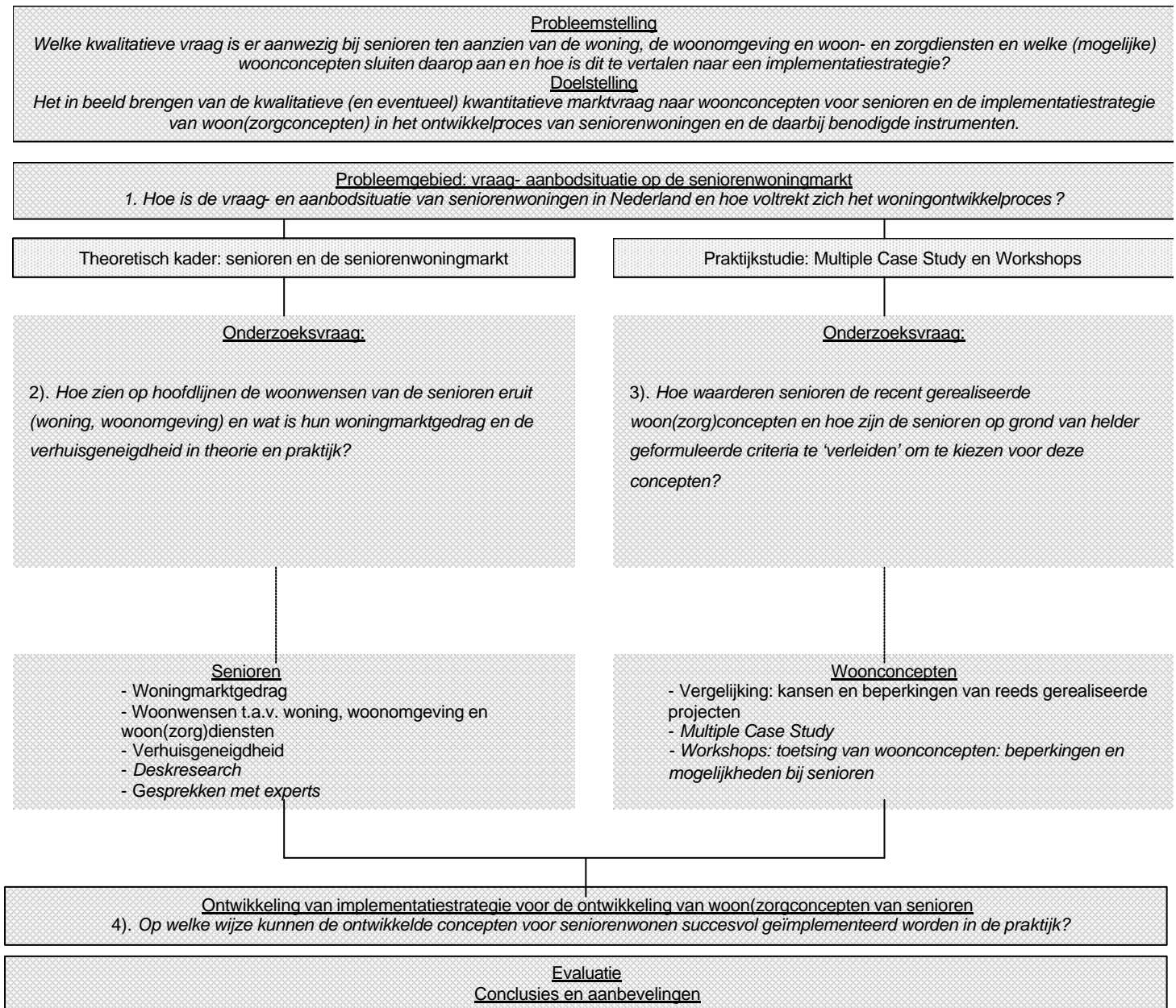
- interviews met senioren door middel van workshops en gesprekken met betrokkenen in Multiple Case Study.

◆ *Fase IV. Evaluatie: aanpak voor seniorenwoningen*

Eenzijds zal in deze fase een implementatiestrategie tot stand komen op basis van theorie en praktijk. De verzamelde gegevens vanuit de theorie en de praktijk dienen te leiden tot een implementatiestrategie voor het

ontwikkelen van woon(zorg)concepten voor senioren. Het theoretische deel bestaat uit de aanbod- en vraag situatie in de markt en het ontwikkelproces van seniorenwoningen evenals het woningmarktgedrag, de verhuiscapaciteit en woonwensen van senioren ten aanzien van woning, woonomgeving en woon(zorg)diensten. De praktijk dient voor aanknopingspunten voor de implementatiestrategie voor de formatie van woon(zorg)concepten voor senioren en stelt tevens restricties aan wat niet kan en wat wel kan met de geformuleerde strategie. Anderzijds zullen uit het onderzoek ook algemene conclusies en aanbevelingen voortkomen. De methodiek die gehanteerd wordt in dit onderzoek is weergegeven in de onderstaande figuur 1.3.

Figuur 1.3: Onderzoeksmethodiek.



Bron: Eigen illustraties, 2004.

1.4.2 *Onderzoeksmethodiek*

Het onderzoek zal opgedeeld worden in een drietal methoden. De eerste methode bestaat uit deskresearch en ter ondersteuning hiervan uit gesprekken met experts. De tweede methode omvat interviews met personen die bij reeds gerealiseerde projecten/concepten betrokken zijn (geweest) en die gericht zijn op wonen met dienstverlening voor senioren. Tussen de tweede en derde methode dient een afstemming plaats te vinden naar concepten die zich richten op een bepaald segment senioren, de bovenkant van de markt. De derde methode omvat panelinterviews met de doelgroep senioren die reeds gerealiseerde concepten en projecten getoond zullen worden.

◆ *1) Literatuurverkenning: literatuuronderzoek / deskresearch, raadplegen van experts*

Deskresearch is onderzoek naar beschikbare zogenaamde secundaire gegevens die dienstig zijn aan de probleemstelling, maar reeds verzameld zijn door anderen ten behoeve van hun probleemstellingen. De toepassing van deskresearch moet ertoe leiden dat trends en marktbevingen zichtbaar gemaakt worden en dat op basis van verzamelde secundaire gegevens en de analyse daarvan de grote lijnen van de marktstructuur en de marktontwikkelingen zichtbaar worden [Kooiker, 2003, p. 35]. Bij deskresearch zal goed bekeken moeten worden of volstaan kan worden met de bestudering van literatuur en andere documenten van bijvoorbeeld het Woningbehoefte onderzoek 2002, vastgoedtijdschriften, gemeenten, woningbouwverenigingen of welzijnsorganisaties. Naast de bestudering van de literatuur wordt door gesprekken met experts nagegaan over welke informatie/input deskkundigen op het terrein van het seniorenwonen en -zorg beschikken. Met dergelijke deskkundigen wordt elk apart een interview gehouden (expertinterview). Daarbij moet worden gerealiseerd dat het beeld van deze deskkundigen gekleurd kan zijn door de groep waarmee omgegaan wordt.

Afbakening onderzoeksgebied: experts

Ten aanzien van de geïnterviewde experts wordt verwacht dat zij aantoonbare praktijkervaring en deskundigheid hebben op het gebied van seniorenwonen en woonconcepten voor deze doelgroep.

◆ *2) Aanpak Multiple Case Study*

In dit deel van het empirisch onderzoek wordt gebruik gemaakt van de *Multiple Case Study*. Volgens Swanborn [2000] kan worden gesproken van Multiple Case Study wanneer er sprake is van meer dan één case. Het woord 'case' komt van het Latijnse *casus* en betekent oorspronkelijk eenvoudig 'voorval'; 'gebeurtenis'; 'toestand' of 'conditie'. Wanneer er gesproken wordt over Multiple Case Study betreft dat meestal een beperkt aantal cases. De bevindingen per case moeten uiteindelijk worden geïntegreerd. Daardoor kan er een inzicht ontstaan dat de afzonderlijke gevallen overstijgt. Optredende overeenkomsten of verschillen kunnen echter mogelijk ook het gevolg zijn van verschillen in de dataverzameling, die de vergelijkbaarheid van de afzonderlijke gevalsstudie kunnen aantasten [Segers, 1999, p. 349]. In dit geval zullen er zes cases geanalyseerd worden.

Doel van de Multiple Case Study is om verschijnselen te isoleren die zich afspelen in complexe situaties. Vertaald naar seniorenwonen betekent dit een analyse van de kansen en knelpunten/(on)mogelijkheden van reeds gerealiseerde woon(zorg)concepten. Reden voor deze verdieping is de inzet dat door middel van een Multiple Case Study kwalitatief hoogwaardige informatie te vergaren is; praktijkkennis. Ten behoeve van de Multiple Case Study moeten er dus keuzes gemaakt worden welke 'gevallen' interessant zijn voor het onderzoek. Vandaar dat het onderzoeksgebied afgebakend dient te worden (zie *Afbakening onderzoeksgebied: seniorenwoning-projecten*) in cases die zowel in omvang als in opzet gelijkwaardig zijn.

Omdat het hier een exploratief onderzoek betreft wordt er binnen de Multiple Case Study gebruik gemaakt van open interviews met betrokkenen bij deze projecten/- woonconcepten en documentatiemateriaal over de concepten. De informatie uit de cases moet antwoord geven op de empirische component; de centrale vraag: *Welke kwalitatieve vraag is er aanwezig bij senioren ten aanzien van de woning, de woonomgeving en woon- en zorgdiensten en welke (mogelijke) woonconcepten sluiten daarop aan en hoe is dit te vertalen naar een implementatiestrategie?*

Antwoord op deze vraag moet leiden tot aanknopingspunten ten behoeve van het ontwikkelen van een implementatiestrategie die gehanteerd kan worden bij de ontwikkeling van concepten en de positionering van seniorenwoningen in diens markt. Aangezien er gebruik gemaakt wordt van informatie op basis van open interviews zal de verwerking ervan zich typeren als 'beschrijvend' en 'descriptief', want er ligt grote nadruk op het beschrijven van 'waargenomen' activiteiten [Baarda en de Goede, 1999, p. 304].

Afbakening onderzoeksgebied: woningprojecten/concepten voor senioren

Duidelijk mag zijn dat binnen de scope van het onderzoek een praktijkanalyse van de gehele seniorenwoningmarkt niet mogelijk is. Zoals reeds aangegeven moeten er dus keuzes gemaakt worden welke 'gevallen' interessant zijn voor het onderzoek. Om die vraag te kunnen beantwoorden moet het onderzoeksgebied afgebakend worden. Daartoe dienen de interessante seniorenwoningen en de daaraan gekoppelde projecten/concepten evenals de betrokken personen afgebakend te worden. De volgende criteria behoren tot de omschrijving van een seniorenwoning:

- Het project/concept waaronder de seniorenwoningen vallen is recent gerealiseerd;
- Het project/concept is gericht op de huisvesting van senioren;
- Het project/concept is gericht op senioren met een inkomensgrens van anderhalf keer modaal (€28.000,-);
- De seniorenwoningen zijn bedoeld voor een van de groepen senioren (55-64 jarigen, 65-74 jarigen, 75+jarigen);
- De gerealiseerde woningen voldoen aan de beschrijving van een seniorenwoning, zoals onderschreven in paragraaf 1.3;
- De respondenten zijn tenminste projectleider, adviseur of directeur van het betreffende project of in een van de hiervoor genoemde functies indien het project in de exploitatiefase verkeert.

Als 'case' in de praktijkstudie worden seniorenwoningen geselecteerd die te typeren zijn als en die voldoen aan de bovengenoemde afbakening. Buiten de Multiple Case Study vallen de cases die niet aan deze criteria voldoen.

Onderzoeksprotocol

De Multiple Case Study zal worden uitgevoerd aan de hand van gesprekken, open interviews met bij het afzonderlijke project direct betrokkenen en zal als zodanig geen gesloten, afgebakende vragenlijst nodig hebben. Om toch niet geheel stuurloos het interview in te gaan zijn er een aantal thema's die behandeld zullen moeten worden:

In het interview zal aandacht besteed worden aan de volgende topics:

- Aanleiding en doelstelling van het project?;
- Ontwikkelproces van het project;
- Toepassing op senioren;
- Mogelijkheden en beperkingen;
- Lessons learned.

De cases

Toelichting bij de keuze van de cases:

Voor de onderstaande zes concepten is gekozen, omdat aanbieder van deze concepten zich expliciet richten op het midden en het bovenssegment van de seniorendoelgroep. De cases, die de concepten representeren, die voorgelegd zullen worden zijn:

- Het *Palisium concept* is interessant voor het onderzoek vanwege de tegenvallende uitgifte van de woningen en de participatie van Bouwfonds gezien de toekomst in deze niche van de seniorendoelgroep.
- De *locatie 3 in 1* is een pilotproject dat buiten de kerntaak van het ontwikkelen valt. Uit marktonderzoek is gebleken dat de locatie- en doelgroepkeuze risicovol was. Echter is door de overtuiging van het succes is de locatie door de gemeente blijvend voor seniorenhuisvesting bestemd.
- *Buitenplaats Rhenendael* is een initiatief van de Hopman Interheem Groep en is een afgeleide van hun Wonen En Meer-concept voor in dit geval senioren.
- *Domaine de Villers* is een vreemde eend in de bijt vanwege het landelijk wonen voor senioren op woon(zorg)boerderijen. Dit is een initiatief van de stichting WSB.
- De woningen binnen het *Humanitas-concept* staat bekend om haar marktgerichte aanpak dat wil uitgroeien buiten de sociale woningbouw. Humanitas pretendeert de uitvinder te zijn van het levensloopbestendig wonen.
- *Altus* hanteert met haar Altus-label een duidelijk profiel en geniet evenals Humanitas een langere naamsbekendheid. Een concept dat nader bekeken zal worden.

◆ 3) *Aanpak workshops*

Door middel van de workshops, ook wel focusgroep- of panelinterview genaamd, wordt aan een kleine groep (6-8 deelnemers) gevraagd hun mening te geven over een specifiek onderwerp, in dit geval de waardering van de reeds gerealiseerde woon(zorg)concepten en/of woonwensen ten aanzien van woning, woonomgeving en woon(zorg)diensten. Van alle deelnemers wordt een actieve inbreng verwacht en juist door het interactieve karakter levert een groepsinterview goede kwalitatieve informatie op [Kooiker, 2003, p. 186]. Voor het afnemen van de workshops zijn persoonlijke afspraken gemaakt over de datum waarop dit zal gebeuren. In dit onderzoek zal een vergelijking worden gemaakt tussen de theorie en de empirie. Een beeld dient gevormd te worden van de mate van bereidwilligheid van senioren, de haalbaarheid van de woon(zorg)concepten en de eisen ten aanzien van deze om over te gaan naar deze woon(zorg)concepten. Dit is kwalitatief via vragen aan de direct betrokkenen te achterhalen.

Afbakening onderzoeksgebied: senioren

Voor de workshops worden de te ondervragen seniorengroepen geselecteerd op basis van de volgende criteria:

- De senioren hebben een leeftijd in een van de te onderscheiden groepen senioren (55-64 jarigen, 65-74 jarigen, 75+ jarigen);
- De senioren wonen nog zelfstandig;
- De senioren genieten een inkomen van minimaal anderhalf keer modaal (€28.000,-);
- De senioren hebben een verhuiscens ;
- Locatiedifferentiaal tussen het landelijke en het stedelijke;
- Onderscheid tussen huur- en koopwoningen.

1.5 Leeswijzer

Het onderzoek start in hoofdstuk twee met de benadering van de vraag- en aanbodsituatie van de seniorenwoningmarkt. Hoofdstuk twee eindigt met een theoretische beschrijving van het ontwikkelproces van een seniorenwoning, de belangrijkste actoren; het Rijk, de Provincie, de gemeente en de projectontwikkelaar/corporatie. Daaropvolgend wordt in hoofdstuk drie een theoretische beschrijving gegeven van het woningmarktgedrag, de woonwensen (inclusief de vraag naar woondiensten en zorgfaciliteiten) ten aanzien van woning en woonomgeving en de verhuigeneigdheid van senioren. Tot dusver is het onderzoeksgebied vooral theoretisch benaderd. In hoofdstuk vier vangt de praktijkstudie aan. Hierin wordt per case/woonconcept gekeken naar het ontwikkelproces in de praktijk en de kansen en knelpunten voor conceptontwikkeling van seniorenwonen.

In hoofdstuk vijf wordt een beschrijving gegeven van de waardering ((on)mogelijkheden) van de nationale woonconcepten door de in de workshops geïnterviewde senioren (panels) en wordt achterhaald waaraan toekomstige woonconcepten moeten voldoen. Hoofdstuk zes vertaalt de theoretische en praktische inzichten naar een implementatiestrategie (handvaten) van woonconcepten voor senioren. Tot slot volgen een evaluatie en conclusies en aanbevelingen in het slothoofdstuk zeven.

Hoofdstuk 2 Probleemgebied: vraag- en aanbodsituaties van seniorenwoningen

Dit hoofdstuk zal ingaan op het feitelijke belang van vraag en aanbod op de seniorenwoningmarkt bij de conceptualisering en positionering van seniorenwoningen. Dit is te vinden in de problemen en trends die geconstateerd worden in de afstemming tussen vraag en aanbod van seniorenwoningen. De vraag betreft ontwikkelingen aan de zijde van de gebruikersmarkt; de eigenaren en gebruikers van vastgoedobjecten. De aanbodzijde betreft de ontwikkelaar, als producent van het vastgoedobject. In het spanningsveld tussen enerzijds de eisen en de wensen van gebruikers en anderzijds de doelstellingen van de ontwikkelaars ten aanzien van het ontwikkelen van een seniorenwoning dient een afstemming middels een implementatiestrategie van toepassing te zijn. Conceptontwikkeling is het bindmiddel van de relatie tussen vraag en aanbod: een interactie-component.

Bij seniorenwoningen, evenals andere vastgoedcategorieën, kan onderscheid gemaakt worden tussen product en proces. Ten aanzien van het product worden er diverse eisen gesteld door de markt. Een ontwikkelaar die een marktconform product wil ontwikkelen dient aan deze eisen aandacht te besteden. Om in te kunnen spelen op de behoefte van de markt dient in de paragraaf over het ontwikkelproces de klant centraal gesteld te worden. Ten aanzien van het proces wordt ingegaan op het toepassingsgebied van het ontwikkelproces van seniorenwoningen.

Met deze analyse van de vraag- en aanbodsituatie van de woningmarkt van senioren wordt antwoord gegeven op het eerste deel van de eerste onderzoeksvraag van dit onderzoek:

Onderzoeksvraag 1. Hoe is de vraag- en aanbodsituatie van seniorenwoningen in Nederland en hoe voltrekt zich het woningontwikkelproces?

Het hoofdstuk is als volgt opgebouwd:

- Waarom ontwikkelen projectontwikkelaars/gemeenten seniorenwoningen? (2.1);
- Ontwikkelingen aan de vraagzijde van de seniorenwoningmarkt (2.2);
- Ontwikkelingen aan de aanbodzijde van de seniorenwoningmarkt (2.3);
- Recapitulatie vraag- en aanbodsituatie (2.4);
- Het ontwikkelproces (2.5).

2.1 Waarom een seniorenwoning?

Voordat wordt ingegaan op de vraag- en aanbodsituatie op de seniorenwoningmarkt moet eerst duidelijk zijn waarom seniorenwoningen ontwikkeld worden.

Om een goede vertaalslag te kunnen maken naar de kansrijke seniorenproducten dient in de eerste plaats te worden geconcludeerd dat dé seniorenwoning niet bestaat [Van der Tuin, 1999, p. 1]. Seniorenwoningen zijn steeds minder te herkennen als een apart product. Vertaald naar appartementen is dat een woonvorm die nauwelijks het predikaat seniorenwoning kan krijgen, omdat het levensloopbestendig is en geschikt is voor alle leeftijdsgroepen [Vermeulen & Hagen, 2004, p. 6]. Een passende woning ten behoeve van de seniorendoelgroep wordt daarom – zeker in de toekomst – niet zoveel gevormd door het type, de indeling en het woonprogramma van de woning sec, maar door de toepassing op een specifieke leefstijl, de combinatie

van woning-, locatie- en omgevingskenmerken en de vrijblijvende mogelijkheid tot zorg en servicefaciliteiten [Van der Tuin, 1999, p. 3]. Geschikt maken voor senioren betekent niet alleen dat de woningen gelijkvloers moeten zijn en goed toegankelijk, het betekent ook dat de toegang tot zorg en voorzieningen laagdrempelig is [Aedes, 2003b, p. 36].

Doelstellingen in dit verband van de overheid zijn een groter aanbod door de 'dubbele' vergrijzingsgolf, een toenemende variatie in het aanbod aan seniorenwoningen ten bate van de keuzevrijheid van de consument en de wens langer zelfstandig te wonen en ten behoeve van de doorstroming op de woningmarkt. Deze doorstroming op de landelijke woningmarkt is de laatste jaren aanzienlijk verminderd. Dit komt omdat een groot deel van de bevolking op de top van de wooncarrière zit. Door de vergrijzing neemt het aantal mensen dat op de top van de wooncarrière zit toe. Dit betekent dat de mogelijkheden om te klimmen in de woninghiërarchie voor jongere generaties in eerste instantie beperkt zijn. Het recept van bouwen aan de bovenkant van de markt (dure koop) om daarmee de lange verhuisketens te ontlokken, is geen oplossing om een doorstroming op de woningmarkt te realiseren. Dit staat momenteel ter discussie vanwege de verminderde vraag naar dit segment [Van Til, 2003, p. 11]. Bouwen voor senioren en specifiek voor senioren in de koopsector vormt mogelijk een aantrekkelijke alternatieve strategie om wel beweging in de markt te krijgen [De Haas en Bonnerman, 2003, p. 23]. Marktpartijen als woningcorporaties en commerciële ontwikkelaars dienen op deze vraag te anticiperen.

2.2 De vraagzijde van de seniorenwoningmarkt

Vanuit kant van de gebruikers zijn er een aantal algemene ontwikkelingen gaande waarop de aanbodzijde (de marktpartijen) moet inspelen om marktconforme vastgoedobjecten te realiseren. De behandeling van de vraagzijde van de seniorenwoningmarkt beperkt zich tot algemene ontwikkelingen, omdat de analyse van de eisen en wensen van senioren ten aanzien van woning, woonomgeving en (zorg)diensten aan bod zal komen in het volgende hoofdstuk.

2.2.1 Economische dynamiek

Steeds meer oudere huishoudens besluiten een huis te kopen in plaats van te huren. De koopsector van de woningmarkt heeft sinds het midden van de jaren tachtig een grote vlucht genomen. Niet alleen zijn de prijzen fors gestegen, ook het aandeel senioren in de koopsector is toegenomen (zie tabel 2.1). Het eigen woningbezit onder senioren is toegenomen van 38% in 1990 naar 48% in 2002.

Dit percentage ligt nog altijd onder dat van de totale bevolking (54%). Vooral onder meerpersoons- huishoudens is het eigenwoningbezit toegenomen en het verschil tussen eenpersoons- en meerpersoons- huishoudens is, door de groei in de laatste groep, toegenomen tussen 1990 en 2002 [VROM, 2004a, p. 24].

Tabel 2.1: Ontwikkeling van eigen woningbezit bij senioren naar leeftijdscategorie, 1982-2002.

Leeftijd	1982	1986	1990	1994	1998	2002
55-59jr	43	45	49	53	58	62
60-64jr	39	42	43	49	51	57
65-69jr	33	37	37	41	44	49
70-74jr	29	31	35	33	38	43
75-79jr	29	27	30	31	32	35
80+jr	30	28	26	26	24	28

Bron: VROM, 2004b, p. 221.

Momenteel treedt echter een kentering op. De kooprijfstijgingen vlakken af [NVM, 2004]. Deze ontwikkeling werkt ook door op de woon(zorg)markt. De hoge woningprijzen en het idee dat de grote prijsstijgingen achter de rug zijn, maakt huren aantrekkelijker. Senioren krijgen door de verkoop van hun woning de financiële ruimte om in de vrije sector woon(zorg)producten te huren en andere uitgaven te doen [Stec groep, 2002, p. 18]. Doordat het besteedbare inkomen van senioren is gegroeid, komt op maat gesneden huisvesting eerder binnen handbereik. Daarnaast beschikken toekomstige senioren in het algemeen over een gunstiger pensioenopbouw, doordat de groep vaker tweeverdieners telt en een hoger opleidingsniveau heeft [Stec groep, 2002, p. 15] [Sogelée & Brouwer, 2003, p. 10].

Ondanks een ruim vermogen verhuizen senioren toch eerder naar koop- dan naar huurwoningen. Dit wordt ten eerste veroorzaakt door het ontbreken van voldoende kwalitatief aanbod buiten de sociale huursector, dat aan de eisen van de betreffende groepen senioren voldoet en vanwege de verzilvering van de eigen woning [Slootweg, 1999, p. 41]. Daarnaast wordt er nog weinig specifiek voor senioren gebouwd en zien zij niet in welk voordeel het zou kunnen opleveren uit hun eigen woning weg te gaan [USP, 2004]. Zij willen alleen verhuizen als ze er op zijn minst iets gelijkwaardigs voor terugkrijgen, vooral aangeduid met service en eventueel zorg voor later [Diekman & Roso, 2004, p. 16]. Ten slotte groeit de (emotionele) terughoudendheid overal en is de potentiële woningvraag, de vraag van de wensverhuizers, gedaald in de jaren 1998 en 2002 als gevolg van de conjuncturele ontwikkelingen [Harms, 2004, p. 12]. De genoemde veranderingen hebben onmiskenbaar een groot effect op vastgoedbeslissingen. Aangezien senioren niet weten wat de toekomst zal brengen, is de vorm, de aard en de plaats van huisvesting ook onzeker en moeilijk te bepalen.

2.2.2 *Veranderende kwaliteitseisen en -wensen*

Zoals in hoofdstuk 1 reeds aangegeven is, is de afstemming tussen vraag en aanbod van seniorenwoningen gecompliceerd. De markt van seniorenwoningen is niet meer eenduidig. Als gevolg hiervan moeten degenen die woningen aanbieden (koop dan wel huur) inspelen op de vraag van de verschillende segmenten woonconsumenten [USP, 2004]. Het huisvesten van senioren is vervangen door een kwalitatieve benadering [Gedeputeerde Staten van Gelderland, 2003, p. 7].

Er zijn aan de consumentenzijde belangrijke ontwikkelingen gaande zoals de steeds individualistischere consumentenwensen, de grotere aandacht voor het wonen, langer zelfstandig wonen, de hogere eisen aan de woning, kleinschaligheid, service, comfort en omgeving, de grotere financiële draagkracht en meer vrije tijd [De Haan et al., 2001, p. 9]. Hoewel de uithuizigheid, de vrijetijdsbesteding buiten de directe woonomgeving onder senioren sterk is toegenomen, verblijven senioren toch meer dan jongere huishoudens in de directe woonomgeving. De kwaliteit van de woonomgeving is daarom van groot belang. Uit onderzoek blijkt dat de wensen van de senioren sterk afwijken van wat thans geboden wordt. Het is duidelijk dat een beperkte woonkeuze niet meer klakkeloos wordt aanvaard en dat de veranderende wensen van de gebruiker belangrijker worden op het gebied van locatie en huisvesting. Tevens wensen senioren niet met het predikaat 'oud' geassocieerd te worden. Een dergelijke zorgstempel kan stigmatiseren en afstotend werken [Vermeulen & Hagen, 2004, p. 6].

Kortom de woonconsument is ongrijpbaarder en de markt wordt heterogener [Aedes, 2002]. Wanneer marktpartijen als projectontwikkelaars, bouwondernemingen en woningcorporaties hier juist op willen anticiperen, dan moet niet alleen maar in stenen gedacht worden, maar in diensten die in en rond de woning kunnen worden georganiseerd. Woon(zorg)arrangementen zijn het toverwoord. De aanbieder van een woning zal op zoek moeten naar de wensen van de doelgroep [Cobouw, 2002]. Dit vangt aan bij de keuze voor koop of huur of bij de keuze om het onderhoud zelf te doen of te laten doen.

2.2.3 Regionale spreiding en scheiding

De ruimtelijke spreiding van senioren wijkt niet sterk af van het jongere bevolkingsdeel. De senioren zijn in alle locatietypen vertegenwoordigd (zie tabel 3.5). Wel zijn 75-plussers sterk vertegenwoordigd in de grotere gemeenten, in centrumstedelijke en buitencentrum milieus. Ruim een derde van hen woont in de grotere gemeenten (met meer dan 100.000 inwoners), tegen 29% van de jongere senioren en de middengroep (55-74 jarigen).

◆ Leeftijdsopbouw

Het voornaamste bepalende kenmerk voor de vraag naar seniorenwoningen is de leeftijd. Naar mate men ouder wordt neemt de behoefte aan specifieke vormen van wonen en zorg toe. Tabel 2.2 geeft de verdeling van leeftijdsklassen over de bevolking weer. In Nederland zijn er inmiddels al ruim 1 miljoen mensen van 75 jaar en ouder. Dat is 6,2% van de bevolking. Zeeland is de provincie met relatief de meeste senioren en in Flevoland wonen de minste senioren. De absolute aantallen geven een ander beeld weer. Zuid-Holland, gevolgd door de provincies Noord-Holland en Noord-Brabant, hebben over de hele linie, alle senioren groepen, de meeste oudere inwoners ten opzichte van de andere provincies.

Tabel 2.2: Aantal inwoners (in aantallen x 1000 en %) per provincie naar leeftijdklasse, 2003.

Provincie/leeftijd	Absolute aantallen (in dzd)					Percentages				
	Totaal	<55jr	55jr eo	55-75jr	75jr eo	Totaal	<55jr	55jr eo	55-75jr	75jr eo
Groningen	569	422	147	107	39	100	74,2	25,8	18,9	6,9
Friesland	639	472	167	125	42	100	73,8	26,2	19,5	6,6
Drenthe	483	350	133	100	33	100	72,4	27,6	20,7	6,9
Overijssel	1100	828	272	205	67	100	75,3	24,7	18,6	6,1
Gelderland	1963	1469	494	373	121	100	74,8	25,2	19,0	6,1
Utrecht	1149	888	261	196	65	100	77,3	22,7	17,0	5,7
Noord-Holland	2574	1942	633	470	163	100	75,4	24,6	18,3	6,3
Zuid-Holland	3440	2595	845	622	223	100	75,4	24,6	18,1	6,5
Zeeland	379	270	109	79	30	100	71,1	28,9	20,9	8,0
Noord-Brabant	2406	1806	600	468	132	100	75,1	24,9	19,5	5,5
Limburg	1146	829	317	244	73	100	72,4	27,6	21,2	6,4
Flevoland	354	295	59	46	13	100	83,4	16,6	13,0	3,6
Totaal	16202	12166	4036	3034	1002	100	75,1	24,9	18,7	6,2

Bron: *Primos*, 2003.

◆ Geslacht

Het is bekend dat vrouwen een hogere levensverwachting hebben dan mannen. Dit betekent dat de oudere leeftijdsgroepen vooral uit vrouwen bestaan. Dit wordt ondersteund door tabel 2.3, waaruit blijkt dat wanneer de leeftijd stijgt het aandeel vrouwelijke alleenstaanden groter wordt. In 2002 zijn er ongeveer 2,2 miljoen alleenstaande huishoudens en 57% van deze huishoudens zijn vrouwelijke alleenstaanden.

Tabel 2.3: *Geslacht alleenstaanden naar leeftijdsklasse (in aantallen x 1000 en %), 2002.*

Leeftijd/geslacht	Aantallen (x 1000) absoluut			Percentages			Percentages behoefte seniorenwoning met voorzieningen		
	man	vrouw	totaal	man	vrouw	totaal	Man	vrouw	totaal
<35 jaar	341,8	266,9	608,7	56	44	100	0	0	0
35-55 jaar	346,9	246,8	593,7	58	42	100	0	1	0
55-64 jaar	99,3	166,5	265,8	37	63	100	6	9	8
65-74 jaar	76,0	224,0	300,1	25	75	100	14	19	18
75+ jaar	76,9	336,1	413,0	19	81	100	28	37	35
Totaal	941,0	1240,4	2181,4	43	57	100	4	15	10

Bron: WBO 2002, 2002.

In de tabel zijn eveneens de behoeftepercentages opgenomen naar het verzorgd wonen en wonen met diensten. Het blijkt dat vooral alleenstaande vrouwen, in de hogere leeftijdscategorieën, behoefte hebben aan een dergelijke woning. De behoefte komt voort uit het ouder worden met lichamelijke beperkingen, maar ook sociale beperkingen. Samenwonenden hebben eerder iemand om op terug te vallen.

◆ *Bevolkingsontwikkeling*

In de periode 2004-2015 neemt de bevolking toe met 5%, ofwel met 754 duizend personen. Deze toename komt geheel voor rekening van de 55-plussers. Immers de groei zit met name in de hoogste leeftijdsklassen. Het aantal 75-plussers neemt landelijk toe in deze periode met 17% en het aantal 55-plussers met 26%. Het effect van de naoorlogse geboortegolf wordt daarin goed zichtbaar. De provincies waar de stijging van het aantal 55-plussers het grootste zal zijn, zijn: Flevoland (67%), Noord-Brabant (30%) en Utrecht (28%).

◆ *Trendmatige opgave aantallen, behoefte en tekort aan geschikte seniorenwoningen*

De groei en de ontwikkeling van de bevolking zorgt voor een autonome groei van de behoefte aan diverse typen geschikte huisvesting. In de periode 2003-2015 ontstaat er een behoefte aan geschikte huisvesting van 297 duizend woningen. Daarvan vallen er 26 duizend onder het verzorgd wonen. In Noord-Brabant (7 duizend) en Zuid-Holland (5 duizend) wordt in absolute zin de grootste toename van de behoefte aan verzorgd wonen verwacht. In relatieve zin is de toename het grootst in Flevoland (46%) door de instroom van de oudere bevolking en de leeftijdsopbouw van het huidige aanbod. Ook in Noord-Brabant is de relatieve toename van het verzorgd wonen (42%) fors boven het landelijke gemiddelde (26%) (zie tabel 2.4). Deze behoefte dient beantwoord te worden door de bouw van het aantal woningen dat geschikt is voor senioren door nieuwbouw, transformatie van de voorraad of een optimalisering van de toewijzing. Van de 338 duizend woningen zijn er 297 duizend nodig om de autonome groei van bevolking op te vangen en het restant is nodig voor het wegtrekken van de huidige tekorten (41 duizend) (zie tabel 2.4).

Tabel 2.4: *Trendmatige opgave aantallen, behoefte en tekort aan geschikte huisvesting voor wonen en zorg 2003-2015.*

Provincie	Aantallen geschikt			Behoefte			Tekort		
	A*	B*	C*	A*	B*	C*	A*	B*	C*
Groningen	8,8	2,0	6,7	10,7	0,8	9,9	-1,9	1,2	-3,2
Friesland	9,8	1,5	8,3	9,6	0,5	9,2	0,2	1,0	-0,9
Drenthe	12,8	1,8	11,0	8,3	0,7	7,6	4,5	1,1	3,4
Overijssel	23,4	4,4	19,1	16,0	1,3	14,7	7,4	3,1	4,4
Gelderland	44,6	8,0	36,5	37,4	3,0	34,4	7,2	5,0	2,1
Utrecht	20,7	3,3	17,4	20,9	1,4	19,5	-0,2	1,9	-2,1
Noord-Holland	49,5	10,6	38,8	49,7	3,9	45,8	-0,2	6,7	-7,0
Zuid-Holland	58,3	15,1	43,4	56,4	5,0	51,4	1,9	10,1	-8,0
Zeeland	5,9	1,6	4,3	4,1	0,5	3,6	1,8	1,1	0,7
Noord-Brabant	65,3	13,2	52,0	52,5	6,7	45,7	13,2	6,5	6,3
Limburg	25,9	5,4	20,5	18,0	2,0	16,0	7,9	3,4	4,5
Flevoland	13,2	1,0	12,2	12,9	0,5	12,4	0,3	0,5	-0,2
Totaal	338,0	67,8	270,2	296,6	26,3	270,3	41,4	41,5	↓ -0,1↓

A* = Totaal geschikte woningen

B* = Verzorgd wonen

C* = Overige geschikte woningen

Bron: *Primos, 2003.*

Wonen met diensten	58,5
Overige seniorenwoning	43,5
Ingrijpend aangepaste woning	0,0
Overige nultredenwoning	-120,1

Door op de behoefte aan geschikte huisvesting het aanbod in mindering te brengen, kan de spanning worden weergegeven op de seniorenwoningmarkt. Met de behoefte wordt bedoeld op de personen die in een geschikte woning wonen en degenen die naar een dergelijk woning vragen. Het tekort aan voor senioren geschikte huisvesting in 2002 bedraagt 143.500 woningen. Verdeeld over de categorieën bedraagt het tekort in de categorie verzorgd wonen maar liefst 41.500 woningen en dat komt overeen met 41% van de voorraad in dit segment. Ook andere soorten kennen tekorten. Het gaat om 58.000 woningen bij wonen met diensten en 44.000 bij de overige seniorenwoningen [*Sogelée & Brouwer, 2003, p. 12*]. Door het gebruik per woningtype te vermenigvuldigen met het toekomstige bevolkingsaantal, wordt het toekomstige gebruik vastgesteld: de autonome vraag geheten.

Tabel 2.5: *Extra vraag naar toegankelijke woningen (x1000) in de periode 2003-2015.*

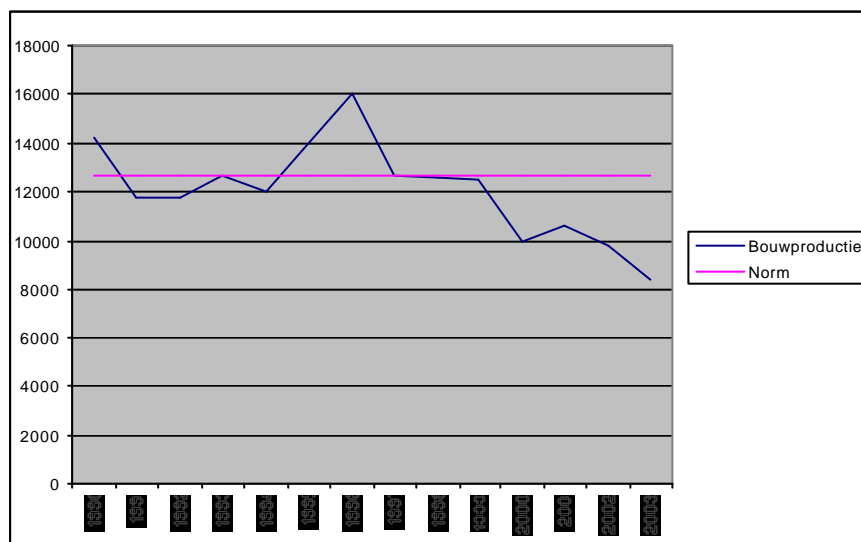
Provincie	Verzorgd wonen	Gewone nultredenwoningen	Totaal
Groningen	3,7	7,1	10,8
Friesland	3,4	8,7	12,1
Drenthe	3,4	11,3	14,7
Overijssel	7,4	19,7	27,1
Gelderland	14,4	37,9	52,3
Utrecht	5,8	17,8	23,6
Noord-Holland	17,5	40,2	57,7
Zuid-Holland	23,0	44,8	67,8
Zeeland	2,9	4,6	7,5
Noord-Brabant	22,1	53,9	76,0
Limburg	9,7	21,5	31,2
Flevoland	1,7	12,4	14,1
Totaal	115,0	279,9	394,9

Bron: *VROM, 2003.*

De totale toekomstige bouwopgave voor wonen met zorg en welzijn in de periode 2003-2015, inclusief de effecten van extramuralisering, bedraagt het gigantische aantal van 395.000 geschikte woningen. De opgave is in relatieve zin het grootst voor de voorraad verzorgd wonen die, ten opzichte van het aanbod, met 114% moet groeien. Met andere woorden, de voorraad verzorgd wonen zal met 115.000 woningen moeten toenemen [VROM, 2003]. Dit om het huidige tekort in dit segment te kunnen wegwerken, om aan de vraag als gevolg van de groei van de bevolking te kunnen voldoen en de effecten van extramuralisering te kunnen opvangen (zie tabel 2.5). Een opgave die zich op provinciaal niveau vooral in Gelderland, Noord- en Zuid-Holland en Noord-Brabant openbaart gezien de schreeuwende behoefte daar aan seniorenwoningen [VROM, 2003].

De haalbaarheid van deze voorgaande nieuwbouwdoelstelling is volgens het Economisch Instituut voor Bouwnijverheid (=EIB) allerminst zeker. Om de weergegeven beleidsdoelstelling te bereiken moeten er per jaar 12.700 nultredenwoningen worden opgeleverd op een totaal van 152.500 seniorenwoningen tot 2015 [Klaver, 2004, p. 5]. De afgelopen jaren is het aantal opgeleverde seniorenwoningen daarentegen afgenomen tot ver onder dit aantal (zie figuur 2.1).

Figuur 2.1: Specifiek voor senioren geschikte woningen in de nieuwbouw, 1990-2003.



Bron: Klaver, 2004, p. 5.

In 2001 is er nog wel een lichte stijging, maar in 2002 en 2003 daalt het aantal specifiek voor senioren geschikte nieuwbouwwoningen weer. Voor de komende jaren wordt in de nieuwbouw een lichte stijging verwacht. Als het percentage van bijna 15% voor nieuwbouw die specifiek geschikt is voor senioren wordt geëxtrapoleerd, blijkt dat een aantal van 12.700 seniorenwoningen zonder extra inspanningen niet op korte termijn zal worden gehaald. Ook het ministerie van VROM erkent dat de huidige productietrends te laag zijn [Building Business, 2003, p. 14]. Wanneer de toenemende behoefte daadwerkelijk wordt ingevuld, vergt dit een investering van €18,1 tot €21,0 miljard euro [Vastgoedmarkt, 2004].

2.2.4 Toename wonen en zorg

◆ Beperkingmaat

Zoals reeds aangegeven is het voornaamste bepalende kenmerk voor de vraag naar seniorenwoningen de leeftijd. Met de toenemende leeftijd neemt de kans op verminderde gezondheid en lichamelijke gebreken en psychische klachten toe en daardoor de behoefte aan specifieke vormen van wonen en zorg [Klaver, 2004,

p. 4]. Gezondheidsproblemen of lichamelijke beperkingen nemen niet alleen toe met het klimmen der jaren, maar komen ook vaker voor naarmate het opleidingsniveau lager is. Over de hele linie blijkt dat mensen met een lagere opleiding vaker specifieke vormen van huisvesting zoeken [Sogelée & Brouwer, 2003, p. 10]. Dit verschil in gezondheid of beperkingmaat heeft te maken met fysiek belastende beroepen die laag opgeleiden uitoefenen of uitgeoefend hebben in samenhang met het feit dat ze vaak eerder beginnen met werken en met een minder gezonde leefstijl [VROM, 2004a, p. 35 en 38]. Daarom ligt het aandeel met matige of ernstige beperkingen binnen eenzelfde leeftijdsklasse bij allochtonen aanmerkelijk hoger dan bij autochtonen. Dat is belangrijk met het oog op het voorspellen van gezondheidsproblemen bij komende generatie senioren en de daaraan gekoppelde huisvestingsvraag [Koerst & van der Laan, 2001, p. 25-26].

◆ *Extramuralisering*

Als gevolg van de 'dubbele' vergrijzing zal de vraag naar zorg in het algemeen en woonzorgvoorzieningen in het bijzonder toenemen. Met het stijgen van de leeftijd en de ernst van de lichamelijke beperkingen neemt de interesse voor woonvormen met dienst en zorg toe: de aanleunwoning, verzorgingsflat, het bejaardenoord en het woonzorgcomplex [VROM, 2004a, p. 90]. In de komende decennia zal de vraag naar combinaties van wonen, zorg en huisvesting daarom groeien. Een tweede belangrijke reden van de groeiende woonzorgvraag is het extramuraliseringsbeleid in de gezondheidszorg. Dit beleid is erop gericht mens en zo lang mogelijk zelfstandig in hun woonomgeving te laten wonen door senioren zelfstandig hun zorgbehoefte te laten inkopen. Regelingen die dit mogelijk maken zijn bijvoorbeeld de WMO, de AWBZ en het Persoonsgebonden budget. De ministeries van VROM en WWS dienen deze marktvrage af te stemmen op het aantal geschikte woonvormen en woonzorgcombinaties. Deze laatste dienen aan te sluiten bij de mogelijkheden en wensen van deze hulpbehoevende groep senioren. Afhankelijk van de (beleids)ontwikkelingen zal het proces van extramuralisering zich meer of minder snel voltrekken. Het STAGG-scenario, dat uitgaat van een verdere acceleratie van de extramuralisering, is uitgewerkt in de vorm van planologische kengetallen tot 2015 [IWZ, 2002, p. 10]. Voor het tempo van extramuralisering zijn ook andere toekomstscenario's opgesteld: a) constante gebruik scenario, b) constante capaciteit scenario en c) deconcentratie scenario [ABF Research, 2001, p. 37-50]. Als gevolg van extramuralisering kunnen tot 2010 ongeveer 40 duizend plaatsen in verzorgingshuizen vervallen en 3500 woningen door de effecten van extramuralisering in de gehandicaptenzorg en 5 duizend woningen in de gezondheidszorg (=GZZ). Deze plaatsen moeten extramuraal worden opgevangen door zelfstandige en goed toegankelijke huisvesting. Er zal ten gevolge van extramuralisering een extra woningbehoefte tot 2015 ontstaan van 48 duizend woningen, waarvan een ruime 9 duizend in Noord-Brabant en bijna 8 duizend in Zuid-Holland [Sogelée & Brouwer, 2003, p. 34].

Ondanks de tekorten in het aanbod wordt door senioren minimaal geanticipeerd op toekomstige fysieke problemen. Ruim de helft van de verhuisgeneigde senioren wil een speciaal voor senioren bestemde woonvorm. Van alle verhuisgeneigde senioren wil 70% een intern en extern toegankelijke woning en onder de 75-plussers is dat 90%. De mogelijkheden die senioren voor handen hebben, zijn; zij kunnen hulp inroepen, hun woning laten aanpassen, verhuizen naar een geschiktere woning of woonvorm of kiezen voor een combinatie van oplossingen. Zij kunnen ook anticiperen op ongemakken en alvast een voor de toekomst geschikte woning of woonvorm zoeken, voor het geval dat gezondheidsproblemen gaan optreden. Dit anticiperen maakt het afstemmen van het aanbod op de vraag gecompliceerd. Passende huisvesting is echter noodzakelijk.

2.3 De aanbodzijde van de seniorenwoningmarkt

Uit de hier voorgaande analyse van de marktvraag blijkt dat de senioren als een gesegmenteerde doelgroep bekeken moet worden, waarbij een groot aantal gedifferentieerde woonvormen geambieerd worden. Gesteld kan worden dat het kwalitatieve aanbod niet goed aansluit op de vraag van de markt. Ofwel, hoe proberen marktpartijen in te spelen op de vraag zoals deze in de voorgaande paragraaf geschetst is.

2.3.1 Tekorten in de voorraad

In 2015 hebben maar liefst twee op de vijf huishoudens, ofwel 3 miljoen huishoudens, de leeftijd bereikt van 55 of ouder [CBS, 2004]. De vergrijzing is de belangrijkste ontwikkeling die de groei op de vragersmarkt zal bepalen. Omdat senioren langer zelfstandig willen blijven wonen, desnoods met zorg aan huis, ofwel als gevolg van extramuralisering, verliezen traditionele vormen van huisvesting van senioren, vooral goedkope huurwoningen en verzorgingshuizen, aan populariteit [Building Business, 2004, p. 3]. Maar met dit in het achterhoofd wordt vanuit de aanbodkant de markt niet besprongen, omdat aanbieders terughoudend zijn en problemen ontwikkeling belemmeren. Er wordt nog steeds tweede keus gebouwd [Hooimeijer, 2000, p. 48-50], want dé seniorenwoning bestaat niet [Van der Tuin, 1999, p. 1][Van den Ent, 2000, p. 52]. Hoewel het gevraagde kwaliteitsniveau van locaties en woningen voor uiteenlopende senioren verschillend kan uitpakken is het duidelijk dat senioren de lat hoger leggen dan voorheen. De geschetste ontwikkelingen vragen om een toenemende omvang en variatie van woon(zorg)arrangementen. Een passend aanbod dient gegeneerd te worden.

◆ Aanbod

Op dit moment bedraagt het op 2002 gebaseerde aanbod aan geschikte woningen voor de doelgroepen 1,8 miljoen (totale woningvoorraad 6,7 miljoen). Dat is 27% van de totale voorraad aan zelfstandige woningen en wooneenheden.

Tabel 2.6: Aanbod van geschikte huisvesting voor wonen met zorg en welzijn (in duizend) per provincie, 2002.

Provincie	Totaal geschikte woningen	Verzorgd wonen	Overige geschikte woningen	Soorten overige geschikte woningen			
				Wonen met diensten	Overige seniorenwoningen	Ingrijpend aangepaste woningen	Overige nultreden woningen
Groningen	84,3	5,2	79,1	5,6	12,2	2,7	58,6
Friesland	76,0	3,7	72,3	6,5	12,9	3,2	49,8
Drenthe	63,4	2,7	60,7	5,3	8,2	2,2	44,9
Overijssel	117,5	6,7	110,8	11,4	18,9	7,0	73,5
Gelderland	204,1	9,6	194,5	14,8	34,4	12,4	132,9
Utrecht	121,4	6,9	114,5	9,9	16,6	6,2	81,9
Noord-Holland	294,6	13,7	280,8	19,4	32,4	12,7	216,4
Zuid-Holland	410,4	26,4	384,0	36,4	47,1	16,7	283,7
Zeeland	38,7	2,7	36,0	2,8	7,3	1,7	24,3
Noord-Brabant	238,4	15,9	222,5	19,8	39,5	14,5	148,8
Limburg	108,3	6,4	101,8	7,0	21,4	9,3	64,2
Flevoland	25,4	1,1	24,4	2,1	5,6	2,2	14,5
Totaal	1782,5	101,0	1681,5	140,8	256,4	90,8	1193,5

Bron: WBO2002, 2002.

De trendmatige opgave, zoals aangegeven in tabel 2.4, die bestaat uit het huidige tekort en de autonome vraag, bedraagt 338.000 woningen. Dat is 19% van het totale huidige woningaanbod. De meeste van deze woningen staan in Zuid-Holland (41 duizend) en Flevoland heeft de kleinste voorraad woningen met zorg en welzijn (25 duizend). Het aandeel is het grootst in Groningen (33,4%) en Drenthe (32,7%). Van de geschikte woningen vallen er 101 duizend onder het verzorgd wonen ofwel slechts 5,7% van het totale aantal geschikte woningen (zie tabel 2.6). In Zeeland en Noord-Brabant ligt dat percentage wat hoger (respectievelijk 6,9% en 6,7%). Het aandeel verzorgd wonen is klein in de provincies Flevoland (4,2%) en Drenthe (4,3%).

2.3.2 Specialisatie van en concurrentie tussen marktpartijen

Op marktniveau is er sprake van een verschuiving in de huisvestingsvraag. Een drietal belangrijke trends zijn hiervoor verantwoordelijk. In de eerste plaats is dat de toenemende kwalitatieve vraag (comfort, privacy, service) als gevolg van de economische draagkracht, toename in zelfredzaamheid en grondprijzen. Daarnaast veroorzaken de toegenomen levensverwachting en vergrijzing een grotere zorgvraag, dienst- en hulpverlening, die op hun beurt tot ander huisvestingsgedrag leiden. Ten slotte leidt de vergrote vraag naar differentiatie van het aanbod tot een verschuiving in activiteiten waar marktpartijen het meest rendabel kunnen opereren.

De klant profiteert uiteindelijk van deze veranderingen. Zowel in de zorgsector als in de volkshuisvesting komt langzaam maar zeker productvernieuwing tot stand; nieuwe woonvormen, extra service- en zorgpakketten, zorgmakelaars. Deze trends resulteren in een toenemend aantal inzichten om te voorzien in de toekomstige huisvestingsvraag van senioren op het gebied van wonen, zorg en diensten. De inzichten lijken te resulteren in gespecialiseerde concepten.

Er zijn concepten naar type te onderscheiden, zoals de gerichtheid op de service- en zorgbehoefte van een bepaald segment van de seniorendoelgroep in bijvoorbeeld Wonen En Meer, Sequoia Residences, Palisium en de mate van keuzevrijheid voor de aspirant huizenkoper in onder andere Ecoflex en Persoonlijk wonen. Daarnaast zijn er concepten te onderscheiden waar een bepaalde vorm van dienstverlening meer aandacht/nadruk krijgt dan in andere concepten. Zorgverlening en nadruk op woongenot/plezier zijn vooral geconcentreerd in concepten als Gerust Thuis, IRS en Lekker Leven. Dit zijn woon(zorg)arrangementen waarbij de gewenste pakketten met dienstverlening op maat geleverd kunnen worden [Cobouw, 2000].

Er kan geconstateerd worden dat de reactie van het aanbod op zorg- en woonvragen niet zo snel gaat. En dat is niet verwonderlijk, want beide categorieën van aanbieders hebben het al druk genoeg met hun eigen veranderingsprocessen [Hopstaken, 2004, p. 11].

Marktpartijen lijken dus meer en meer te kiezen voor één of twee speerpunten om in de concurrentieslag met andere marktpartijen te overleven. Zij moeten wel, ondanks aarzelingen over opbrengsten en onderscheidend vermogen die bij hen leven. Een belangrijke reden voor marktpartijen om zich te specialiseren is tegenwoordig simpelweg dat de (heterogene) markt dit vraagt en omdat zij niet voldoende ruimte en mogelijkheden hebben om alles en iedereen van dienst te kunnen zijn.

De bereidwilligheid tot verandering is er zeker wel. Marktpartijen willen daarom selectiviteit handen en voeten geven, want op maat gesneden woonruimten zijn 'in'. Voorbeelden hiervan zijn zorginstellingen die hun grondposities en vastgoedportefeuilles aanpassen aan de nieuwe zorgvraag en geheel footloose worden en geheel extramuraal gaan werken. Anderen zullen bepaalde infrastructuur en resterende verblijfsvoorzieningen zelf aanhouden of onderbrengen in een gespecialiseerde vastgoedmaatschappij. Er

zullen overeenkomsten worden gesloten met woningcorporaties over ruil van grond en vastgoed of gezamenlijke projectontwikkeling. Ten slotte zal ook de dienstverlening zich ontwikkelen tot een volwaardige bedrijfstak. Zorginstellingen zullen op deze markt gaan opereren en aparte servicemaatschappijen oprichten die zowel voor de private als voor de publiek gefinancierde markt werken. Woningcorporaties zullen zich naar verwachting niet zelf op de dienstenmarkt begeven, maar optreden als inkoopcoöperatie voor huurders [Keniscentrum Wonen & Zorg, 2004]. Dit kost tijd.

Specialisaties komen over het algemeen niet uit de lucht vallen. Zij sluiten aan bij een historisch gegroeide situatie of sterke punten van een markt. De markt voor wonen en zorg wordt gedomineerd door de sociale sector. Particuliere investeerders spelen op deze markt vooralsnog een ondergeschikte rol. Woningcorporaties lijken minder knelpunten te ondervinden als het gaat om het bouwen van woonzorgcomplexen. Dit hoewel marktpartijen aan gemeenten te kennen geven dat deze onvoldoende beseffen dat naast de sociale sector ook de bovenkant van de markt behoefte heeft aan (zorg)woningen en dat daar contingent beschikbaar voor moet worden gesteld [Stec groep, 2002, p. 21]. Gezien de hoge woningprijzen en de huidige afvlakking worden onder deze groep mogelijkheden gezien voor ontwikkeling van dure koop- of huurappartementen (zie paragraaf 2.3.10: *Woningcorporaties*).

2.3.3 *Differentiatie van het aanbod*

Bij de planning van seniorenwoningen is in toenemende mate aandacht voor kwalitatieve differentiatie van het aanbod. Gedreven door de noodzaak van een marktgerichte benadering proberen marktpartijen in te spelen op de markt door senioren een pakket aan mogelijkheden voor te houden. In de praktijk blijkt het echter niet zo eenvoudig dat pakket ook handen en voeten te geven. Cruciaal daarbij zijn een gedegen analyse van de vraag naar seniorenwoningen en het maken van afspraken over aan te bieden kwaliteiten en beoogde doelgroepen. Achtergrond van de kwalitatieve differentiatie is de veronderstelde segmentering van de vraag. Verschillende soorten seniengroepen stellen verschillende eisen aan hun woning, woonomgeving en woon(zorg)diensten. Sommigen hebben behoefte aan representatieve huisvesting in een aantrekkelijke omgeving met veel hulpverlening en luxe; anderen hechten meer waarde aan goedkope, functionele huisvesting.

◆ *Labeling en thematisering*

Met behulp van labels proberen marktpartijen het aanbod van seniorenwoningen zo goed mogelijk af te stemmen op de eisen die senioren daaraan stellen, zoals het levensbestendig wonen. Onder dit verzamelbegrip 'label' (of: keurmerk) vallen onder andere de programma's van eisen van aanpasbaar bouwen en flexibel bouwen, het seniorenlabel, het ZorgMerk, het label dubbelplus, het oppluslabel, WoonToets en WoonKeur [Singelenberg, 2001, p. 1] [Keniscentrum Wonen & Zorg, 2004]. Labels omvat het onderscheiden van seniorenwoningen met verschillende kwaliteitsprofielen en het benoemen van de belangrijkste functionele kwaliteitseisen, waaraan seniorenwoningen moeten voldoen, zodat het mogelijk wordt zo lang mogelijk zelfstandig te blijven wonen, al dan niet met gebruik van zorg. Centraal staat de kwalitatieve differentiatie van het aanbod, waardoor senioren kunnen kiezen uit woningen met verschillende toepassingen en voorzieningen. Voorbeelden van bepaalde typen zijn IFD bouwen, levensloopsbestendig bouwen, aanpasbaar bouwen, flexibel bouwen, consumentgericht bouwen, individueel/particulier¹ of collectief opdrachtgeverschap (systeem - of catalogusbouw).

¹ Particulier opdrachtgeverschap is een vorm van woningbouw waarbij de consument, als toekomstig bewoner, invloed heeft op hoe zijn huis eruit komt te zien [Mulder, 2004].

Thematisering is gericht op de positionering van een bepaalde subgroep van senioren door middel van verschillende voorzieningen die voor hen aantrekkelijk zijn. Voorbeelden zijn de reeds genoemde woonconcepten in paragraaf 2.3.2. Het gaat bij thematisering in principe om het bereiken van een functionele synergie ten aanzien van woning, woonomgeving en woon(zorg)diensten enerzijds en de woonwensen van de betreffende subgroep senioren anderzijds.

In de praktijk is de differentiatie in woonmogelijkheden niet er groot. Voor zover er pogingen zijn om te komen tot een differentiatie van het aanbod zijn deze voornamelijk aanbodgeoriënteerd. Op basis van aanbodkarakteristieken worden woningtypen onderscheiden. Aan de differentiatie liggen eerder beleidsmatige wensen ten grondslag dan gedegen analyses van de werkelijke vraag. Daarentegen leidt een differentiatie in woon(zorg)arrangementen ofwel een toenemend aanbod waarschijnlijk tot een toenemende vraag. De gedachte is dat groei van het aanbod latente vraag onder senioren manifest maakt. Zeker als de groei gepaard gaat met een toename van de kwaliteit van het wonen (comfort en privacy) en diversiteit van zorg en diensten, zal de belangstelling onder senioren spontaan toenemen. Nieuwe producten zullen nieuwe markten trekken.

Labelen heeft in feite alleen maar zin als het gericht gebeurt en er in dit verband afspraken worden gemaakt over te ontwikkelen kwaliteiten en bijbehorende doelgroepen. In de eerste is het van belang dat daarbij (in) het label zorg zorgvuldig vermeden wordt, want dit belemmert senioren hun woonbehoeften in een eerder stadium te verwezenlijken [*Smart Agent Company, 2003, p. 63*]. In de tweede plaats gaat er van het aanbod een concurrerende werking uit. Zonder afstemming op de werkelijke vraag wordt het nut van labelen snel ondergraven, doordat marktpartijen elkaar zullen beconcurreren bij het aantrekken van dezelfde doelgroepen. Marktpartijen hebben met een label een marketinginstrument om consumenten te overtuigen van de aantrekkelijkheid van het product. Gezien de huidige situatie (vraag) op de seniorenmarkt moeten marktpartijen elkaar juist steunen en afspraken maken met betrekking tot de wenselijke invulling en segmentering van deze deelmarkt.

Het thematiseren van een locatie gaat een stap verder dan het labelen. Het is een bijzondere positionering van een woonconcept, waarbij voorzieningen worden ontwikkeld voor een specifieke doelgroep.

Voorbeelden van voorwaarden voor thematisering van woningprojecten zijn:

- Er moet sprake zijn van voldoende substantiële vraag naar woningen in het specifieke segment waarop men zich gericht;
- Wanneer te veel locaties onder verschillende noemers op dezelfde doelgroep mikken, ontstaan afzetproblemen;
- Er moet een herkenbaar vertrekpunt zijn dat voldoende aantrekkingskracht heeft op een substantieel deel van de geconstateerde vraag;
- Er moeten in de aanvangsfase voldoende eindgebruikers zijn die daadwerkelijk gebruik wensen te maken van de aangeboden voorzieningen en woonvorm;
- Er moeten aanwijsbare voordelen uitgaan van de aanwezigheid van gelijksoortige producten. Voordelen kunnen zowel liggen in het aanbod van specialistische diensten als in het creëren van voldoende draagvlak voor nieuwe producten.

2.3.4 *Domotica*

Senioren willen zo lang mogelijk zelfstandig, veilig en met zorg thuis kunnen wonen. Een van de belangrijkste technologische ontwikkelingen die dit mogelijk maakt is domotica. Domotica komt van *domus*, Latijn voor 'huis', en *ica*, van elektronica en telematica, twee belangrijke aspecten van woningen met domotica. Het gaat

om woningen waarin technologie en diensten samenkomen en die daardoor veilig en comfortabel zijn en daarmee geschikt zijn voor de oudere bewoner [SWI, 2003, p. 5]. Domotica is een nieuw concept dat bijdraagt aan het vergroten en het verbeteren van het wooncomfort, aan de veiligheid, de zelfredzaamheid, beter en sfeervol licht, vernuft en zorgeloos communiceren. Merkvoorbeelden zijn Nikobus, Isoetra, Holec, Easy Safe, IRS, Conson, Hager Tehalit, Hateha/EIB, Honeywell, ABC, Hebo Telecompleteet, The Digital Connection, Siemens et cetera [Kennisnet Bouwfonds, 2004]. Goed uitgeruste woningen zijn van belang voor de aantrekkingskracht van een seniorenwoning. De comfortverhogende functie van en in de woning die domotica-voorzieningen bieden, worden steeds belangrijker gevonden.

De essentie van domotica is het ondersteunen van het zelfstandig wonen voor senioren. Het is geen doel op zich, maar een veelbelovende optie [Aedes, 2003c, p. 1]. Met een domotica-systeem kunnen veel functies in en rond de woning geïntegreerd en bediend worden. Binnen de kaders van domotica en al naar gelang de behoefte worden aspecten als beveiliging, alarmering, verlichting, energie, telecommunicatie et cetera indien gewenst, in een pakket ondergebracht. De kracht van domotica schuilt hierin dat op uiteenlopende faciliteiten aanspraak gemaakt kan worden. Dit vraagt om flexibiliteit in de techniek en om persoonsgeboden toepassingen in plaats van woninggebonden toepassingen [Kennisnet Bouwfonds, 2004].

Uit een evaluatie van domoticaprojecten valt te constateren dat het feitelijke gebruik van domotica-toepassingen aanmerkelijk beter verloopt en de beleving ervan positief is, wanneer:

- senioren stapsgewijs en adequaat zijn geïnformeerd over domotica;
- de domotica-toepassingen functioneren, wanneer de toepassingen gebruiksvriendelijk zijn;
- de toepassingen afgestemd zijn op de individuele behoeften van senioren;
- technische mankementen snel en begripvol worden opgelost [Vitaal Grijs, 2002, p. 29-31].

2.3.5 Tekort aan ontwikkelingslocaties

Het aantal woningen blijft gestaag groeien, hoewel de nieuwbouwproductie afneemt. Om de sterk teruglopende woningbouwproductie weer op stoom te krijgen, zouden aanjaagteams zich als terriërs op bouwend Nederland storten. Oorzaken voor de stagnerende productie zijn exploitatieproblemen, de overvloed aan of te ingewikkelde of trage procedures en het uitblijven van onderhandelingsresultaten tussen gemeente en de externe grondeigenaar [Aedes, 2003a, p. 11]. De oorzaken voor de heersende stagnatie in de woningbouwproductie blijken ook – en misschien wel juist – voor de particuliere woon(zorg)markt te gelden.

Zo is er een tekort aan ontwikkellocaties. Geschikte locaties voor wonen met zorg liggen voor het merendeel in bestaand stedelijk gebied, nabij winkels en openbaarvervoersvoorzieningen én nabij sociale netwerken (familie en vrienden). Geschikt zijn bijvoorbeeld oude gebouwen met (voorheen) publieke functies, zoals oude schoolgebouwen, kazernes of ziekenhuizen in herstructureringswijken. Grond en gebouwen zijn meestal in bezit van corporaties en gemeenten. De grondposities van private partijen liggen voor een groot deel op VINEX-locaties. Maar deze liggen doorgaans aan de rand van de steden: uitleglocaties. De randlocaties vallen bij senioren niet bijzonder in de smaak. Uitzondering hierop vormen de nieuwe centrumgebieden met voorzieningen, maar die worden vaak ook voor andere functies geclaimd. Ook in de kleine gemeente op het platteland kunnen particuliere investeerders maar mondjesmaat aan geschikte grondposities komen, omdat de ruimte schaars is [De Haas en Bonnerman, 2003, p. 24]. Er geldt vaak restrictief beleid en de gemeente vertolkt zijn regierol vaak zo dat projectontwikkelaars moeilijk in aanmerking komen voor grond bij de verdeling van de geringe bouwcapaciteit (of: contingenten). Zij maken geen deel uit

van lokale netwerken. Daarnaast verdringen gemeenten de problematiek van senioren op de woningmarkt door de extra aandacht voor startende jongeren, terwijl zij juist in het bestemmingsplan geschikte locaties voor zorgwoningen zouden moeten bestemmen voor 'wonen met zorg' en speciaal woningbouwcontingenten moeten toewijzen specifiek voor woningen met zorg. Zij garanderen daarmee dat bij toekomstige woningbouwontwikkelingen ook dit type woningen wordt gerealiseerd [*Stec groep, 2002, p. 27 en 29*].

2.3.6 *Weinig input van de eindgebruiker*

Zoals uit de analyse van de vraagsituatie van de seniorenwoningmarkt (paragraaf 2.2.2) blijkt dat er behoefte is aan een duidelijke doelgroepprofilering, een meer vraaggestuurde benadering. Wanneer een bouwproces aanvangt speelt de uiteindelijke gebruiker maar een beperkte rol. Op deze manier blijft men steken in anonieme doelgroepen [*De Graaf, 2003, p. 39*]. Deze situatie leidt tot conflicten, hogere s tichtings- en exploitatiekosten, lagere kwaliteit en cetera. Hoe kunnen ontwikkelaars, ontwerpers, bouwers, beheerders en gebruikers hier beter op inspelen? Wat moeten ze doen? En hoe reageert de markt daarop? De vraag is hoe risico's gereduceerd kunnen worden. Vooral in de situatie wanneer marktpartijen specifieke seniorenwoningen willen ontwikkelen voor specifieke doelgroepen.

De levensduur van woonproducten/-concepten wordt steeds korter. Oorzaken hiervan hebben vooral te maken met de dynamische economie zoals deze al is verwoord in de vraaganalyse in paragraaf 2.1. Hieruit blijkt dat gebruikers steeds meer behoefte hebben aan profilering en specifiek opgezette woningprojecten. Hier valt dus een paradox te constateren. Enerzijds moeten woningen meer toegespitst worden op de wensen en eisen van de gebruiker en anderzijds blijkt dat de snelheid waarmee gebruikseisen van gebouwen veranderen zo snel verloopt dat een ander behoeft patroon kan ontstaan. Op deze manier wordt een gebouwde omgeving gecreëerd die niet aan de dynamiek van de samenleving beantwoordt [*Van den Brand & Dekker, 2001, p. 67*]. In het ontwikkelen dienen marktpartijen met deze problematiek rekening te houden.

Een ander aspect dat het risico aanzienlijk kan reduceren is grondige kennis van wat de gebruiker wil [*Voorham, 2004*]. Wanneer precies de wil en verwachting van de potentiële gebruiker in kaart gebracht kan worden, kan de aanbieder daar beter aan voldoen. Senioren moeten in de toekomst actief en in een vroeg stadium betrokken worden bij de ontwikkeling van woningen. Via internet zouden ze bijvoorbeeld kunnen deelnemen aan enquêtes, chatsessies en discussies met ontwikkelaars, wat met de grotere weg onder de doelgroep naar internet mogelijk wordt. De toekomst is dat aspirant-bewoners een nadrukkelijker inbreng krijgen in de indeling van de woning en in de beschikbare (zorg)opties [*NRC, 2000*]. Er moet meer gekeken worden naar individueel woongenot. De oudere consument van vandaag wenst zelf te beslissen wanneer er wordt verhuisd en hoe de nieuwe woning en woonomgeving eruit dienen te zien [*Vermeulen & Hagen, 2004, p. 6*]. Vele consumentengroepen hebben hier geen zin in, maar juist de senioren willen zich overal mee bemoeien [*De Graaf, 2003, p. 93*].

Bij het ontwikkelen van woningen moeten dus meer rekening gehouden worden met de gebruikers. Er wordt vaak wel aandacht besteed aan de financiën en aan de relatie met de projectontwikkelaar en de gemeente of over wat er gebouwd moet gaan worden, maar in het hele proces komt de gebruiker nauwelijks voor. Gezien de huidige mismatch van vraag en aanbod is het in dit kader verbazingwekkend dat de consument tot nu toe bij de voorbereiding van woningbouwprojecten, de programmering, slechts heel indirect een rol speelt [*Vastgoed, 2004, p. 12*]. IFD bouwen, consumentgericht bouwen en particulier opdrachtgeverschap zijn aanzetten in deze sfeer [*Keers & Butter, 2002*].

2.3.7 Wetgeving

Het bouwen in combinaties van wonen en zorg is gezien het voorgaande een vruchtbare markt. Toch stuit het bouwen in dit kader op nogal wat problemen in Nederland. Het is bekend dat het op de markt brengen van nieuwe seniorenwoningen in ons land een moeizaam proces is. Zo duurt het wijzigen van een bestemmingsplan, een bestemming van zorg in wonen, als dat al lukt, erg lang. Maar dat wil nog niet zeggen dat daarmee alle obstakels uit de weg zijn. Vaak begint de ellende dan pas. Een lange adem lijkt een absolute vereiste [Diekman & Roso, 2004, p. 16]. Dit speelt vooral bij locaties in bestaand bebouwd gebied, maar ook bij de herontwikkeling van bijvoorbeeld (zorg)instellingsterreinen [De Haas en Bonnerman, 2003, p. 24]. De overvloed van procedures belemmert voldoende nieuwbouw [Aedes, 2003a, p. 11]. Met de nieuwe WRO zullen de procedures op het gebied van ruimtelijke ordening (bijvoorbeeld wijziging van het bestemmingsplan) transparanter worden gemaakt, om nieuwe ontwikkelingen op het gebied van wonen en zorg mogelijk te maken. Dit is cruciaal om niet al te ver achterop te raken bij de vraag [Wonen & Ruimte, 2004, p. 4].

Naast de ruimtelijke regelgeving worden problemen ondervonden met de regelgeving in de zorg. De zorgvastgoedmarkt is ingewikkeld [Diekman & Roso, 2004, p. 16]. Door partijen in het wonen wordt de regelgeving in de zorg vaak gezien als een 'woud van ondoorzichtigheid' bijvoorbeeld met de vraag naar arrangementen van publiek gefinancierde zorg en privaat gefinancierde dienstverlening en woonruimte. Bij de levering van extra zorg boven op de zorg die vanuit de AWBZ, de WMO en het Persoongebonden budget geregeld worden, kunnen namelijk nadelige gevolgen optreden voor de gebruiker [Kenniscentrum Wonen en zorg, 2004]. Deze problemen ontstaan door de verschillen tussen de commerciële vastgoedsector en de zorgsector. Prioriteiten liggen anders, de terminologie verschilt en de regelgeving en benodigde expertise zijn sterk verschillend. Samenwerking vanuit een verschillend perspectief cq. referentiekader, op verschillend schaalniveau (nationaal versus lokaal) geeft problemen in de besluitvorming. Een handleiding (over de rol van de verschillende instanties, eventuele partners, de betekenis van de verschillende begrippen) met daarin informatie over relevante regelgeving kan een praktisch hulpmiddel zijn om deze problemen te ondervangen [Stec groep, 2002, p. 31].

2.3.8 Samenwerking tussen marktpartijen

Zelf zien gemeenten zich graag als regisseur op het gebied van de lokale vastgoedmarkt. Gemeenten zijn verantwoordelijk voor lokale woonplannen, het welzijn (zorgplicht: WMO, AWBZ en PGB) en de Wvg-voorzieningen. Toch valt te constateren dat juist deze partijen die een belangrijke bijdrage in de regie van het wonen, welzijn en zorg zouden moeten hebben, het in de ogen van de andere partijen sterk laten afweten in de samenwerking [USP, 2004]. Dit terwijl de gemeente in veel gevallen de natuurlijke regievoerder is voor wonen, zorg en welzijn op lokaal niveau, die de desbetreffende betrokken partijen bij elkaar brengt en richting geeft aan hun inspanningen [VROM, 2004]. Hoewel gemeenten beschikken over een groot aantal planologische bevoegdheden om ontwikkelingen in de gemeente te sturen, zijn zij voor de realisatie van plannen, de totstandkoming van voldoende seniorenwoningen, veelal afhankelijk van samenwerking met marktpartijen, in dit geval woningcorporaties en commerciële woningaanbieders, voor kapitaal, voor ambitie en visie, voor kennis van (lokale) gebruikers en gebruikersbehoeften en voor durf.

De algemene verwachting is dat de commerciële sector gericht op seniorenwoningen zich verder zal ontwikkelen. Ook voor commerciële vastgoedpartijen, zoals beleggers en ontwikkelaars, is de markt voor seniorenwoningen namelijk interessant. Op dit moment zijn senioren een groot deel aangewezen op de sociale huursector of op verzorgings- en verpleeghuizen. Het aanbod vanuit de commerciële sector is nog gering. Hiervoor is echter samenwerking tussen alle betrokken partijen nodig. Lokale overheden, corporaties,

projectontwikkelaars, zorg- en welzijnsinstellingen moeten veel vaker met elkaar samenwerken dan nu het geval is [Diekman & Roso, 2004, p. 16].

De groeiende heterogene vraag naar seniorenhuisvesting vraagt niet om één standaardproduct. De ene partij kan de leemte bij de andere opvullen. Juist door samen te werken kan worden voldaan aan de totale marktvrage. Met name tussen corporaties en gespecialiseerde ontwikkelaars zijn meerdere vormen van samenwerking denkbaar, waarbij partijen een complementaire rol spelen. Elke partij richt zich op dat gedeelte waar men goed in is, waardoor risico's en rendementen beter kunnen worden verdeeld en de vraag vanuit de markt beter wordt beantwoord. Een gespecialiseerde ontwikkelaar brengt expertise en kennis in op het gebied van het ontwikkelen van seniorenwoningen en het organiseren en bewaken van de kwaliteit van zorg en diensten [Akro Consult, 1996, p. 34]. De corporatie kan bovendien via deze samenwerking aanhaken bij het kwaliteitslabel voor wonen en zorg op lokaal niveau. Voor de ontwikkelaar heeft samenwerking met een woningcorporatie belangrijke toegevoegde waarde vanwege de toegang tot locaties en tot het netwerk van de corporatie, met bijvoorbeeld lokale overheden en zorginstellingen. Voorbeelden van samenwerkingsprojecten zijn USUS, Project!mplus en de samenwerking tussen de gemeente Utrecht en Agis Zorgverzekeringen [Gemeente Utrecht, 2004, p. 1]. In de praktijk blijken een aantal problemen te kleven aan samenwerking: te weinig commitment, trage besluitvorming (procesproblemen), veel administratieve knelpunten, spreken van een andere taal, weinig flexibiliteit, cultuurverschil, weinig vernieuwend denken, weinig creativiteit, en problemen om gezamenlijk de financiering rond te krijgen [USP, 2004].

2.3.9 *Afhankelijkheid van derden ten aanzien van zorg*

Het bouwen in combinaties van wonen en zorg kunnen problemen opleveren voor private vastgoedpartijen zoals ontwikkelaars en beleggers. Dit is een ernstig knelpunt dat het toetreden van deze partijen op de woon(zorg)markt belemmeren kan. Het verdient daarom aandacht op welke wijze deze partijen de trends en ontwikkelingen in de zorgmarkt kunnen monitoren. Hiermee ontstaat er de kans om het spanningsveld tussen de woon- en de zorgmarkt te doorbreken en transparantie te verschaffen. Het bundelen van krachten in de vorm van: 1)- een gemeenschappelijke regeling; 2)- het oprichten van een kenniscentrum (bijvoorbeeld: Innovatieprogramma wonen en zorg en Kenniscentrum wonen en zorg) of een loket 'wonen en zorg'; 3)- het starten of stimuleren van voorbeeldprojecten (voorbeelden: Project Vernieuwing en Beleidsontwikkeling VeBo en ProjectImpuls); 4)- het onderbrengen van de zorgtaak bij een partner, die wel over de benodigde expertise beschikt, zijn goede alternatieven om de zorg- en vastgoedsector bij elkaar te brengen [Stec groep, 2002, p. 32 en 33] en 5) het ontstaan van woonmaatschappijen; zijn mogelijke initiatieven.

2.3.10 *Woningbouwcorporaties*

De markt voor wonen en zorg wordt gedomineerd door de sociale sector. Particuliere investeerders spelen op deze markt vooralsnog een ondergeschikte rol. Corporaties zijn samen met de gemeenten waarin zij opereren verantwoordelijk voor het lokale wonen. Zij domineren de huurwoningmarkt (zie paragraaf 3.1.2: *Huidige woonsituatie: prijssegment*). Opgericht met de beste bedoelingen ontwikkelden deze zich uiteindelijk tot instellingen die functioneerden in een geïsoleerd volkshuisvestingssysteem, vervreemd van hun klanten en vervreemd van de markt. Instellingen ook met een beperkt productassortiment: een goedkope huurwoning met een standaard huurcontract. En met een beperkte taak: de verhuur en instandhouding van hun deel van de woningvoorraad, gekoppeld aan een door anderen geprogrammeerde nieuwbouwactiviteit en uitgaand van een stereotiep mensbeeld [Bijvendijk en Hoff, 2002, p. 14]. Corporaties waren zodoende een vorm van particulier initiatief met een maatschappelijk doel. Door de nota 'Van bouwen naar wonen' legde Heerma de nieuwe blauwdruk voor de volkshuisvesting neer. Sinds de bruteringsoperatie, 'de vernieuwing', kiezen de nieuwe 'maatschappelijke ondernemingen' nieuwe wegen om hun prestaties te optimaliseren. De

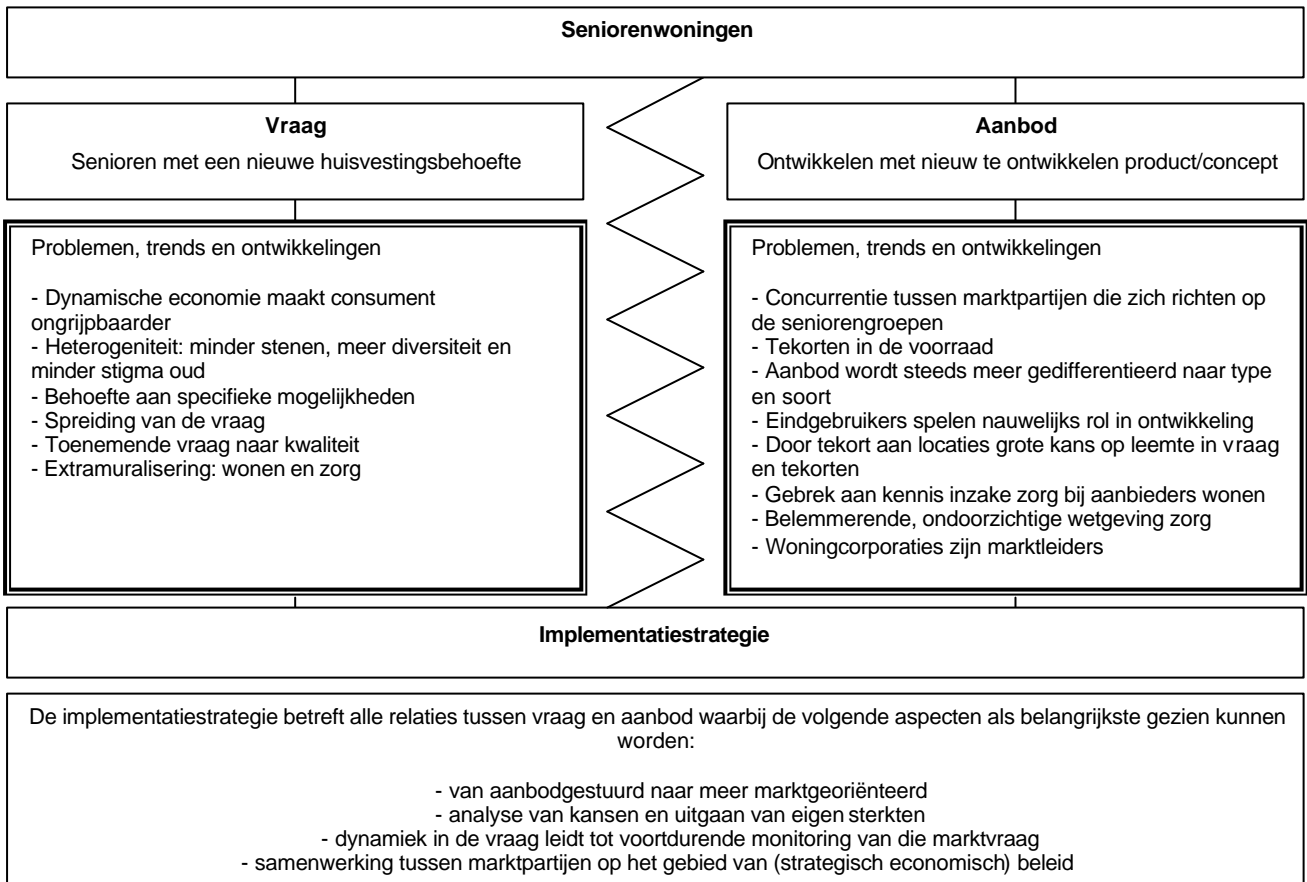
belangrijkste verandering in corporatieland is de omwenteling in de oriëntatie van overheids- en regelgeoriënteerd naar markt- en klantgeoriënteerd. Corporaties kiezen zelf, nemen zelf beslissingen over de eigen huisvestingssituatie. Corporaties zijn maatschappelijke ondernemingen en opereren van taak- naar doelgericht en klanten worden voor vol aangezien.

De volkshuisvestingsdoelstelling van corporaties is echter onveranderd gebleven en zal dat ook blijven. Maar door de opkomst van de keuzemaatschappij voldoen veel woningen niet meer aan de gedifferentieerde vraag (bijvoorbeeld duurdere huurwoningen) [IVBN, 2004]. Ondanks dat het corporaties verboden is activiteiten te ondernemen die buiten deze maatschappelijke opdracht vallen, neemt de roep om keuzevrijheid toe. Dit streven en de kansen die de markt daartoe biedt, worden onvoldoende in deze vraag uitgewerkt. Het blijft bij deze holle frase [Janssen & Sevenheck, 2003, p. 55]. Commerciële marktpartijen willen graag deze vraag bedienen, maar gemeenten werken tegen. Mede door de soms torenhoge grondprijzen (boekwaardeproblemen) die worden gevraagd en het niet beschikbaar stellen van contingents, wordt er niets gebouwd; het paard wordt achter de wagen gespannen. Het hele proces zou om vertrouwen tussen gemeente en marktpartijen moet draaien [Janssen & Sevenheck, 2003, p. 54].

2.4 Recapitulatie vraag- en aanbodsituatie op de seniorenwoningmarkt

Senioren stellen steeds meer eisen op het gebied van huisvesting, zowel op gebouw- als op locatieniveau. Comfort, kwaliteit en representativiteit zijn daarbij de belangrijkste factoren bij een keuze. Tevens is er een vraag naar een sterke profilering waarmee onderscheid gemaakt kan worden. Marktpartijen willen hierop inspelen en ontwikkelen concepten. Als gevolg hiervan richten vele marktpartijen zich op bepaalde segmenten in de markt, waardoor, door een specialistische insteek (zorg en/of dienstverlening), getracht wordt zich te onderscheiden van concurrerende marktpartijen. Doordat de seniorenmarkt heterogeen is en de huidige woning kwalitatief goed is, heeft de klant de mogelijkheid te wachten op het 'juiste moment'. Uiteraard heeft de gezondheidssituatie hier invloed op en de waardering van de huidige woonsituatie. Het gevolg is dat het aanbod gedifferentieerder wordt en meer toegespitst wordt op de specifieke wensen van de toekomstige gebruiker(s). Senioren kunnen dus in de toekomst steeds vaker kiezen uit verschillende vormen en typen concepten. Dit maakt het aantrekken en behouden van senioren voor een bepaald concept moeilijker. Dit komt ook doordat er een trend waar te nemen is van individuele verantwoordelijkheid na de collectieve verantwoordelijkheid van voorheen. Het wordt dus steeds belangrijker om precies te weten wat de doelstellingen, wensen en eisen zijn van de gebruikers ten aanzien van het seniorenwoningobject. Samenvattend uit het voorgaande kunnen de volgende aspecten opgesomd worden die voor dit onderzoek relevant zijn te noemen (zie figuur 2.2 volgende bladzijde).

Figuur 2.2: Vraag en aanbodfactoren die bepalend zijn voor een implementatiestrategie.



Bron: *Eigen illustraties, 2004.*

2.5 Het ontwikkelproces van seniorenwoningen

Het toepassingsgebied van de implementatiestrategie ligt vanzelfsprekend in het ontwikkelproces. In diverse stadia zullen diverse besluitvormingsacties ondernomen kunnen worden. In de beginfase van een project zal de nadruk moeten liggen op het in kaart brengen van de vraag, in de eindfase ervan zal de nadruk liggen op het komen tot verkoop van het product. In de volgende paragraaf zullen aspecten van het ontwikkelproces aan bod komen die toegepast kunnen worden in de implementatiestrategie. Voordat dit mogelijk is moet het ontwikkelproces ontleed worden. Omdat elke marktpartij haar eigen werkwijze hanteert en elk project uniek is, kan er nauwelijks gesproken worden over een standaardproces. Van een standaardproces voor het ontwikkelen van een seniorenwoning kan alleen bij benadering besproken worden. Met het analyseren van het ontwikkelproces wordt antwoord gegeven op het tweede deel van de eerste onderzoeksvraag:

Onderzoeksvraag 1. *Hoe is de vraag- en aanbodsituatie van seniorenwoningen in Nederland en hoe voltrekt zich het woningontwikkelproces?*

2.5.1 Actoren in het ontwikkelproces

De belangrijkste partijen bij de ontwikkeling van seniorenwoningen zijn de gemeente, de projectontwikkelaar/woningcorporatie, het Rijk en de Provincie en uiteraard de gebruiker. Hieronder zullen de verschillende partijen kort worden getypeerd. De gebruiker komt ruim aan bod in de volgende hoofdstukken.

◆ *De gemeente*

De gemeente heeft volgens Grondwet artikel 21 een rol in de bevordering van voldoende huisvesting [Van Buuren, 2002, p. 4]. Om nieuwe bewoners naar een gemeente te trekken, moeten woningen worden gerealiseerd waar deze bewoners zich kunnen vestigen. Zeker gezien de dubbele vergrijzing komt in toenemende mate deze verantwoordelijkheid en regierol bij gemeenten te liggen. Deze wettelijke taak geeft de gemeente het recht om een belangrijke rol te spelen bij het ontwikkelen van woningen. De rol van de gemeente komt op twee manieren tot uiting. In de eerste plaats als publieke partij. De taken die hierbij horen zijn, betreffen het vaststellen van bestemmingsplannen, het afgeven van bouwvergunningen, maken van milieuvorderingen e.d. De gemeentelijke taken zijn vastgelegd in de Wet op de Ruimtelijke Ordening (WRO). In de tweede plaats als 'private' partij. De gemeenten treden op als ontwikkelaar van het bestemmingsplan. De benodigde gronden worden aangekocht, de ontwikkelingsterreinen worden bouwrijp gemaakt, er wordt infrastructuur aangelegd en vervolgens wordt de grond uitgegeven. Gemeenten zijn dus verantwoordelijk voor lokale woonplannen, het welzijn en de Wvg-voorzieningen. In veel gevallen is de gemeente daarom de natuurlijke regievoerder voor wonen, zorg en welzijn op lokaal niveau, die de desbetreffende betrokken partijen bij elkaar brengt en richting geeft aan hun inspanningen [VROM, 2004c]. Zeker gezien de omvangrijke bouwopgave van seniorenwoningen is er een plicht voor gemeenten om het initiatief of de voortrekkersrol te nemen. Alleen is er nog een grote mate van terughoudendheid. Daarbij gaan kleine en grote gemeenten nog niet veel met ontwikkelaars in zee voor de ontwikkeling van seniorenwoningen. Woningcorporaties worden nog teveel als troef gezien. Om in aanmerking te komen voor gebiedsontwikkeling (vooral het duurdere segment), nemen projectontwikkelaars daarom grondposities in.

◆ *Commerciële marktpartijen versus woningcorporatie*

Commerciële woningaanbieders en corporaties zijn verantwoordelijk voor de totstandkoming van voldoende woningen [NRC, 2003, p. 11]. De commerciële marktpartijen zoals beleggers en projectontwikkelaars doen meer en meer hun intrede op de seniorenwoningmarkt, maar wel met een zekere voorzichtigheid. Een van de eisen van een ontwikkelaar is dat het project rendement oplevert dat opweegt tegen de financiële risico's en de bedrijfsdoelstellingen. Op dit punt scoort een seniorenwoningproject, gezien het tijdsintensieve karakter van een onderhandelingsproces, de binnen-/centrumstedelijke locatiewens van de doelgroep, de relatieve onervarenheid met dergelijke initiatieven en het rendement dat verkregen kan worden uit een dergelijk project, minder dan andere projecten op bijvoorbeeld uitleglocaties.

De beweegredenen van een commerciële projectontwikkelaar of belegger zijn in deze doorgaans anders dan die van een woningcorporatie. Bij de ontwikkelaar gaat het vooral om het behalen van een rendement en bij de corporatie vaak om een maatschappelijk dan wel economisch beleidsmotief, een vaste winstbestemming onafhankelijk van de bron (voornamelijk herinvesteren in de woningvoorraad). Corporaties bestemmen hun winst niet om deze uit te delen of om verzekeringen of pensioenrechten te dekken. Corporaties verkopen niet primair om rendement op hun investering te maken – zoals beleggers – maar om hun voorraad laaggeprijsde huurwoningen in stand te kunnen houden en in kwaliteit te laten toenemen. En zij verkopen om hun klanten meer keuze te bieden. Verkoop betekent dus geen achteruitgang maar vernieuwing van de voorraad. Naast hun doelstelling hebben corporaties een tweede kenmerk dat hen significant onderscheidt van beleggers en projectontwikkelaars. Dat is hun - historisch gegroeide - lokale binding, hun duurzame worteling en hun blijvende verantwoordelijkheid voor de huisvesting van mensen in de plaats waar zij gevestigd zijn of regio waarin zij opereren. Dit schept niet alleen lange termijn verplichtingen voor het wonen, maar ook voor de huisvesting van andere activiteiten en de leefomgeving [Bijzendijk en Hoff, 2002, p. 12]. Ongeacht deze verschillende belangen, de roep om actieve participatie en de voordelen die in de seniorenwoningmarkt te signaleren zijn, blijft het rustig op de markt en komen samenwerkingsverbanden nauwelijks voor.

◆ *Rijk en provincie*

De rijksoverheid is op verschillende manieren betrokken bij de ontwikkeling van seniorenwoningen. Het Rijk heeft ook een rol in het bevorderen van voldoende huisvesting volgens de Grondwet, waarmee ook voor senioren. Daarnaast heeft het Rijk een taak om ruimtelijke ordening te regelen. Deze taken worden door wetten, regelingen en financiële ondersteuning verwezenlijkt.

Over de ruimtelijke ordening worden allerlei wetten, regelingen en procedures gemaakt, die ruimtelijke ordening in goede banen moeten leiden. De belangrijkste wet op dit gebied is de Wet op de Ruimtelijke Ordening. Daarnaast is er nog een aantal milieuwetten. In al deze wetten staan voorschriften en procedures waan de gemeenten zich moeten houden bij het wijzingen van een bestemming. Ook probeert het Rijk een inschatting te maken van de benodigde aantallen woningen [VROM, 2004c].

Het Rijk biedt allereerst voor verschillende regio's informatie over de huidige stand van zaken op het gebied van wonen, zorg en welzijn en de te realiseren opgave. Niet als blauwdruk maar als indicatie van de omvang van de regionale opgave. De rijksoverheid is 'systeemverantwoordelijk' ofwel verantwoordelijk voor het systeem van wet- en regelgeving, de verdeling van de verantwoordelijkheden en dergelijke [Hopstaken, 2004, p. 11]. De uitvoering vindt decentraal plaats. Hiervoor zijn prestatieafspraken gemaakt. De ministeries van VROM en VWS werken nauw samen om zo gunstig mogelijke voorwaarden te creëren om de doelstellingen voor wonen, zorg en welzijn te halen, maar bij de uitvoering worden de uitvoerende partijen door wet- en regelgeving belemmerd. De vooral juridische insteek van vele instanties kan ontmoedigend werken en daardoor het realiseren van maatschappelijk gewenste ontwikkelingen beperken [Woonzorg Nederland, 2003, p. 2].

De provincie heeft een geheel andere rol. Vooral vanuit het ruimtelijke beleid zijn de provincies bezig met de planning van woningen. Dit komt tot uiting in het streekplan van de provincie. Hierin worden locaties aangegeven waar ontwikkeling van woningen is toegestaan (contingenten). Een van de taken van de provincie is een schatting maken van de ruimte die nodig is voor de ontwikkeling van deze woningen. Deze schattingen worden doorgegeven aan het Rijk. Daarnaast kunnen provincies een stimulerende, aanjagende en faciliterende rol vervullen [VROM, 2004c].

2.5.2 *Fasering van het ontwikkelproces van seniorenwoningen*

Met betrekking tot de ontwikkeling van woningen zijn er in Nederland twee soorten benaderingen. In de eerste plaats de top-down benadering, ofwel de traditionele planologische benadering. In het kader daarvan worden bestemmingsplannen opgesteld op basis van de ruimtelijke indeling van Nederland als geheel, van een individuele regio of een stad. Op de beleidsdoelstellingen van de gemeentelijke overheden wordt geanticipeerd door commerciële marktpartijen door de verwerving van gronden, al dan niet speculatief. De andere benadering is een bottom-up benadering.

De aandacht in deze paragraaf gaat uit naar het traditionele top-down ontwikkelproces, omdat in de meeste gevallen het ontwikkelproces op een dergelijke wijze verloopt. Het bottom-up proces wordt daarom verder buiten beschouwing gelaten.

Het ontwikkelen van een woonlocatie is een complexe aangelegenheid. Dit geldt zeker voor woonlocaties voor senioren. Op bedrijfsniveau worden uitgangspunten en doelstellingen geformuleerd die passen binnen de bedrijfsvisie. Vervolgens gaan de ontwikkelaars aan de slag bij de verwerving, stedenbouwkundigen aan de slag om een ontwerp te maken en planeconomen berekenen de financiële haalbaarheid binnen de kaders van het vigerende bestemmingsplan. Dit proces gericht op de ontwikkeling van seniorenwoningen omvat een groot aantal haken en ogen. In dit kader wordt volgende fasering gehanteerd: initiatief, planvorming, realisatie en exploitatie.

◆ *Initiatief*

In de initiatieffase gaat het in de allereerste plaats om het beslissen of 'hét' wel of niet als project zal en kan worden aangepakt, én om een nadere specificatie van dat 'hét' [Wijnen, 1999]. Deze definitie is belangrijk omdat het onduidelijk is in de procesbeschrijving wanneer en waar het initiatief genomen wordt. Op basis van deze definitie kan worden vastgesteld dat initiatieven hun oorsprong vinden in ruimtelijk- en sociaal economische plannen. Hierbij wordt aan de hand van marktonderzoeken, gekeken naar de sterke punten (op basis van trends en ontwikkelingen) en naar waar de kansen liggen binnen het marktgebied. Hieruit kunnen ontwikkelingsvisies voortvloeien met betrekking tot het ontwikkelen van vastgoedobjecten, in dit geval woningen bestemd voor senioren.

De initiatiefnemers die bouwen voor senioren hebben de doelgroep voor ogen en weten wat voor type locatie daarbij hoort. Deze visie moet omgebouwd worden tot een uitvoerbaar plan. Er zal onderzocht moeten worden welke functies, in welke klassen tot welke opbrengsten gerealiseerd kunnen worden. Meestal worden hiervoor marktonderzoeken gebruikt, al dan niet door externen, uitgevoerd. De initiatieven op de seniorenwoningmarkt zijn echter nogal schaars en de overheid pleit al jaren voor het zelfstandig wonen voor senioren, maar doet weinig om dit goed mogelijk te realiseren. Er bestaat namelijk een afstand tussen het woonzorgbeleid en de uitvoering op lokaal niveau. Gemeenten zijn of eeuwig bezig met beleidsnotities of zeggen geen goede locaties te hebben of stellen geen bestemmingsplan vast voor seniorenhuisvesting [Diekman & Soro, 2004, p. 16].

De interesse is er vaak wel, maar door capaciteitsproblemen, geen beleid hebben, terughoudendheid, gebrek aan bereidwilligheid, komen ontwikkelingen moeizaam van de grond.

Wanneer de interesse wel omslaat in daadkracht, wordt binnen de seniorendoelgroep vervolgens onderzocht aan welke voorwaarden huisvesting moet voldoen. Hierbij kan onderscheid gemaakt worden naar enerzijds beperkende (regulerende) voorwaarden zoals milieuzonering, aanwezige voorzieningen, infrastructuur enzovoorts. Anderzijds zijn er stimulerende voorwaarden: welke eisen stelt de doelgroep aan de woning, woonomgeving en hoe kan daar optimaal mogelijk op ingespeeld worden?

Hierbij kan gedacht worden aan de eisen met betrekking tot stedenbouwkundig ontwerp, architectuur, verkaveling, voorzieningen nabij de woning, inrichting van de woning, voorzieningen in de woning, de inrichting van een dienstverleningspakket enzovoort. Dit alles kost tijd, want senioren kunnen niet zomaar ergens geplaatst worden en doen dit ook niet als de middelen en omstandigheden hier zich voor lenen. Een tweede uitgangspunt is meestal te vinden in de prijsvorming. Een van de methoden om een aantrekkelijk investeringsklimaat te ontwikkelen is uiteraard de prijs aan te passen, waarbij de prijzen die concurrerende partijen hanteren van belang zijn voor het specifieke onderscheidende vermogen. Bij senioren is dit echter lang niet altijd het geval. Veelal is het van belang dat er op kwaliteit geconcentreerd wordt door middel van de onderscheidende gebruikers - cq. locatiewaarde als aantrekkingskracht in de strijd tegen concurrenten en om de senioren uit hun bestaande woning te lokken.

Een derde en laatste uitgangspunt is de ontwikkelingsmogelijkheid. Grondposities moeten de realisatie van de doelstellingen locatiespecifiek mogelijk maken. Dit betekent dat gemeenten, de eventuele ontwikkelaars of woningcorporaties de ruimte moeten gunnen voor initiatieven voor senioren. Dit vergt veel onderhandelingstijd en overtuigingskracht.

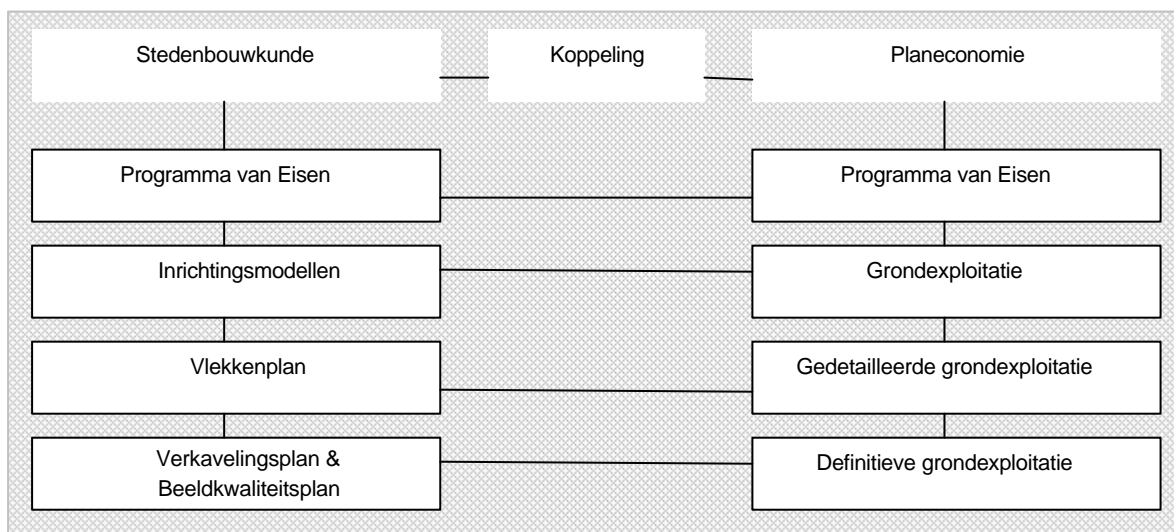
◆ *Planvorming*

In de planontwikkelingsfase ligt voor een ontwikkelaar de nadruk in eerste instantie op de stedenbouwkundige haalbaarheid en vervolgens op de financiële haalbaarheid. Bij het stedenbouwkundige (ontwerp)onderzoek gelden uiteenlopende randvoorwaarden, zoals de gekozen kwaliteitscriteria, milieu- en verkeerseisen en richtlijnen ten aanzien van grondgebruik, verdichting e.d. Het gaat daarbij in essentie om een verkenning van de stedenbouwkundige haalbaarheid van de locatie. Het uiteindelijke definitieve stedenbouwkundige plan vormt de basis voor contracten en voor het bestemmingsplan.

Vervolgens wordt ingegaan of met het stedenbouwkundige plan het project in financiële zin haalbaar is. De financiële haalbaarheid wordt namelijk grotendeels bepaald door hoe de stedenbouwkundige het plangebied behandelt.

De traditionele taken van een planeconoom bestaan uit het verrichten van haalbaarheidsstudies, het verrichten van risicoanalyses. En het opzetten van grondexploitaties. Planeconomen hebben zowel een adviserende als een toetsende rol bij het maken van het plan.

Figuur 2.3: *Koppeling Stedenbouwkunde en Planeconomie.*



Bron: *Eigen illustraties, 2004.*

Het hierboven weergegeven proces resulteert in een stedenbouwkundig plan dat de basis vormt voor het bestemmingsplan. Het bestemmingsplan is de enige planfiguur die bindend is voor de burgers en overheid. Een bestemmingsplan is verplicht voor het buitengebied (art. 10 lid 1WRO). Een bestemmingsplan is geldig voor tien jaar waarna het moet worden herzien. Er zijn drie soorten bestemmingsplannen:

- gedetailleerd bestemmingsplan – in dit plan wordt gedetailleerd vastgelegd wat wel/niet mag;
- globaal bestemmingsplan – plan dat nog niet geheel is uitgewerkt en erg grof van opzet is;
- mengkraanmodel – dit is een globaal plan met kwalitatieve begrenzingen.

Het Rijk en Provincie kunnen hier indirect invloed op uitoefenen. De gedeputeerde staten van de Provincie dienen het bestemmingsplan goed te keuren. De gedeputeerde staten hebben een advies nodig van de Provinciale Planologische Dienst (PPC), voordat zij een besluit over het bestemmingsplan kunnen nemen. In de PPC zijn verschillende organisaties vertegenwoordigd, waaronder de Inspectie Ruimtelijke Ordening van het ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer, Verkeer en Waters taat, regiodyrecties van het ministerie van Landbouw, Natuur en Visserij en regiokantoren van het Ministerie van

Economische Zaken. De verschillen de organisaties toetsen het bestemmingsplan aan het ruimtelijke beleid van het Rijk en Provincie. Op deze manier wordt er rekening gehouden met het ruimtelijke beleid van het Rijk en de Provincie. Bij de toetsing wordt gekeken naar de behoefte, locatie en de uitwerking van het bestemmingsplan [Van Gool et al., 2001, p. 53]. Zeker bij een bestemmingsverandering, van zorg in wonen, kan dit voorgaande

Een uitzonderingsregel op het bestemmingsplan is de artikel 19 procedure van de WRO. Deze procedure is veranderd in een zelfstandige projectprocedure. Het gaat hierbij om een vrijstelling van het geldende bestemmingsplan. Vaak gaat het er bij deze procedure om dat de bestemming in de toekomst zal wijzigen. Om hierop vooruit te lopen wordt er een vrijstelling gegeven. Deze vrijstelling dient wel goedgekeurd te worden [Van Buuren, 2002, p. 160]. Tot slot wordt er een architect in de hand genomen voor het ontwerp van de te realiseren woningen.

◆ *Realisatie*

De realisatiefase volgt op het vaststellen of na analyse van het bestemmingsplan [Needham, 1998]. Op basis hiervan kunnen gronden, indien nog niet verworven, worden aangekocht. Aankopen van grond kan overigens ook in een eerder stadium plaatsvinden, waarna een periode van tijdelijk beheer ingaat en de renteteller loopt. Wanneer een partij kiest voor het aankopen van grond voordat er sprake is van een bestemmingsplanwijziging kan voorkomen worden dat concurrerende marktpartijen grondposities innemen. Zodoende zijn marktpartijen zeker van toekomstige ontwikkelingsgronden. Met deze anticiperende of speculatieve aankopen worden toekomstige ruimtelijke ontwikkelingen in de hand gewerkt en wordt prijsopdrijving door gemeenten voorkomen.

Wanneer de gronden bouwrijp zijn gemaakt kan overgegaan worden tot de bouw van woningen en de inrichting van de locatie; het woonrijp maken (op basis van bouwkundige ontwerpen); de aanleg van infrastructuur. Bouwen vindt plaats bij een voorverkoop van 60 à 70%. Voorts moet zo'n twee jaar gewacht worden op de woning, want de voorverkoop begin een half jaar voor de start van de bouw [Bijvendijk, 2003, p. 45]. Een vanzelfsprekend systeem, waarbij de nieuwe woning een prijsstijging heeft na oplevering. Echter hieraan kleven door de stagnatie op de woningmarkt een tweetal nadelen. Ten eerste de dubbele woonlasten, de risico's die gedragen moeten worden van het niet verkocht zijn van de 'oude' woning, niet weten wat verkregen wordt (een papieren tekening die voor velen moeilijk leesbaar is) tegenover een aanbod van een bestaande woning die direct beschikbaar is en waarbij het voorstellingsvermogen groter is. Ten tweede nadeel van (nieuwbouw)woningen op papier is de remming op kwaliteitsontwikkeling door stereotypering van de prijs door de ontwikkelaar. Daarom zouden nieuwbouwwoningen eerst gebouwd en dan verkocht moeten worden (zoals in de Verenigde Staten) en eventueel tussentijds voor kortere of langere tijd verhuurd moeten worden. Dit levert een kwalitatief beter woonproduct op en levert een product die de consument/koper zelf kan zien en waar deze zich van de kwaliteit kan overtuigen.

◆ *Verkoop & exploitatie*

In deze fase wordt de locatie in gebruik genomen en worden de resterende gerealiseerde objecten verkocht. Binnen de recent gerealiseerde projecten blijkt de verkoop te stagneren vanwege uiteenlopende redenen. Hierop wordt in hoofdstuk 4 verder op ingegaan. Het onderhoud van de openbare ruimte wordt overgeheveld naar de gemeente. In vele gevallen wordt het onderhoud van de opstallen in een Vereniging van Eigenaren geregeld. Bij een stagnerende restverkoop wordt of afgewaardeerd of een bouwstop afgekondigd of een andere doelgroep aangeboord of in contact getreden met een belegger cq. woningcorporatie voor de verkoop

van de onrendabele top, omdat nieuwe projecten in de pijplijn zitten. De financiering vindt plaats door een financier of uit eigen vermogen.

2.5.3 *Conclusie*

In de theorie wordt uitgegaan van een lineair proces. Dit is de meest rationele manier om een planningsproces in te richten. De praktijk bestaat uit cyclische processen. Uit de procesbeschrijving blijkt dat de invalshoek markt bij seniorenwoningen een minimale aandacht krijgt, enkel aan het begin van het proces door middel van marktonderzoek. Daarnaast zijn er marketingactiviteiten te vinden in de vorm van promotie en acquisitie. Concreet wijkt het ontwikkelproces van seniorenwoningen niet af van het ontwikkelproces van ander vastgoed. Knelpunt is alleen de noodzakelijkheid en commitment. De procesbeschrijving vormt de basis voor verdere uitwerking van de implementatiestrategie. Welke activiteiten en processen zijn relevant voor woningontwikkeling in het algemeen en conceptontwikkeling in het bijzonder. Of beter: hoe kan de markt vraag optimaal beantwoord worden?

Naast de ontwikkelingen aan de vraag- en aanbodzijde in de seniorenwoningmarkt en de knelpunten en slaagfactoren in het ontwikkelproces van seniorenwoningen is het door de doelgroep gewenste product een element om tot een goede afstemming van de toekomstige markt vraag te komen. Op dit punt wordt in hoofdstuk 3 nader ingegaan.

Hoofdstuk 3 Woningmarktgedrag, verhuisgeneigdheid en woonwensen

Het bedienen van de vraag naar seniorenwoningen is minder eenvoudig dan het lijkt. Vier beperkingen kenmerken deze markt.

Ten eerste is dat van alle leeftijdsgroepen op de woningmarkt de senioren het minst verhuisgeneigd zijn. Mensen die jonger zijn dan 55 jaar, zijn doorgaans twee maal zo verhuisgeneigd als 55-plussers. Senioren maken nu eenmaal minder gebeurtenissen mee die een verhuizing noodzakelijk maken, zoals een huwelijk, gezinsuitbreiding, verandering van werk of opleiding. Bovendien zitten velen rond hun 55^{ste} op de top van hun wooncarrière. Dat verworven wooncomfort geven ze niet zomaar op. Pas als hun gezondheid achteruitgaat of als ze hun partner verliezen, wordt een verhuizing het overwegen waard.

Ten tweede is dat senioren een sterke ruimtelijke binding hebben. Als senioren al willen verhuizen, willen ze doorgaans in de hun vertrouwde omgeving blijven. Niet meer dan één procent van alle 55-plushuishoudens blijkt jaarlijks zijn gemeente te verlaten.

Ten derde is de geringe overlap tussen de koopmarkt en de zorgmarkt. Zorg is een markt voor oudere senioren en kopen een markt voor jongere senioren. Zorg vormt immers pas een verhuisreden als senioren problemen met hun gezondheid gaan krijgen, veelal rond het 70^e levensjaar. Het lastige is dat 70-plussers (nog) weinig in koopwoningen wonen. Voor aanbieders ligt in dit verband de uitdaging de vitale senioren te interesseren voor kooparrangementen, waarbij het label zorg zorgvuldig vermeden wordt en de nadruk gelegd wordt op comfort en gegarandeerde zorg die onder eigen regie opgeroepen kunnen worden.

Ten vierde bevindt zich de woonvraag van senioren voor ruim de helft in gemeenten van minder dan 50.000 inwoners. De relatief grote spreiding van de vraag in deze gemeenten en de sterke lokale binding van senioren nopen ertoe het aanbod te ontwikkelen in vele kleine projecten in plaats van een beperkt aantal grote. Bovenstaande nadelen van de seniorenmarkt zijn bepalende factoren die de (on)mogelijkheden begrenzen om aan de vraag van de senioren te voldoen. De positie van senioren op de woningmarkt wordt bepaald door de (on)mogelijkheden die zij hebben op de woningmarkt. Met het behandelen van deze materie wordt ingegaan op de tweede onderzoeksvraag van dit rapport:

Onderzoeksvraag 2. Hoe zien op hoofdlijnen de woonwensen van verhuisgeneigde senioren eruit (woning, woonomgeving, woon- en zorgdiensten) en wat is hun woningmarktgedrag en de verhuisgeneigdheid in theorie en praktijk?

Het vertrekpunt in dit hoofdstuk zijn de huishoudenskenmerken en de huidige woonsituatie van alle bovenmodale senioren. Als referentiekader gelden de alle modale senioren. De bewegings- en keuzevrijheid van senioren op de woningmarkt bepaalt hun positie, hun mogelijkheden op de markt. Dit alles komt tot uiting in het verhuisgedrag/ geneigdheid. In het tweede deel van dit hoofdstuk worden de achtergronden van het gerealiseerde en gewenste verhuisgedrag geanalyseerd. Het derde deel van dit hoofdstuk beschrijft de gewenste woonvoorkeuren naar woning, woonomgeving, locatie en diensten.

Dit hoofdstuk is als volgt opgebouwd:

- Seniorenprofiel (3.1);
- De huidige woonsituatie (3.2);
- Verhuisgedrag/geneigdheid (3.3);
- Gewenste woonsituatie (3.4);
- Conclusie (3.5).

Dit hoofdstuk heeft als doel inzicht te krijgen in de wensen van senioren met een inkomen boven modaal en van alle senioren. Op basis hiervan zal in de praktijkstudie gericht gezocht worden naar toepassingen hierop

middels woon(zorg)concepten. Aan de hand van voornamelijk het databestand van het Woningbehoefteonderzoek 2002 (WBO2002, map MOBIELEN) wordt in dit hoofdstuk de onderzoekspopulatie beschreven. Het softwareprogramma SPSS wordt gebruikt voor de analyse. Reden van de keuze voor deze onderzoekspopulatie is dat er een directer beeld gegeven kan worden van de (on)mogelijkheden om de woonwensen te realiseren binnen deze groep (verhuisgeneigde) senioren.

3.1 Seniorenprofiel

In deze paragraaf wordt allereerst ingegaan op de kenmerken van het huishouden en de micro- en macrofactoren die van invloed zijn op de wooncarrière.

3.1.1 Huishoudenskenmerken

◆ *Microaspecten en woonwensen*

De onderzoekspopulatie wordt gevormd door huishoudens in de reductiefase. Er is gekozen voor de reductiefase, omdat het woongedrag van een huishouden nauw samenhangt met de fase van de levenscyclus waarin het desbetreffende huishouden verkeert. In deze cyclus worden normaliter vier fasen onderscheiden: groei – stabilisatie – reductie – sterfte. Per fase uit de cyclus verschilt de woonbehoefte. De reductiefase, ook wel de derde levensfase of *empty nest fase* genoemd, is de fase waarin de *huishoudenssamenstelling* verandert (allereerst door het uit huis gaan van de kinderen, later door sterfte van een van de beide partners) en de overblijvende ouder(s) voor de keuze staan in de oude woning te blijven wonen of te verhuizen naar een beter passende woning al dan niet in een andere woonomgeving [Nesselaar en Knook, 2001, p. 42]. De variatie in huishoudens in de reductiefase is groot, zowel qua leeftijd als qua huishoudensgrootte en sociaal-economische omstandigheden. Een aantal kenmerken van de reductiefase zijn: inkrimping van de huishoudensgrootte, afnemende participatie in het arbeidsproces en de afname van fysieke mogelijkheden [Kottelenberg, 1988, p. 15]. Ten aanzien van dit voorgaande is naast de factor huishoudenssamenstelling de factor *leeftijd* van belang voor bepaling van de verhuiscriteria dan wel (on)mogelijkheden van de wooncarrière.

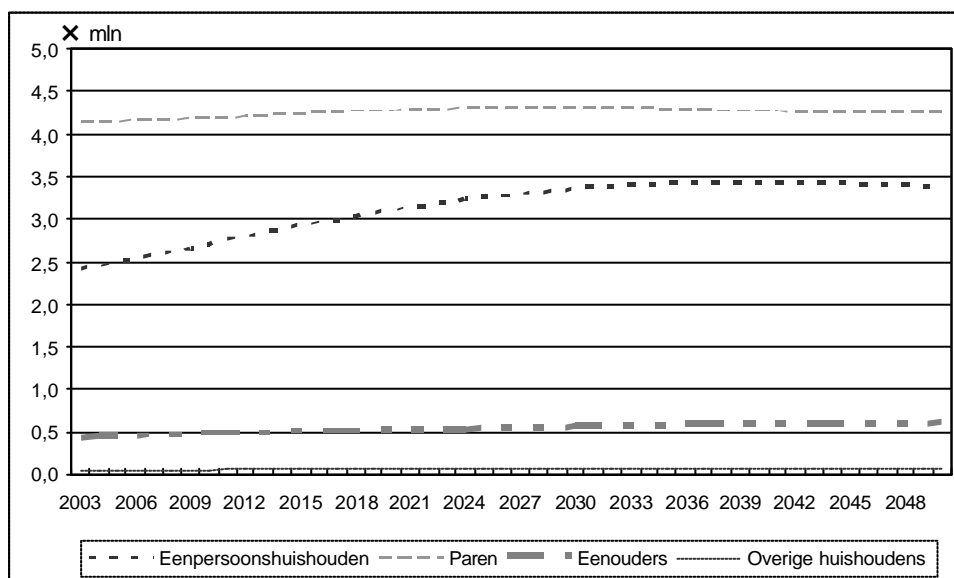
Naast deze verandering in huishoudenssamenstelling en leeftijd speelt het *inkomen* ook een bepalende rol in de (on)mogelijkheden om de woonsituatie aan te passen aan de aspiraties. Wensen kunnen namelijk gerealiseerd worden wanneer het inkomen dat toelaat [Teule, 1996, p. 23]. De huishoudens met hoge inkomens weten zich in het algemeen meester te maken van de meest gewaardeerde courante woningen, terwijl de lagere inkomens genoeg moeten nemen met de minder gewaardeerde incourante woningen. Deze 'ijzeren wet van de woningmarkt' [Priemus, 1994] houdt in dat lagere inkomensgroepen minder mogelijkheden hebben om een woning te vinden die past binnen hun wensbeeld. Dit perspectief wordt gespiegeld door de mogelijkheden van inkomensverbetering. Hierbij wordt de hoogte van het inkomen indirect bepaald door het opleidingsniveau.

◆ *Macroaspecten en woonwensen*

Naast de microaspecten als inkomen, huishoudenssamenstelling en leeftijd zijn ook *macrofactoren* als sociaal-culturele, demografische als sociaal-economische veranderingen van invloed op de woonwensen van senioren op de woningmarkt. Met betrekking tot *sociaal-culturele veranderingen* kan gedacht worden aan veranderende normen en waarden cq. opvattingen over huishoudens, arbeid(sverdeling), wonen en leefstijlen. Voorbeelden van *opvattingen over huishoudens* zijn de toenemende afwijking van het traditionele gezin, de toename van het aantal alleenstaanden, bewust ongehuwd en echtscheidingen als gevolg van

veranderingen in het denken over kindertal, huwelijk en zelfstandigheid [Sogelée & Brouwer, 2003, p. 28-32] & [VROM, 2004b, p. 152 en 155]. Dit indiceert een groeiende verscheidende vraag naar woonruimten. Voorbeelden van *opvattingen over werk* zijn de toenemende verdeling van geld en vrije tijd, de stijgende arbeidsparticipatie van de vrouw en daardoor de toenemende tijdruimteproblemen [De Haan et al., 2001, p. 21 en 22]. Voorbeelden van *opvattingen over wonen en leefstijlen* zijn de positioneringen van gelijkgestemden op basis van een individuele oriëntatie door onderzoekbureaus als The Smart Agent Company en Motivaction. Voor de afstemming van vraag en aanbod in de woningmarkt weegt het belang van de emotionele factor in consumentengedrag steeds zwaarder [Hagen, 2002, p. 36]. Aan de hand van de waarden en normen van de afzonderlijke belevingsgroepen kan worden bepaald welke maatregelen nodig zijn om de woning, woonomgeving en woon(zorg)diensten af te stemmen op de wensen van de huidige en toekomstige leefstijlen [Van der Schaaf, 2002, p. 42]. De belevingswaarde voegt een grote waarde toe aan de identiteit van een individu. Hoe krachtiger een product aansluit op de individuele behoeften, des te groter de bijdrage is aan de bepaling van de woonbehoefte en het keuzegedrag op de markt van een bepaalde doelgroep (in dit geval senioren). Dit laatste vraagt om nuancering, want de invloed van de moeilijk meetbare factor leefstijl op verhuisgedrag is niet bewezen. *Demografische veranderingen* zijn de trends vergrijzing, ontgroening, migratie en de groei van het aantal huishoudens door de toename van het alleenstaanden/eenpersoonshuishoudens (zie figuur 3.1).

Figuur 3.1: *Huishoudensprognose tot 2050.*



Bron: CBS, 2004.

Sociaal-economische veranderingen ten slotte zijn de toename van het aantal tweeverdieners en de behoefte aan meer ruimte en kwaliteit.

3.1.2 Leeftijd en huishoudenssamenstelling

De onderzoekspopulatie, senioren met een bovenmodaal inkomen, bevestigt het beeld van de gehele seniorendoelgroep naar leeftijd en huishoudenssamenstelling uit de theorie zoals weergegeven in tabel 3.1. Het zwaartepunt van de leeftijdsgroepen van deze respondenten met een bovenmodaal inkomen, uiteenlopend van de leeftijds groep tussen 65 en 75 jaar (27,1%) en de 75-plussers (14,0%), ligt op de groep 55-64 jaar (59,0%). Naar huishoudtype ligt het accent onder alle groepen in de seniorenleeftijd op het tweepersoonshuishouden (54%). Naarmate de leeftijd hoger is, neemt relatief het aantal alleenstaanden toe

(43,5% van het totaal). Onder de 55-74 jarigen bevindt zich een beperkt aantal gezinshuishoudens met kinderen (toekomstige *empty nesters*). Onder de senioren met een bovenmodaal inkomen zijn er overwegend meer samenwoners (67,4%). Ten opzichte van het hiervoor beschreven seniorensegment ligt het zwaartepunt van de leeftijdsgroepen van alle senioren minder op de groep 55-64 jarigen (41,5%). Het aantal 64-75 jarigen en 75 plussers is zwaarder vertegenwoordigd bij alle senioren (zie tabel 3.1). Bovenmodale senioren zijn dus veel jonger in vergelijking tot de modale seniorendoelgroep en bestrijken veertig procent van de gehele seniorenpopulatie in Nederland.

Tabel 3.1: *Seniorenpopulatie naar leeftijd, 2002.*

Leeftijd	Absolute totaal senioren	Absolute totaal bovenmodale senioren	Totaal senioren in %	Totaal bovenmodale senioren in %
55-64jaar	1.020.570	575.050	41,5%	59,0%
65-74 jaar	775.689	263.843	31,6%	27,0%
75+jaar	660.538	136.494	26,9%	14,0%
Totaal	2.456.798	975.388	100%	100%

Bron: WBO2002, 2002.

3.1.3 *Inkomen*

Ook naar inkomensniveau is er sprake van een opmerkelijke verdeling over de verschillende inkomensgroepen. Circa 32,1% van de senioren kent een inkomen beneden het minimum. Een vierde behoort tot de inkomensgroep beneden modaal. 45% van de ondervraagde senioren uit de onderzoekspopulatie van WBO2002 heeft een bovenmodaal tot hoog inkomensniveau (zie tabel 3.2). Naarmate senioren ouder worden neemt het huishoudinkomen af.

Tabel 3.2: *Seniorenpopulatie naar huishoudinkomen, 2002.*

Huishoudinkomen	Percentage senioren	Huishoudinkomen	Percentage bovenmodale senioren
Beneden sociaal minimum	9,1%		
Beneden minimum	23,0%		
Beneden modaal	28,2%		
Tot 1,5 keer modaal	17,8%	Tot 1,5 keer modaal	44,8%
Tot 2 keer modaal	9,2%	Tot 2 keer modaal	23,2%
Tot 3 keer modaal	7,1%	Tot 3 keer modaal	18,0%
> 3 keer modaal	5,5%	> 3 keer modaal	14,0%
Totaal	100,0%	Totaal	100,0%

Bron: WBO2002, 2002.

Vanzelfsprekend komt het inkomen vooral voort uit een AOW al dan niet aangevuld met een pensioenuitkering. Van de senioren in de leeftijdsgroepen van 65-74 en 75+ jaar, ontvangt bijna een vijfde van de respondenten (16,3%) alleen een AOW-uitkering. Ruim 81% ontvangt naast de AOW-uitkering een aanvullend pensioen. Daarnaast nog eens 23% van de senioren in de leeftijd 55-64 jaar een VUT of prepensioenuitkering. Een groot deel van de seniorengroep 55-64 jarigen heeft een hoog inkomen door betaald werk.

3.1.4 Hypotheek

◆ Seniorendoelgroep

Van alle senioren met een koopwoning heeft 66,4% één of meer hypotheek (respectievelijk 58,6% en 7,8%). Onder de gehele seniengroep heeft het grootste deel (drievierde) van de senioren een nog kortlopende hypotheek met een bedrag van minder dan Hierdoor liggen de maandelijkse hypotheeklasten voor een groot deel (47%) van alle senioren tot €300,- per maand, 12,9% ligt tussen de €300-€399,- per maand, 12,5% ligt tussen de €400-€499,- per maand en zelfs 27,6% betaalt €500,- of meer hypotheek per maand. Vooral de 75-plussers betalen weinig hypotheeklasten per maand en 55-64 jarigen hoge hypotheeklasten per maand. 37,6% van de 55-64 jarigen betaalt €500,- of meer hypotheek per maand.

◆ Senioren met een bovenmodaal inkomen

Van de senioren met een inkomen boven modaal heeft 77,2% een of meer hypotheek (respectievelijk 66,2% en 11,0%). In vergelijking tot alle senioren zijn de hypotheeklasten van de senioren met een bovenmodaal inkomen absoluut gezien iets hoger. Dit komt enerzijds omdat de hypotheekduur iets hoger ligt en anderzijds omdat het hypotheekbedrag gemiddeld hoger ligt voor de senioren met een inkomen boven modaal (zie tabel 3.3). Het maandelijks te betalen hypotheekbedrag ligt bij deze senioren om die redenen dan ook hoger. 39,8% van de bovenmodale senioren betaalt tot €300,- per maand, 13,0% ligt tussen de €300-€399,- per maand, 14,2% ligt tussen de €400-€499,- per maand en zelfs 33,0% betaalt €500,- of meer hypotheek per maand. Dit geldt eveneens voor alle senioren voor vooral de senioren in de leeftijd van 55-64 jaar.

Tabel 3.3: Hypotheekgegevens van alle senioren en senioren met een bovenmodaal inkomen, 2002.

Hypotheek-duur	Senioren	Bovenmodalen	Hypotheekbedrag	Senioren	Bovenmodalen
0-9 jaar	41,8%	41,2%	Tot €50.000,-	41,5%	34,2%
10-19 jaar	28,1%	28,1%	€50.000-€99.999,-	32,1%	34,2%
20-29 jaar	22,4%	23,2%	€100.000-€149.999,-	14,1%	17,1%
>30 jaar	7,7%	7,5%	€150.000-€199.999,-	6,0%	7,2%
			€200.000 en meer	6,3%	7,2%

Bron: WBO 2002, 2002.

3.2 Huidige woonsituatie

In deze paragraaf komen de kenmerken van de huidige woonsituatie aan de orde, waarna de mate van belangrijkheid van de woning- en woonomgevingskenmerken in beeld gebracht zullen worden. Er worden van zowel alle senioren als van de senioren met een bovenmodaal inkomen gegevens getoond.

3.2.1 Eigendomsvorm

◆ Seniorendoelgroep

De eigendomsverdeling van alle senioren tussen huurders en eigenaar-bewoners is 48% huur en 52% eigenwoningbezit (zie tabel 3.4). Ten aanzien van de feitelijke verdeling (45,4% huur en 54,6% koop) over alle bevolkingsklassen kan geconcludeerd worden dat senioren meer huren dan kopen dan de gehele bevolking.

Tabel 3.4: Huidige woningtype naar leeftijdscategorie en eigendomsvorm, 2002.

Woningtype	Totaal alle senioren absoluut	Totaal bovenmodal en absoluut	Totaal alle senioren in %	Totaal bovenmodal en in %	Bovenmodalen		
					55-64jr.	65-74jr.	75+jr.
EM	144.225	75.344	5,9%	7,7%	5,8%	8,5%	14,3%
EE	1.030.172	605.604	41,9%	62,1%	69,3%	58,5%	38,7%
HM	642.822	132.845	26,2%	13,6%	8,9%	15,5%	29,9%
HE	639.578	161.595	26,0%	16,6%	16,0%	17,5%	17,1%
Totaal	2.456.798	975.388	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Bron: WBO2002, 2002.

◆ *Senioren met een bovenmodaal inkomen*

Onder senioren met een bovenmodaal inkomen is het eigen woningbezit aanzienlijk hoger dan onder de gehele seniorenpopulatie (69,8%) (zie tabel 3.4). Vooral onder de 75-plussers wordt er al relatief veel gehuurd met meer gezinnen per woning(complex).

3.2.2 Woningtype

Het merendeel van de seniorendoelgroep woont in een grondgebonden woning. Met name de 75-plussers (56%) wonen in een grondgebonden woning. Dit komt nagenoeg overeen met de opbouw van de Nederlandse voorraad. De traditionele eengezinswoning is hier het sterkst vertegenwoordigd gevolgd door een flat. Het grootste deel van de grondgebonden woningen is koop. Dit geldt in sterke mate voor vrijstaande woningen en twee-onder-een-kap woningen. Alleenstaande senioren wonen vaker in een flat- of etagewoning (met lift of op de begane grond) dan meerpersoonshuishoudens. In dit patroon verandert weinig. Hetzelfde geldt voor oudere senioren (vanaf 65 jaar) ten opzichte van jongere senioren. Jongere senioren wonen steeds vaker in een eengezinswoning ten opzichte van 1990. Als deze jonge senioren echter steeds meer in hun huidige woning zullen (kunnen) blijven wonen zullen zij ook steeds meer als oudere senioren de eengezinswoningen blijven bezetten. Dan wordt de spoeling aan gewilde woningen dus dunner voor jongere huishoudens, tenzij de nieuwbouw dit kan compenseren [VROM, 2004a, p. 18]. De gestapelde woonvorm betreffen vooral huurwoningen.

3.2.3 Seniorenwonen

◆ *Seniorendoelgroep*

Van alle senioren van de onderzoekspopulatie van het Woningbehoefteonderzoek 2002 bezet 11,2% een als seniorenwoning geschikte woning, waaronder een geheel zelfstandige seniorenwoning (68,9%), een serviceflat (10,7%), een aanleunwoning (8,3%), een woonzorgcomplex (4,2%) en een overige woonvorm (7,9%). Dit betekent dat 88,8% geen seniorenwoning bewoont. Het merendeel van de senioren dat wel een seniorenwoning bewoont, is in de leeftijd van 75 jaar en ouder (zie tabel 3.7).

◆ *Senioren met een bovenmodaal inkomen*

Van de senioren met een bovenmodaal inkomen van de onderzoekspopulatie van het Woningbehoefteonderzoek 2002 bezet slechts 7,0% een als seniorenwoning geschikt bestemde woning. Als harde voorwaarde voor deze bewoning geldt vooral de leeftijdsgrens (48,5%), geen voorwaarden (34,9%), of een medische indicatie (8,9%) of een combinatie van voorwaarden (7,7%). Vooral de gewone seniorenwoning wordt goed gewaardeerd. Ten aanzien van de hele seniorendoelgroep woont dus een zeer

klein deel van de senioren met een bovenmodaal inkomen in een specifiek voor senioren bestemde woning. Maar omdat bovenmodale senioren jonger zijn, is dit verschil zonder de 75-plussers niet zo groot meer.

3.2.4 Woninggrootte

◆ Seniorendoelgroep

Van alle senioren woont ruim twee derde van de senioren in een vierkamerwoning of groter (respectievelijk 34,9% en 34,7%). Dit zijn bewoners van een eengezinswoning, villa, bungalow of landhuis. Een vijfde van de woningen betreft een driekamerwoning (21,9%). Dit zijn vooral gestapelde woonvormen. Een woning met twee kamers of minder komt onder zelfstandige wonende senioren nauwelijks voor (9%). Dit geldt vooral voor de 75-plussers. Daarnaast wonen er ook steeds meer senioren in recent gebouwde woningen, voornamelijk 75-plussers. Alleenstaanden wonen vaker in relatief kleine woningen dan de meerpersoonshuishoudens. De verschillen tussen alleenstaande senioren en meerpersoonshuishoudens zijn niet veel veranderd; beiden wonen kwalitatief steeds beter ten opzichte van enkele jaren terug.

◆ Senioren met een bovenmodaal inkomen

Senioren wonen over het algemeen in grote woningen. Senioren met een bovenmodaal inkomen zijn geen uitzondering op deze regel. Dit segment van de seniorendoelgroep woont zelfs ruimer en groter dan de modale senioren. Slechts 2,7% bewoont een woning met twee kamers of minder onder dit zelfstandig wonende seniorensegment. Respectievelijk 15,5% en ruim een derde (33,6%) van de senioren met een bovenmodaal inkomen bewoont een drie- of vierkamerwoning. Bijna de helft van dit seniorensegment (48,1%) woont in een woning met vijf kamers of meer. Dit betreft vooral de 55-64 en 65-74 jarigen. Alleenstaanden wonen vaker in relatief kleine woningen dan meerpersoonshuishoudens. De verschillen tussen alleenstaande senioren en meerpersoonshuishoudens zijn niet veel veranderd. Beiden wonen kwalitatief steeds beter.

3.2.5 Prijssegment

◆ Huur van de seniorendoelgroep

Het merendeel van de huurwoningen dat bewoond wordt door senioren, behoort tot het goedkope en betaalbare segment (63,5 tot €400,- per maand). Nog eens een vierde (21,5%) van de huurders betaalt een huurniveau van €400,- tot €500,- per maand. Het aandeel dure huurwoningen (> €500,- per maand) is met 11,8% slechts zeer beperkt vertegenwoordigd. Dit beeld komt overeen met de totale Nederlandse huurwoningmarkt, die wordt gedomineerd door de sociale woningvoorraad (76% van de totale huurmarkt is corporatiebezit) [VROM, 2004b, p.114].

Tabel 3.5: Waardeklassen naar WOZ-waarde en huurniveaus van door alle senioren en bovenmodale senioren betrokken woningen (in euro's), 2002.

	Alle senioren	Bovenmodalen		Alle senioren	Bovenmodalen
Huurniveau	Totaal	Totaal	Kooppniveau	Totaal	Totaal
Tot €300,-	24,7%	16,2%	<€199.000,-	38,4%	29,9%
€300-399,-	38,8%	31,1%	€200.000- 249.999,-	20,0%	20,3%
€400-499,-	24,6%	30,2%	€250.000- 299.999,-	11,1%	12,0%
€500,- en hoger	11,8%	22,4%	>€300.000,-	30,5%	37,8%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%

Bron: WBO2002, 2002.

◆ *Huur van senioren met een bovenmodaal inkomen*

Senioren met een bovenmodaal inkomen huren in vergelijking tot alle senioren duurdere huurwoningen. 16,2% van de huurwoningen behoort tot het goedkope (tot €300,- per maand) segment en 31,1% tot betaalbare segment (tot €400,- per maand). Het aandeel midden- en dure huurwoningen is meer vertegenwoordigd bij de senioren met een bovenmodaal inkomen. Respectievelijk 30,2% betaalt maandelijks een huur van €400,- tot €500,- per maand en 22,4% een huur van meer dan €500,- per maand.

◆ *Koop van de seniorendoelgroep*

De huidige waarde van de woning is niet meer recht evenredig over de verschillende waardeklassen verdeeld. Binnen de seniorengroep kent ruim een derde (38,4%) van de eigen woningen een taxatie- cq. verkoopwaarde tot de €200.000,-. Nog eens 20,0% kent een waarde tussen €200.000,- en €249.000,- en 11,1% is tussen de €250.000,- en €299.000,- waard. Zelfs 30,5% kent een waarde van meer dan €300.000,-. Dit bevestigt het beeld van de steeds kapitaalkrachtiger wordende seniorendoelgroep (vermogen uit eigen woningbezit) (zie tabel 3.5).

◆ *Koop van senioren met een bovenmodaal inkomen*

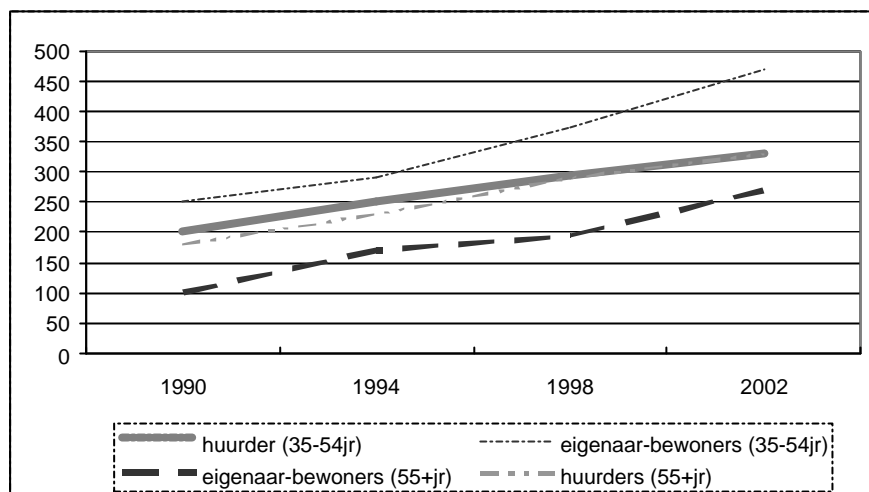
De huidige waarde van de huidige woning van senioren met een bovenmodaal inkomen is, in vergelijking tot alle senioren, over het algemeen hoger. Vooral het bovenste segment (de waarde van meer dan €300.000,-) is zwaarder vertegenwoordigd.

3.2.6 *Woonlasten*

De netto woonlasten van huurders bestaan uit de basishuur van de woning, eventueel verminderd met individuele huursubsidie. De netto huurlasten zijn tussen 1990 en 2002 fors toegenomen, nominaal voor senioren met € 150,- per maand. Teruggerekend in prijzen van 1990, betekent dat een reële toename van 33% voor alle senioren. De huurlasten van senioren boven 65 jaar zijn meer toegenomen dan die van jongere senioren. Dit komt door de toename van de bezetting onder de eerstgenoemde groep in specifieke seniorenwoningen, die vaker van recentere datum zijn en daardoor duurder. Het aandeel van het inkomen dat senioren aan nettohuurlasten kwijt zijn, is gedaald, hetgeen erop duidt dat de groei van het inkomen van senioren een deel van de toenemende huurlasten heeft opgevangen. Ondanks de toegenomen huurlasten en huurquote is het gebruik van individuele huursubsidie (=ihs) onder senioren maar licht gestegen. Inmiddels maakt 36% van de oudere huurders gebruik van huursubsidie [VROM, 2004a, p. 26].

De woonlasten van eigenaar-bewoners zijn uiteraard anders samengesteld dan die van huurders. Hier worden de netto kooplasten gepresenteerd. Dat wil zeggen dat alleen de werkelijk gemaakte kosten worden berekend en geen rekening wordt gehouden met het investeringskarakter van de eigen woning of de 'opportunity costs' wegens alternatieve toepassingen, die vooral verband houden met het in de woning opgebouwde vermogen en de daaruit voortvloeiende opbrengsten. Verder wordt bij de berekening van de woonlasten van eigenaar-bewoners rekening gehouden met fiscale effecten van het eigenwoningbezit. De netto kooplasten voor de senioren liggen een stuk lager dan de netto lasten van huurders. Hierin komt het voordeel van het kopen op jongere leeftijd ten opzichte van huren naar voren. De investering in het verleden betaalt zich nu uit. De uitgaven op kasbasis voor een koopwoning worden lager naarmate de woonduur langer is. Enerzijds komt dit door de inflatie, die de financieringslasten in de loop van de tijd doet verminderen, anderzijds zijn de directe uitgaven voor een hypotheekvrije woning beperkt. De netto lasten van de oudere eigenaar-bewoners zijn aanzienlijk gestegen tussen 1990-2002. Reëel zijn de kooplasten met 65% toegenomen. De kooplastquote verdubbelde bijna, maar ligt nog altijd 10% lager dan voor oudere huurders (zie figuur 3.2) [VROM, 2004a, p. 26, 27].

Figuur 3.2: Netto koop- en huurlasten van eigenaar-bewoners en huurders, 1990-2002 (in euro's).



Bron: WBO 2002, 2002.

De gestegen uitgaven worden voor een aanzienlijk deel veroorzaakt doordat steeds meer senioren de hypotheek van hun woning niet hebben afgelost. Het aandeel woningen waarop nog ten minste één hypotheek rust, is toegenomen van 44% van alle senioren in 1990 tot 67% in 2002. Hieruit blijkt dat het steeds minder belangrijk voor senioren is om een hypotheek voor de start van het pensioen af te lossen.

3.2.7 Locatietype

Senioren wonen vooral in de locatietypen buiten-centrum (37%) en centrum-dorps (33%). Daarnaast kent het woningtype centrum-stedelijk relatief het grootste aandeel van de alleenstaande senioren (zie tabel 3.6). Evenals alle senioren wonen de meeste senioren met een inkomen bovenmodaal overwegend in de buiten-centrum en centrumdorps woonmilieus (respectievelijk 31,6% en 35,6%). Huurders wonen daarentegen grotendeels in de centrale delen van het woongebied.

Tabel 3.6: Woonmilieus naar leeftijd van bovenmodale en alle senioren, 2002.

	Alle senioren				Bovenmodalen			
	Totaal	55-64jr	65-74jr	75+jr	Totaal	55-64jr	65-74jr	75+jr
Centrum-stedelijk	7%	7%	8%	9%	7,5%	6,2%	7,7%	7,5%
Buiten-centrum	37%	35%	34%	38%	31,6%	31,1%	30,7%	31,6%
Groen-stedelijk	13%	13%	13%	13%	14,5%	14,1%	14,7%	14,5%
Centrum-dorps	33%	34%	35%	31%	35,6%	36,7%	36,3%	35,6%
Landelijk wonen	10%	11%	10%	9%	10,9%	11,9%	10,5%	7,3%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Bron: WBO2002, 2002.

3.2.8 Voorzieningen in/aan de woning

In overeenstemming met wat in hoofdstuk 2 en paragraaf 3.2.3 beschreven is, woont slechts een zeer beperkte groep van de huidige senioren in een woonvorm speciaal bestemd voor senioren (11%). Een gelijkvloerse woning is een gangbare woonvorm voor de senioren (44,6%). Daarnaast zijn veel woningen traploos bereikbaar (75,8%)(zie tabel 3.7). Senioren met een inkomen boven modaal wonen in beter geoutilleerde woningen en maken meer gebruik van voorzieningen in/aan de woning en persoonlijke zorg/service.

Bron 3.7: Aanwezige zorg-/servicevoorzieningen in seniorenwoningen onder alle senioren en bovenmodale senioren naar leeftijdsgroep, 2002.

Woningtype	Alle senioren				Bovenmodalen			
	Totaal	55-64jr	65-74jr	75+jr	Totaal	55-64jr	65-74jr	75+jr
Seniorenwoning	11%	4,7%	11%	23%	7,0%	3,0%	8,7%	20,3%
Voorzieningen in/aan de woning	Totaal	55-64jr	65-74jr	75+jr	Totaal	55-64jr	65-74jr	75+jr
Aanpasbaar gebouwd	19,3%	11,8%	18,5%	34,4%	13,3%	8,3%	15,8%	29,8%
Receptie	1%	-	1%	2%	22,3%	2,5%	10,8%	36,2%
Alarm	4%	1%	2%	12%	28,7%	9,1%	21,7%	46,4%
Huismeester	2%	1%	2%	4%	40,5%	26,4%	38,1%	46,9%
Zorg-/service	2%	-	2%	4%	46,4%	31,4%	39,6%	53,8%
Huishoudelijke diensten	3%	1%	3%	7%	71,2%	51,5%	66,0%	78,9%
Slaap- en badkamer gelijkvloers	44,6%	38,9%	45,3%	54,7%	36,6%	28,8%	42,4%	58,2%
Woning traploos bereikbaar	75,8%	61,6%	76,3%	74,9%	84,8%	85,8%	84,7%	80,5%
Persoonlijke zorg/ service	Totaal	55-64jr	65-74jr	75+jr	Totaal	55-64jr	65-74jr	75+jr
Maaltijdservice	2%	-	1%	5%	47,7%	39,2%	61,2%	44,6%
Hulp in huishouden	19%	7%	16%	48%	60,3%	10,8%	66,0%	62,1%
Thuiszorg	4%	1%	2%	9%	11,6%	10,0%	10,0%	12,5%
Verpleegkundige hulp	2%	-	1%	5%	70,3%	-	100%	69,9%

Bron: WBO2002, 2002.

In dergelijke seniorenwoningen kan de doelstelling van langer zelfstandig wonen, ook bij een grotere beperkingmaat, lang verwezenlijkt blijven, mede door het feit dat vele woningen traploos bereikbaar zijn. Dit betreffen bijvoorbeeld kangarowoningen. Van de senioren met een bovenmodaal inkomen geeft 19,3% aan in een aanpasbaar gebouwde woning te wonen, wat wil zeggen een drempelvrije woning, met brede deuren, et cetera. Dit zijn vooral tussen- en hoekwoningen en vrijstaande eengezinswoningen. Voor slechts 50% van de senioren blijken deze aanpassingen nodig en het betreft vooral kleinere aanpassingen.

3.2.9 Persoonlijke zorg/service

Vormen van persoonlijke zorg en service zijn nog nauwelijks op de seniorenmarkt vertegenwoordigd (zie tabel 3.7). Dit betreffen vooral de huishoudelijke diensten en zorgdiensten. Onder alle senioren worden faciliteiten als een maaltijdservice (2%), thuiszorg (4%), verpleegkundige hulp (2%), huismeester (2%), alarmering (4%), receptie (1%) slechts zeer beperkt aangeboden en gebruikt bij het wonen. Uitschieter in deze is het gebruik van hulp in het huishouden. Hierin scoren de 75-plussers het hoogst en gestapelde woningen hoger dan grondgebonden woningen. Onder de senioren met een bovenmodaal inkomen worden dergelijke faciliteiten veel meer gebruikt en zijn vaker aanwezig in/aan hun woningen.

3.2.10 Woningkenmerken naar mate van belangrijkheid

Uit de voorgaande paragrafen komt een beeld naar voren van de huidige senior naar huishoudens- en woonsituatie. Om de passendheid hiervan te toetsen, wordt gradueel onderscheid gemaakt naar de mate van belangrijkheid van bepaalde woningkenmerken in de eigen woonsituatie². Het blijkt dat een degelijke kwaliteit van de woning, een gunstige zonoriëntatie, een goede zorgverlening aan huis, een goede beveiliging van de woning, een eigen buitenruimte als belangrijk worden getypeerd door de seniorendoelgroep. Deze woningkenmerken worden als het meest bepalend aangemerkt (groter dan 70%). Wanneer gekeken wordt

² Omdat het Woningbehoefteonderzoek 2002 niet voorziet in de hiervoor vereiste gegevens, wordt teruggevallen op een drietal onderzoeken, te weten: 'Woonbeleving 50+' van The Smart Agent Company (p. 57-61), 'Groeiern Forever' van J.M. Compaan (p. 51-60) en 'De Seniorenwoning bestaat niet!?' van P. van der Tuin (p. 12-18).

naar de scores van de verschillende leeftijdsgroepen onder de senioren doelgroep en eigendomsvormen, zijn geen opvallende verschillen te constateren. De aanwezigheid van een lift en een slaap- en badkamer op de begane grond ofwel een gelijkvloerse woning wordt iets belangrijker gevonden door de oudere senioren. Senioren met een inkomen boven modaal zijn hierop geen uitzondering.

3.2.11 *Woonomgevingskenmerken naar mate van belangrijkheid*

Naast de woningkenmerken spelen uiteraard de ligging van en de directe omgevingskwaliteit van de woning in op de mate van woonsatisfactie. Opvallend hierbij is dat in vergelijking tot het aantal woningkenmerken het aantal woonomgevingskenmerken dat als belangrijk wordt ervaren, veel groter is.

De sociale kenmerken met betrekking tot het leefklimaat, zoals veiligheid, privacy en rust, scoren samen met de functionele aspecten als verkeersveiligheid, loopafstand naar dagelijkse winkels, parkeergelegenheid en bereikbaarheid van de woning het hoogst. Met betrekking tot de woonomgeving ligt het accent sterk op deze functionele aspecten, zoals de nabijheid van (of inbandigheid van) dagelijkse winkelvoorzieningen en medische faciliteiten, waaronder huisarts, fysiotherapeut, apotheek, et cetera. Hier geldt ook dat senioren met een inkomen boven modaal hier geen uitzondering zijn. Ook de studies van het NVB (zoals de Thermometer huurders in profiel) ondersteunen deze toenemende mate van kwaliteitsbewustheid.

3.3 Verhuisgedrag/geneigdheid

Uit de vorige paragraaf is een profielschets, zowel in eenheid als in differentiatie, van de senioren groep voortgekomen. In deze paragraaf wordt nader op een onderdeel van de toekomstplannen ingegaan: verhuisgedrag/geneigdheid. Hierin wordt een beeld geschetst van de mate van verhuisgeneigdheid en de verhuisredenen, zowel uit theoretisch als uit empirisch oogpunt.

3.3.1 *Verhuisgedrag van senioren: theoretische noties*

Zoals reeds in de inleiding van dit hoofdstuk werd aangehaald, blijkt dat senioren relatief weinig verhuizen cq. honkvast zijn. Ten aanzien van woning- en woonomgevingskenmerken verhuizen ze om een of meer van de volgende redenen:

- kenmerken van de huidige woning en de woonomgeving;
- het oordeel van de bewoner over de huidige woning en woonomgeving;
- kenmerken van een eventuele toekomstige woning;
- het oordeel van de bewoner over de eventuele toekomstige woning;
- het afwegen van de oordelen over huidige en eventuele toekomstige woning;
- waarbij verhuizen als alternatief geldt;
- en waarbij de keuze van het alternatief onder andere afhankelijk is van persoons- en huishoudenskenmerken [Dugteren et al., 2001, p. 25].

Naast deze facetten zijn in de loop van de jaren verschillende, elkaar opvolgende, theoretische modellen over migratie en verhuizingen ingevoerd en andere redenen dan deze voorgaande aangehaald.

Het *human capital model* (Sjaasted 1961) veronderstelt dat migratie als een persoonlijke investering, een activiteit die zowel kosten op dit moment als opbrengsten in de toekomst met zich meebrengt.

Het verfijnde model van Sjaasted met behulp van de *cost benefit benadering* gaat ervan uit dat een persoon alleen verhuist als het verschil tussen huidige waarden van alle financiële opbrengsten van een alternatieve

bestemming ten opzichte van de waarden van de huidige bestemming groter is dan de kosten van de verhuizing.

Het *life cycle model* (geïntroduceerd door Rossi in 1955). Dit model veronderstelt dat de waarschijnlijkheid van een verhuizing sterk toeneemt bij de overgang van de ene naar de andere levensfase. De reden daarvoor is dat zo'n verandering ook wijzigingen in woonvoorkeuren en -behoeften met zich meebrengt. Dit resulteert in een discrepantie tussen de huidige en de geprefereerde huisvesting en wooncondities.

In de meest recente literatuur wordt veelal uitgegaan van de specificaties van het *stress threshold model* van Brown en Moore, waarin het besluitvormingsproces bij verhuizingen kan worden onderverdeeld in twee fasen. In de eerste fase voorziet de omgeving in een continue bron van stimuli waarop het huishouden reageert. Bepaalde stimuli veroorzaken stressoren voor een huishouden. De perceptie van de omgevingselementen als stressoren en de reactie op stresssituaties variëren naar huishouden. Zolang de spanning in een bepaalde situatie een zekere drempelwaarde niet overschrijdt, zal het huishouden diens behoeften aanpassen aan de omgeving of diens omgeving zo herstructureren dat deze beter voldoet aan diens behoeften. Zodoende is er geen reden om te verhuizen. Mensen die langer ergens wonen zijn weinig verhuigeneigd (*axioma van cumulatieve inertia*). Wordt de drempelwaarde wel overschreden, dan is verhuizen een serieuze optie. De tweede fase, de reallocatiebeslissing, omvat de beslissing waarheen verhuisd gaat worden. Het huishouden dient courante woningen te zoeken en te evalueren en een besluit te nemen tot verhuizing of ter plekke te blijven wonen [Brown & Moore, 1970, p. 368-381].

◆ *Resumé*

Uit het voorgaande kan geconcludeerd worden dat er verhuisd wordt als er breuklijnen zijn in de levensfase. Dit kan zich bijvoorbeeld voordoen bij pensionering of verweduwing. De modellen zeggen weinig over wie er verhuist. Er wordt wel gesteld dat er toegang moet zijn tot de woningmarkt, maar niet dat naarmate het inkomen en de opleiding hoger zijn, de mogelijkheden groter zijn. Ten slotte leidt de aandacht voor de negatieve aspecten van de woning en de positieve aspecten van de toekomstige woning niet tot een beschrijving van concrete kenmerken van die gewenste woningen.

3.3.2 *Verhuigeneigdheid: WBO 2002*

Tabel 3.9 laat zien dat de verhuigeneigdheid, zowel voor huishoudens die beslist willen verhuizen als voor degenen die een verhuizing overwegen, afneemt naarmate een hogere leeftijd wordt bereikt. Onder huishoudens met lichamelijke beperkingen is de verhuigeneigdheid groter dan onder leeftijdgenoten zonder of met slechtst lichte beperkingen (zie *verhuisredenen*).

◆ *Senioren doelgroep*

Ongeveer 14% van de senioren heeft verhuiswensen (zie tabel 3.9). Dit percentage neemt licht af naarmate men ouder wordt. In tabel 3.8 zijn de verhuiswensen onderverdeeld naar eigendomsvorm. Huurders die willen verhuizen geven massaal de voorkeur aan een andere huurwoning. Bij kopers die willen verhuizen is de voorkeur sterk leeftijdsafhankelijk: hoe ouder ze zijn, des te vaker ze naar een huurwoning willen. Het blijkt dat de groep huishoudens die van een huurwoning naar een andere huurwoning wil verhuizen toeneemt met het stijgen van de leeftijd. Twee effecten liggen daaraan ten grondslag: met de leeftijd stijgt het aandeel huurders flink en de verhuigeneigdheid onder huurders daalt in wat lichtere mate dan onder eigenaar-bewoners. Huurders willen geen verandering en willen geen verantwoordelijkheid over zorg of onderhoud. Eigenaar-bewoners willen vaker van eigendomsvorm veranderen dan verhuigeneigde huurders. Bij de groep van 65 tot 75 jaar wil de meerderheid van de eigenaren met een verhuiswens naar een huurwoning en vanaf 75 jaar is dit de overgrote meerderheid, wat wellicht te maken heeft met het aanbod.

Tabel 3.8: Aandeel huishoudens met een verhuiscens binnen 2 jaar naar feitelijke en gewenste eigendomsvorm van huishoudens in 2000 (in %).

Verhuiscens Leeftijd	Verhuiscens							Totaal ver- huis- wens	Geen ver- huis- wens	Totaal
	Van huur naar huur	Waar van goed koper	Van huur naar koop	Van koop naar koop	Waar van goed koper	Van koop naar huur	Maakt niet uit			
55-64jr	6,8%	2,3%	0,5%	4,5%	1,4%	1,6%	1,3%	14,8%	85,2%	100%
65-74jr	7,6%	3%	0,2%	1,9%	1%	2,3%	1,2%	13,3%	86,7%	100%
75+jr	8,4%	3,2%	0%	0,7%	0,4%	2,8%	0,7%	12,6%	87,4%	100%
Totaal	9%	2,6%	3,8%	6,6%	1,1%	1,3%	2,2%	22,8%	77,2%	100%

Bron: WBO2002, 2002.

Naarmate mensen ouder worden en willen verhuizen, geven ze aan dat ze vaker op zoek zijn naar een expliciet voor senioren bestemde woning. Dit wordt onderschreven door tabel 3.9. Van de verhuiscensgeneigde 75-plussers zoekt zelfs 89% een dergelijke woning, maar onder 55-64 jarigen geeft eenderde te kennen een dergelijke wens te hebben. Jonge senioren willen daarbij in meerderheid op zichzelf blijven wonen. Ook dienen woningen zowel intern als extern goed bereikbaar en toegankelijk te zijn.

Tabel 3.9: Verhuiscensplannen en verhuiscenswensen van alle senioren, 2002.

Aandeel senioren met verhuiscensplannen	Waarvan op zoek naar volledig toegankelijke woning	Waarvan op zoek naar specifieke seniorenwoning	Gewenste soort seniorenwoning			
			Zelfstandig	In complex	Geen voorkeur	
55-64jr	14%	52%	32%	49%	33%	18%
65-74jr	13%	77%	60%	34%	50%	17%
75+jr	12%	89%	83%	22%	66%	13%

Bron: WBO2002, 2002.

◆ *Senioren met een inkomen boven modaal*

Van de senioren met een inkomen boven modaal is het percentage dat wil verhuizen totaal 11,8% (zie tabel 3.10). Dat dit percentage daalt naarmate men ouder wordt, geldt ook voor dit seniorensegment.

Tabel 3.10: Verhuiscensplannen en verhuiscenswensen van bovenmodale senioren, 2002.

Aandeel senioren met verhuiscensplannen	Waarvan op zoek naar volledig toegankelijke woning	Waarvan op zoek naar specifieke seniorenwoning	Gewenste soort seniorenwoning			
			Zelfstandig	In complex	Geen voorkeur	
55-64jr	11,8%	36,7%	26,7%	57,4%	26,8%	15,7%
65-74jr	12,5%	62,7%	52,7%	30,8%	48,9%	20,3%
75+jr	10,9%	85,3%	80,3%	19,7%	63,5%	16,9%

Bron: WBO2002, 2002.

Senioren met een inkomen boven modaal hebben daarentegen een minder grote wens om in een specifieke seniorenwoning te wonen en hebben een grotere vraag naar zelfstandig wonen dan het wonen in een complex.

◆ *Zoekoriëntatie en prioriteiten*

De meeste oudere woningzoekenden willen een woning huren (70% van de senioren; vooral de oudste willen huren). De belangrijkste zoekactiviteiten van deze senioren bestaan uit het melden bij de woningbouwvereniging, het gemeentelijke huisvestingsbureau en, in minderheid van de gevallen, bij specifieke organisaties voor ouderenhuisvesting of een makelaar. De kleine groep die een koopwoning wil (22%) of geen voorkeur heeft zoekt iets actiever dan degenen die willen huren. Voor 9% van de verhuigeneigde senioren geldt dat een ingrijpende verbouwing een alternatief zou kunnen zijn voor een verhuizing. Van de senioren die willen verhuizen zegt 11% geen woning te kunnen vinden (zie tabel 3.11). Veel senioren, in het bijzonder 75-plussers, zeggen geen seniorenwoning te kunnen vinden. Andere veelgenoemde redenen waarom men nog niet geslaagd is, komen erop neer dat men geen woning zag in de buurt of woonplaats waar men wonen wil, helemaal geen geschikte woning zag of dat de geschikte woningen te duur waren. Vooral voor jonge senioren weegt de prijskwaliteitsafweging zwaar.

Tabel 3.11: *Huishoudens van 55-plussers die willen verhuizen maar niets kunnen vinden en de belangrijkste redenen naar leeftijd, 2002.*

Leeftijd	Redenen				
	Kan niets vinden (%)	Kan geen ouderen woning vinden	Geen aanbod in de buurt/plaats naar keuze	Geen woning in aanbod gezien	Woningen te duur
55-64jr	10%	13%	36%	21%	28%
65-74jr	13%	32%	33%	20%	21%
75+jr	11%	54%	25%	17%	8%
Totaal	11%	30%	32%	20%	21%

Bron: *WBO2002, 2002.*

Gevraagd naar de prioriteiten bij het zoeken naar een woning, noemen senioren de ligging en de woning. Welke van die twee uiteindelijk het belangrijkste is, laat zich moeilijk vaststellen. Immers, de vanzelfsprekendheid kan leiden tot het voorbijgaan aan het noemen van andere prioriteiten. De prijs komt als derde prioriteit uit de bus.

3.3.3 *Verhuisredenen: theorie*

◆ *Niet verhuizen*

Zoals al vermeld hebben senioren een lage residentiele mobiliteit. Ze zijn in hoge mate honkvast in plaats van verhuigeneigd. Hiervoor zijn verschillende oorzaken aan te wijzen. Er is voor senioren minder sprake van dwingende redenen om te verhuizen. Zo komen verhuizingen vanwege verandering van werkkring nauwelijks meer voor en voldoen de huidige woningen. Er is eveneens veel minder sprake van een dwingende behoefte om te verhuizen als de woning een kamer over heeft, dan wanneer de woning te krap wordt. Dit heeft te maken met de relatieve depreciatie van de woning in relatie tot een algemene welvaartsontwikkeling. De woning wordt niet als te groot ervaren. De top van de wooncarrière die het oudere huishouden op dat moment heeft bereikt, wordt daarom niet zomaar opgegeven. Een andere oorzaak voor de lagere mobiliteit van oudere huishoudens is de grote gehechtheid van senioren aan hun woning en woonomgeving. Die gehechtheid is sterker als de woonduur langer is en de betrokkenheid met de buurt

toeneemt (sociaal netwerk). De afhankelijkheid van de directe woonomgeving neemt namelijk toe wanneer de gezondheid verslechtert en de actieradius afneemt. Zowel materieel als emotioneel betekent verhuizen dan een grote opgave. Ten slotte draagt het ontbreken van geschikt woningaanbod bij aan de lage mobiliteit van oudere huishoudens. Als het huishouden wel wil verhuizen, maar een goed alternatief ontbreekt wordt verhuizing uitgesteld of er wordt zelfs van afgezien [Filius, 1995, p. 119-120].

◆ *Wel verhuizen*

Verhuizingen van oudere huishoudens die wel plaatsvinden, hebben vaak specifieke oorzaken, die vaak samenhangen met het ouder worden. Een van de redenen is het verlaten van de arbeidsmarkt. De belangrijkste reden voor senioren om te verhuizen is echter het slechter worden van de gezondheid/ beperkingmaat en de hoge leeftijd. Ook de wens om bij de familie te gaan wonen, de grootte van de woning en onderhoudsproblemen, zijn redenen om te verhuizen. Ook de mate waarin de huidige woning en de woonomgeving aansluiten bij de (veranderde) behoeften en wensen bepaalt de verhuisgeneigdheid. Een toegankelijke woning, die zonder traplopen te bereiken is, zal langer voldoen aan de woonwens dan een ontoegankelijke woning. De afwezigheid van een lift bij bewoners leidt tot een verhoogde verhuisgeneigdheid [VROM, 2004a, p. 84]. Of senioren hun voorkeuren kunnen realiseren hangt grotendeels af van het beschikbaar zijn van het juiste aanbod. Het verhuisgedrag van oudere huishoudens kan als defensief gekarakteriseerd worden. Er wordt liever niet dan wel verhuisd. De verhuisprocessen kenmerken zich door verhuizingen van groot naar klein, van koop naar huur en van eengezinswoning naar een woning specifiek bestemd voor senioren.

3.3.4 *Verhuisredenen: WBO 2002*

De genoemde verhuisredenen onderschrijven de theorie. Modale senioren die misschien of beslist willen verhuizen, geven als belangrijke verhuisredenen: de gezondheid en de wens om zorg te kunnen ontvangen (tabel 3.12 en 3.13). Dit is vooral het geval bij 75-plussers. Bovenmodale senioren geven ook vooral als belangrijkste verhuisredenen de gezondheid en de wens om zorg te kunnen ontvangen. Deze verhuisredenen zijn bij toenemende ouderdom onder de bovenmodale oudere senioren zelfs 60%.

Tabel 3.12: *Verhuisredenen van modale en bovenmodale seniorenhuishoudens die beslist of misschien willen verhuizen naar leeftijd, eigendomsvorm, 2002.*

Reden/ leeftijd	Alle senioren				Bovenmodalen					
	55-64jr	65-74jr	75+jr	Totaal	Huur	Koop	55-64jr	65-74jr	75+jr	Totaal
Gezondheid, zorg	32,6%	39,8%	43,1%	36,7%	34,9%	40,4%	12,1%	38,3%	60,0%	27,9%
Huidige woning	35,2%	31,5%	21,7%	32,6%	37,0%	23,3%	23,2%	25,7%	16,8%	26,9%
Huidige buurt	23,4%	16,1%	21,7%	20,8%	22,9%	16,3%	13,9%	10,4%	5,9%	13,9%
Werk	2,2%	-	-	1,1%	0,1%	3,4%	23,5%	2,3%	-	2,3%
Andere reden	6,5%	12,6%	8,2%	8,7%	5,0%	16,6%	27,3%	23,4%	17,3%	29,1%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Reden: woning	55-64jr	65-74jr	75+jr	Totaal	Huur	Koop				
Woning te klein	18,7%	11,8%	16,7%	16,1%	21,6%	7,9%				
Woning te groot	41,5%	52,8%	50,7%	46,4%	35,9%	62,3%				
Wil huren	1,6%	4,6%	-	2,4%	5,5%	0,4%				
Wil kopen	2,1%	1,0%	-	1,4%	2,0%	1,1%				
Andere reden	36,2%	29,9%	32,6%	33,6%	22,3%	41,2%				
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%	100%				

Reden: woonomgeving	55-64jr	65-74jr	75+jr	Totaal	Huur	Koop
De soort bebouwing	1,8%	5,3%	4,8%	3,0%	3,9%	0,5%
Slecht onderhoud van de buurt	2,8%	2,1%	11,3%	3,4%	3,9%	2,0%
Onveiligheid van de buurt	16,9%	16,4%	11,8%	16,3%	19,2%	7,7%
Bewoners	20,6%	27,0%	25,1%	22,6%	22,4%	23,3%
Veranderde samenstelling	25,2%	26,1%	9,2%	24,0%	26,1%	17,8%
Overlast stank	1,0%	-	-	0,6%	0,5%	1,1%
Overlast lawaai	8,6%	2,7%	2,8%	6,6%	6,6%	6,5%
Overlast zwerfvuil	1,0%	0,5%	-	0,8%	0,7%	0,8%
Bekladding en vernieling	-	1,2%	-	0,3%	-	1,2%
Onvoldoende voorzieningen	1,7%	2,7%	6,1%	2,4%	1,5%	5,0%
Andere reden	20,3%	16,0%	28,8%	20,0%	15,2%	34,2%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Bron: WBO2002, 2002.

Tabel 3.13: Redenen waarom senioren kozen voor woonruimte specifiek bestemd voor hen, 2002.

Reden		Percentage
Woning	Vorige woning te groot	26%
	Vorige woning was alleen met trap bereikbaar	10%
	Vorige woning was niet gelijkvloers	23%
	Vorige woning was moeilijk aanpasbaar	6%
Gezondheid	Het regelen van het huishouden werd te zwaar	8%
	Lichamelijke beperkingen	27%
	Algemene gezondheidstoestand	29%
	Bang voor gezondheid als er niemand in de buurt is	7%
Sociaal	Bang alleen thuis te zijn	2%
	Eenzaamheid	4%
Andere reden	-	31%

Bron: WBO2002, 2002.

De meest genoemde reden waarom de woning niet voldoet, is dat deze te groot is. Dit geldt vooral voor de eigen-woningbezitters. Onder jongere senioren is, afgezien van de woning, de huidige buurt ook een belangrijk verhuismotief. Daarbij kan gedacht worden aan beschikbaarheid van voorzieningen of de verkeersveiligheid, maar deze redenen worden bijna niet genoemd. Verreweg het belangrijkste zijn de veranderende buurtsamenstelling, de buurtbewoners en de onveiligheid als gevolg van criminaliteit. Dit geldt vooral voor huurders. Het veranderde sociale karakter van de woonbuurt, toenemende overlast en een gevoel van onveiligheid worden als de belangrijkste verhuisredenen genoemd. Andere redenen kunnen zijn, verdediging of het huis uit gaan van kinderen, dichtbij de kinderen willen wonen of aantrekkelijker wonen.

3.3.5 Ruimtelijke aspecten van verhuisgedrag

◆ Seniorendoelgroep

Van de modale senioren die beslist of misschien willen verhuizen heeft ruim twee derde graag een woning in de eigen woonplaats (zie tabel 3.14). Kortom naarmate men ouder wordt, wil men vaker binnen de huidige woongemeente verhuizen. Dit is in sterkere mate het geval onder de 75-plussers, vooral onder huurders. Een

klein aandeel 55-64 jarigen wil naar het buitenland verhuizen. Senioren die de gemeentegrens willen overschrijden doen dat vaak vanwege werk, familie of ander redenen [Van Dugteren et al., 2001, p. 36-37]. Jongere senioren verhuizen vaker over grotere afstand dan oudere senioren (tussen provincies). Ruim een kwart wil binnen de woonplaats naar een andere wijk. Dat zijn er, vooral onder de jongere senioren, meer dan degenen die in dezelfde wijk willen blijven wonen. Deze huishoudens zijn er kennelijk niet te zeer tegenop om elders thuis te raken en eventueel een nieuw netwerk op te bouwen.

Tabel 3.14: Geografische voorkeur van alle senioren, naar leeftijd, 2002.

Geografische voorkeur/ Leeftijd	55-64jr	65-74jr	75+jr	Totaal
Huidige woonplaats, dezelfde wijk	23,5%	29,9%	33,3%	27,9%
Huidige woonplaats, andere wijk	26,6%	25,3%	23,2%	25,1%
Huidige woonplaats, geen voorkeur	10,8%	13,3%	19,1%	13,6%
Andere plaats in Nederland	24,7%	19,4%	17,2%	21,2%
Buitenland	3%	0,7%	0,5%	1,7%
Geen voorkeur	11,9%	11,5%	6,7%	10,5%
Totaal	100%	100%	100%	100%

Bron: WBO2002, 2002.

Binnen de verschillende senioren groepen is de gewenste gemeentegrootte nagenoeg gelijk verdeeld onder de te onderscheiden categorieën (dorp of woonplaats tot 10 duizend inwoners, dorp of woonplaats tot 20 duizend inwoners, kleine stad van 20 tot 50 duizend inwoners, middelgrote stad van 50 tot 100 duizend inwoners, van grote stad van 100 duizend inwoners). Overwegend scoren onder alle leeftijdsgroepen de eerste en derde categorie het hoogst, te weten: dorp of woonplaats tot 10 duizend inwoners en kleine stad van 20 tot 50 duizend inwoners.

Bovenmodale senioren

Van alle senioren met een bovenmodaal inkomen willen, in vergelijking tot alle senioren, minder in de huidige woonplaats blijven wonen. Wel is zichtbaar dat ook senioren met een bovenmodaal inkomen naarmate ze ouder worden meer in de huidige woonplaats wil blijven wonen. Vooral de 55-64 jarige senioren hebben een verplaatsingsdrang naar een andere plaats of een andere wijk in de huidige woonplaats die de voorkeur van dezelfde wijk in de huidige woonplaats te boven gaat (tabel 3.15).

Tabel 3.15: Geografische voorkeur van bovenmodalesenioren, naar leeftijd, 2002.

Geografische voorkeur/ Leeftijd	55-64jr	65-74jr	75+jr	Totaal
Huidige woonplaats, dezelfde wijk	18,7%	24,2%	26,3%	21,3%
Huidige woonplaats, andere wijk	25,4%	27,1%	27,7%	26,2%
Huidige woonplaats, geen voorkeur	9,0%	15,1%	17,2%	11,8%
Andere plaats in Nederland	30,3%	22,5%	20,0%	26,7%
Buitenland	2,6%	1,9%	0,1%	2,1%
Geen voorkeur	14,0%	9,2%	8,7%	11,9%
Totaal	100%	100%	100%	100%

Bron: WBO2002, 2002.

3.4 Gewenste woonsituatie

3.4.1 Woningtype

◆ Seniorendoelgroep

De geuite woonwensen ten aanzien van de gewenste woonsituatie sluiten aan op de in 3.3.4 genoemde verhuisredenen naar eigendomsvorm en leeftijd. Een gestapelde woonvorm cq. appartement is het meest gewenste woningtype onder de verhuisgeneigde senioren (56,0%), gevolgd door het grondgebonden woningtype (1). De voorkeur voor woningtype 2 onder senioren die in de huidige woonsituatie huren is hoger dan onder senioren die een woning bezitten (respectievelijk 60,5% en 49,2%). Van de laatstgenoemde groep geeft ruim twee vijfde deel aan (opnieuw) de voorkeur te hebben in de nieuwe huisvestingssituatie voor een grondgebonden woning (44,2%). Senioren wensen bij toenemende ouderdom een huur- boven een koopwoning (zie tabel 3.16). Vooral onder de 75-plussers worden huurwoningen in complexen gewenst.

Tabel 3.16: Gewenste woningtype naar leeftijd, eigendomsvorm van alle senioren, 2002.

Woningtype	Totaal alle senioren	55-64jr.	65-74jr.	75+jr.
WEM	9,2%	9,4%	9,2%	6,2%
WEE	17,4%	26,1%	11,3	0,8%
WHM	49,3%	32,2%	55,1%	74,1%
WHE	24,1%	24,1%	24,4%	18,9%
Totaal	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Bron: WBO2002, 2002.

◆ Senioren met een bovenmodaal inkomen

Bron 3.17: Gewenste woningtype naar leeftijd, eigendomsvorm van bovenmodale senioren, 2002.

Woningtype	Totaal bovenmodale senioren	55-64jr.	65-74jr.	75+jr.
WEM	15,0%	14,5%	17,0%	13,1%
WEE	31,6%	41,1%	23,4%	2,5%
WHM	35,2%	24,4%	43,9%	69,4%
WHE	18,2%	20,0%	15,7%	15,0%
Totaal	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Bron: WBO2002, 2002.

Door de senioren met een bovenmodaal inkomen wordt ook in toenemende mate een huurwoning gewenst bij voortgaande ouderdom. Hoe ouder men is, hoe eerder er gehuurd gaat worden (zie tabel 3.17). De snelheid waarmee deze wens ingewilligd wordt door de individuele bovenmodale senioren is alleen lager dan onder die van de modale senioren. Dit duidt op een grotere drang onder bovenmodale senioren om langer zelfstandig alleen te willen wonen, ook in een koopwoning.

3.4.2 Seniorenwonen

◆ Seniorendoelgroep

Dat gezondheid een belangrijke factor is bij het verhuizen op hogere leeftijd, blijkt ook uit het feit dat een meerderheid van de verhuisgeneigde senioren een woning wenst die speciaal bestemd is voor senioren (59,0%). Onder de 75-plussers die willen verhuizen is dit zelfs 89,1%. Met name onder deze groep is naast de seniorenwoning, de aanleunwoning populair in wooncomplexen. Minder in trek zijn de serviceflat en het

woonzorgcomplex. Helemaal onderaan de voorkeurslijst staat de verzorgingsflat. Deze interesse in seniorenwoningen is groter naarmate senioren ernstiger lichamelijke beperkingen hebben en ouder worden.

◆ *Senioren met een bovenmodaal inkomen*

Onder de senioren met een inkomen boven modaal wordt daarentegen slechts door 40,4% een woning gewenst die bestemd is voor senioren. Dit percentage is ook onder deze seniorengroep het grootst onder de 75-plussers (80,3%). Tevens in deze groep de 'normale' seniorenwoning het meest gewenst (60,8%), gevolgd de aanleunwoning (12,5%), andere woonvorm (12,5%), serviceflat (11,0%), woonzorgcomplex (3,3%). Vooral op zichzelf staande seniorenwoningen (38,7%) worden gewenst ten opzichte van woning die behoren tot een complex (43,6%). Voor 17,7% van de bovenmodale senioren maakt dit niet uit.

3.4.3 *Woonbeelden*

Zoals gezegd, wenst ruim de helft van de verhuigeneigde senioren een speciaal voor senioren bestemde woning of woonvorm, maar een veel groter aandeel wil een goed toegankelijke woning, al dan niet bestemd voor senioren. Bereikbaarheid van de woning zonder traplopen en een gelijkvloerse woning worden belangrijk gevonden door de meeste senioren, vooral door oudere senioren (75-plussers) en senioren met lichamelijke beperkingen. Van alle verhuigeneigde senioren wil meer dan drie kwart een intern en extern toegankelijke woning en onder de 75-plussers is dat meer dan 90%. Meer dan de helft van alle verhuigeneigde senioren heeft een voorkeur voor een woning in of dicht bij het centrum van de woonplaats. Men lijkt te anticiperen op een tanende mobiliteit. Jonge ouderen (55-64 jaar) hebben naast de bestaande woonvormen andere ideeën over hoe te willen wonen. Creatieve woonconcepten moeten hierop inspelen.

3.4.4 *Woninggrootte*

◆ *Seniorendoelgroep*

De woonvoorkeur van senioren gaat hoofdzakelijk uit naar een drie- (53,3%) en vierkamerwoning (19,6%). Dit geldt voor alle senioren categorieën. Een kleine uitzondering op de regel dat het bieden van een tweekamerwoning voor senioren niet meer van deze tijd is, wordt bevestigd doordat 43,9% van de 75-plussers dit type woning wenst. Groter dan een drie- of vierkamerwoning is niet nodig, gezien de beperkte wens van vijf of meer kamers (5,2%). Het werkelijke onderscheid dient eerder gezocht te worden in luxe en aantal vierkante meter (van bijvoorbeeld algemeen het woonoppervlak en specifiek de woonkamer en de keuken) dan het aantal kamers. De gewenste gemiddelde woonoppervlakte is 90m², de gemiddeld gewenste oppervlakte van de woonkamer is 33 m² en die van de keuken is 11m². Vooral de jongesenioren hebben hierin de 'ruimste' wensen.

◆ *Senioren met een bovenmodaal inkomen*

Senioren met een bovenmodaal inkomen willen ruim blijven wonen in de gewenste woning. 10,6% wil 5 kamers of meer, 31,8% vier kamers, 48,6% 3 kamers en slechts 9,1% maar twee kamers.

3.4.5 *Eigendomsvorm*

Van de verhuigeneigden die een woning bezitten wil onder de seniorengroep 55-64 jarigen een grote meerderheid voornamelijk een grondgebonden koopwoning, terwijl onder deze groep verhuigeneigden met een huurwens vooral een gestapelde woonvorm gekozen wordt. Dit beeld versterkt zich naarmate de leeftijd toeneemt onder de eigenwoningbezitters. Tevens is er een toenemende tendens waarneembaar van een grotere huurwens en een grotere overgang naar gestapelde woonvormen.

Onder de verhuigeneigde huurders zijn er een tweetal lijnen zichtbaar. Enerzijds dat hoe hoger leeftijd is er een grotere huurwens ontstaat naar vooral gestapelde woonvormen. Anderzijds dat er een ontwikkeling

zichtbaar is dat relatief gezien een grotere koopwens ontstaat naar grondgebonden woonvorm onder de 55-64 jarigen en 65-74 jarigen. Dit is in overeenstemming met het feit dat ook senioren in toenemende mate willen kopen.

◆ *Seniorendoelgroep*

Nagenoeg drie kwart van alle senioren die op termijn wil verhuizen, geeft de voorkeur aan een huurwoning (72,8%). Dit komt overeen met de bevindingen in eerdere studies (Thermometer koopwoningen en Thermometer huurwoningen in profiel) waaruit blijkt dat de senioren groep vrij sterk op het huursegment is gericht. Van de verhuisgeneigde senioren die reeds huren, wil 93,5% opnieuw huren, terwijl 41,5% van de verhuisgeneigde eigenaar-bewoners opnieuw een koopwoning wenst. Binnen de te onderscheiden senioren groepen die een koopwoning bezitten, is er een blijvende koopwens onder de 55-64-jarigen (59,5%), terwijl de eigenaar-bewoners met een leeftijd van 75-plus in grotere getale een huurwoning wensen (69,4%). Deze trend van hoe ouder hoe vaker huren is ook zichtbaar onder de verhuisgeneigde senioren groepen die reeds huren. Onder deze senioren groepen met een huurwoning bestaat een blijvende huurwens (zie tabellen 3.18 en 3.19). Vanzelfsprekend is dat vooral onder de lagere inkomensgroepen de huurwoning het meest favoriet (87,1%) is en onder de hogere inkomensgroepen de koopwoning (53,6%). Opvallend in deze laatste groep is dat het aandeel van de huishoudens met geen specifieke voorkeur voor een koop- dan wel huurwoning groter is. Dit komt voornamelijk door het feit dat deze inkomensgroepen meer keuzemogelijkheden hebben op de woningmarkt en kiezen uiteindelijk de woning die het meest passend is bij de individuele woonsatisfactie.

Tabel 3.18: *Woonvoorkeuren van alle senioren en bovenmodalen naar eigendomsvorm, leeftijd en inkomen, 2002.*

Eigendoms vorm	Alle senioren				Bovenmodalen				<min. <modaal	Modaal	>modaal	
	Totaal	55-64jr	65-74jr	75+jr	Totaal	55-64jr	65-74jr	75+jr				
Huurwoning	72,8%	60,4%	77,9%	89,3%	53,4%	44,4%	59,4%	84,4%	87,1%	85,6%	79,1%	53,6%
Koopwoning	19,3%	30,5%	14,2%	5,4%	46,6%	55,6%	40,4%	15,6%	8,5%	8,5%	13,7%	35,1%
Geen voorkeur	7,8%	9,1%	7,9%	5,3%					4,1%	5,8%	7,2%	11,4%

Bron: WBO2002, 2002.

◆ *Senioren met een inkomen boven modaal*

De woonvoorkeuren onder senioren met een bovenmodaal inkomen zijn redelijk gelijk verdeeld over koop en huur (respectievelijk 46,6% en 54,4%). Van de verhuisgeneigde senioren met een bovenmodaal inkomen die reeds huren, wil 91,1% opnieuw huren, terwijl maar liefst 68,1% van deze verhuisgeneigde eigenaar-bewoners opnieuw een koopwoning wenst. Binnen de te onderscheiden senioren groepen die een koopwoning bezitten, is er een blijvende koopwens onder de jonge senioren (78,4%), terwijl de eigenaar-bewoners met een leeftijd van 75-plussers in grotere getale een huurwoning wensen (71,8%). De trend van hoe ouder hoe vaker huren, zoals die zichtbaar is bij alle verhuisgeneigde senioren, is minder duidelijk zichtbaar onder de verhuisgeneigde senioren groepen met een inkomen boven modaal. Onder de 55-64 en 65-74 jarigen blijft er een relatief grote koopwens bestaan. De huurwens groeit bij een leeftijd van 75-plus (zie tabellen 3.18 en 3.19).

Tabel 3.19: *Verhouding gewenste en huidige woonsituatie naar eigendomsvorm onder alle senioren en bovenmodalen, 2002.*

	Gewenst/huidig	Alle senioren		Bovenmodalen	
		Koop	Huur	Koop	Huur
Totaal	Koopwoning	41,5%	3,3%	68,1%	8,9%
	Huurwoning	43,7%	93,5%	31,9%	91,1%
	Geen voorkeur	14,8%	3,2%		
55-64jr	Koopwoning	59,5%	6,2%	78,4%	12,0%
	Huurwoning	26,8%	88,6%	21,6%	88,0%
	Geen voorkeur	13,7%	5,2%		
65-74jr	Koopwoning	34,2%	2,4%	59,7%	7,2%
	Huurwoning	48,5%	95,1%	40,3%	92,8%
	Geen voorkeur	17,3%	2,5%		
75+jr	Koopwoning	16,4%	0,2%	28,2%	0%
	Huurwoning	69,4%	98,7%	71,8%	100%
	Geen voorkeur	14,1%	1,1%		

Bron: WBO2002, 2002.

3.4.6 Prijssegment

◆ *Huurwens van de seniorendoelgroep*

Evenals de huidige woonsituatie gaat in de gewenste woonsituatie de voorkeur in het huursegment vooral uit naar goedkope en betaalbare woningen met een huurprijsniveau tot €400,= per maand. Dit geldt voornamelijk voor huishoudens woonachtig in een gestapelde woonvorm. Senioren die de voorkeur geven aan een grondgebonden woning zijn bereid een hogere huursom op te brengen (zie tabel 3.20). Een duidelijk waarneembare drempel in het verhuisgedrag is dat de nieuwe woningen vaak kleiner zijn dan de huidige woningen.

◆ *Huurwens van senioren met een bovenmodaal inkomen*

Bij senioren met een inkomen boven modaal gaat de voorkeur in het huursegment vooral uit naar middendure en dure huurwoningen met een huurprijs van meer dan €400,= per maand (zie tabel 3.20).

Tabel 3.20: *Woonvoorkeur naar huurprijsniveau en kooprijksniveau van senioren en bovenmodale senioren, 2002.*

Huurniveau	Totaal verhuiscapaciteit senioren	Totaal senioren met inkomen bovenmodaal	Koopniveau	Totaal verhuiscapaciteit de senioren	Totaal senioren met inkomen bovenmodaal
Tot €300,-	20,0%	4,0%	<€199.000,-	40,4%	23,4%
€300-399,-	38,6%	16,9%	€200.000-249.999,-	19,0%	19,8%
€400-499,-	26,0%	36,0%	€250.000-299.999,-	20,0%	18,1%
€500,- en hoger	15,4%	43,1%	>300.000,-	20,7%	38,6%
Totaal	100%	100%	100%	100%	100%

Bron: WBO2002, 2002.

◆ *Koopwens van de seniorendoelgroep*

In de koopsector is de verdeling tussen de verschillende prijsklassen van de gewenste koopwoning nagenoeg gelijk aan de verdeling van de taxatie- cq. verkoopwaarde van de huidige koopwoning. Het accent ligt vooral op de koopwoningen die in de prijscategorie liggen beneden de €200.000,- (zie tabel 3.20).

◆ *Koopwens van senioren met een bovenmodaal inkomen*

Senioren met een inkomen boven modaal wensen vooral een koopwoning in het duurdere prijssegment van meer dan €300.000,- (zie tabel 3.20).

3.4.7 *Locatietype*

Zoals reeds aangegeven, heeft meer dan de helft van alle senioren voorkeur voor een woning in of dichtbij het centrum van de woonplaats. Dit is het sterkst het geval bij de 75-plussers met hooguit lichte lichamelijke beperkingen, van wie 70% in of dicht bij het centrum van de huidige woonplaats zou willen wonen. Dit geldt ook voor senioren met een inkomen boven modaal. Deze groep wil eveneens meer in centra leven. Vooral de buiten-centrum en centrum -dorps woonmilieus worden erg gewenst (zie tabel 3.21).

Bron 3.21: *Gewenst woonmilieu van bovenmodale senioren totaal en naar leeftijd, 2002.*

Woonmilieu	Totaal bovenmodale senioren	55-64jr	65-74jr	75+ jr
Centrum-stedelijk	12,1%	11,2%	13,4%	13,5%
Buiten-centrum	25,9%	25,1%	28,0%	25,0%
Groen-stedelijk	22,5%	25,4%	16,5%	21,9%
Centrum-dorps	28,5%	27,6%	28,1%	33,6%
Landelijk wonen	11,1%	10,7%	14,0%	6,1%
Totaal	100%	100%	100%	100%

Bron: *WBO2002, 2002*

3.4.8 *Service zorgfaciliteiten*

Uit de paragrafen 3.2.10 en 3.2.11 evenals de paragrafen 3.2.8 en 3.2.9 blijkt dat wonen in combinatie met service en zorg een steeds gewenste woonvorm is. Echter wordt veel belang gehecht aan de vrijblijvendheid van deze service en zorg in combinatie met de gewenste woonvorm. De hang naar dergelijke zaken is groter onder de bovenmodale senioren. Er wordt door dit segment meer gebruikt gemaakt van de geboden diensten. De aspecten die de senioren het meest aanspreken zijn de functionele aspecten als de nabijheid van een medisch centrum, beveiliging, een oproepservice voor alarmering in de woning, een hulp in het huishouden, een huisvuildienst tot aan de deur, controle bij afwezigheid en beveiligingsmaatregelen. Het betreffen zorg- en servicefaciliteiten in de meest basale vorm. Specifiekere zaken als een huismeester, een klusjesdienst, maaltijdvoorziening, receptie, een recreatiezaal worden als minder belangrijk ervaren.

3.4.9 *Omvang van de toekomstige woningvraag*

Wanneer de mate van verhuisgeneigdheid wordt gekwantificeerd, door deze af te zetten tegen de te verwachten omvang van de seniorendoelgroep (bevolkingsprognose), blijkt de omvang van de seniorenwoningvraag ongeveer 180.153 woningen te zijn. Dit aantal zal in de toekomst aanzienlijk toenemen. Van deze woningen zullen er 40% gewenst worden door senioren met een inkomen boven modaal, want van alle senioren hebben er ongeveer twee vijfde een inkomen boven modaal. Van de 2.456.798 senioren die er in Nederland woonachtig zijn, hebben er 975.388 senioren een inkomen boven modaal. Een, ten aanzien van de gehele seniorendoelgroep, jonge groep, met veel 55-64 jarigen (59%), maar een interessant, groot segment voor Bouwfonds Property Development wel met een grote veeleisende en diverse woonvraag die moeilijk te verleiden is om naar een nieuwe woonvorm te verhuizen. Van deze groep is 11,8% verhuisgeneigd en zal nog 88,2% verleid moeten worden om voortijdig naar een andere woning te verhuizen.

3.5 Conclusies

Uit de voorgaande paragrafen kan geconcludeerd worden dat een groot deel van de seniorendoelgroep een nieuwe woningvraag op de woningmarkt gaat uitoefenen. Dat betekent dat met deze toename van senioren ook de vraag naar passende seniorenwoningen sterk gaat toenemen. Drie verschuivingen in de seniorenwoningmarkt zijn te signaleren:

Ten eerste neemt uiteraard de wens onder senioren toe om langer zelfstandig te blijven wonen. Deze wens is groter onder senioren met een bovenmodaal inkomen. Dit geldt eveneens voor de vraag naar de mogelijkheid van zorg-/servicefaciliteiten aan huis, die gekoppeld kan worden aan de vraag om langer zelfstandig te blijven wonen. Een vraag die zal toenemen, maar die zich nu nog beperkt tot de meest eenvoudige vorm onder alle senioren. Deze vraag is onder de bovenmodalen al redelijk groot.

Ten tweede kan geconstateerd worden dat vraag en aanbod steeds verder uiteen lopen. Dit vraagt om een toenemende differentiatie van woonmilieus die passend is voor de verschillende seniengroepen. Generiek element hierin is de grotere huurvraag naarmate de leeftijd toeneemt en het appartement als meest favoriete woontype. De behoefte aan deze woonvorm onder senioren groeien.

Ten derde neemt ook de vraag naar koop toe onder de seniorendoelgroep.

Ook wat betreft de woonplaats en verhuisbehoefte kunnen ontwikkelingen gesignaleerd worden. Ten eerste neemt de verhuisbehoefte verder af en wanneer er verhuisd wordt, vinden steeds meer verhuizingen in de dezelfde of aangrenzende gemeente plaats. Hiermee wordt aangetoond dat alle senioren verknocht zijn aan de huidige woonomgeving en vooral dat ze verleid moeten worden om in een nieuwe woonvorm te krijgen. Bij senioren met een inkomen boven modaal geldt dit minder.

De seniorenvraag op de woningmarkt is (en wordt) divers(er). Er is een toenemende vraag naar keuzevrijheid, omdat er verschillende groepen met verschillende wensen te onderscheiden zijn. Maar in grote lijnen is er een duidelijk generiek product te schetsen dat voldoet aan de wensen van alle senioren, ongeacht leeftijd, inkomen of huidige woonsituatie. Daarbij kan opgemerkt worden dat een woning die voor senioren geschikt is voor iedere leeftijdsgroep geschikt is.

Zoals in dit hoofdstuk aangeduid dient een woning die geschikt is voor senioren op hoofdlijnen aan de volgende woningkenmerken te voldoen:

- minimaal twee slaapkamers en maximaal drie;
- een ruime woonkamer en keuken;
- gelijkvloers;
- een bruikbare buitenruimte (qua volume, klimaat en vorm) in vorm van een terras, balkon of kleine tuin;
- voldoende bergruimte;
- alarmering cq. beveiligingsfaciliteiten;
- een gunstige zonoriëntatie;
- weinig onderhoud;
- goed bereikbaar (zonder traplopen, met lift).

Wat betreft de locatie- en woonomgevingskenmerken stellen senioren de volgende eisen:

- een centrale ligging ten opzichte van dagelijkse winkelvoorzieningen;
- een centrale ligging ten opzichte van medische voorzieningen;
- een goede bereikbaarheid van woning, naar vervoermiddel;
- voldoende rust en privacy;
- voldoende veiligheid in de directe omgeving (verkeersveiligheid en sociale veiligheid).

Bovenmodale senioren onderscheiden zich in deze diverse seniorenvraag door hun jonge leeftijd, hogere hypotheeklasten, een ruimere woonwens, meer en duurder eigendom, hogere honkvastheid/lagere verhuigeneigheid, grotere vraag naar service- en zorgdiensten en minder grote plaatsgebondenheid in vergelijking tot alle senioren. De aanbieder van diverse service- en zorgdiensten hebben als doel de veiligheid, het comfort en de verzorging te verhogen. In de seniorenmarkt in het algemeen is de dienstverlening nog nauwelijks vertegenwoordigd. Interesse is er wel. In toenemende mate wordt een beroep gedaan op hulp in het huishouden, alarmering, maaltijdservice en thuiszorg. Hierbij geldt de vrijblijvendheid van de diensten (op afroep) als voorwaarde. Bij de senioren met een bovenmodaal inkomen in het bijzonder zijn deze diensten meer ingeburgerd en worden ze meer gebruikt.

Het is echter de vraag of door aansluiting op deze kenmerken in de gewenste woonsituatie de senioren te verleiden zijn tot een verhuizing, want de kenmerken van de huidige woonsituatie spelen ook een rol. Gezien grote omvang van het segment bovenmodalen, 40% van de totale seniorendoelgroep, en de moeilijkheden die het geeft om dit segment, door de hoge honkvastheid / lage verhuigeneigheid, te voorzien in passende woonruimte, dient bekeken te worden wat deze senioren wensen en waarin de huidige woonconcepten tekortschieten. Bouwfonds Property Development dient hierop in te spelen door, met de kenmerken en de wensen ten aanzien van woning, woonomgeving en diensten van dit segment in het achterhoofd, meer gericht op en met de woonconsument passende woonproducten te ontwikkelen. In de volgende twee hoofdstukken worden de kansen evenals beperkingen op het gebied van seniorenhuisvesting verder gedefinieerd en geconcretiseerd ten aanzien van het voorstel van de implementatiestrategie.

Hoofdstuk 4 Multiple Case Study

In de voorgaande hoofdstukken is het probleemgebied omtrent de vraag- en de aanbodsituatie van seniorenwoningen vooral uit de theorie benaderd. Argumenten die pleiten voor een verhuizing naar een nieuw woonmilieu ten behoeve van de woonsatisfactie van senioren zijn naar voren gekomen in de wensen ten aanzien van woning, woonomgeving en (zorg en woon)diensten. Welke toepassingen er op het gebied van seniorenwonen zijn, gezien middels woon(zorg)concepten wordt in dit hoofdstuk behandeld. Hoe nu vorm gegeven wordt aan het ontwikkelproces van seniorenwoningen in de praktijk en welke slaagfactoren en knelpunten in dit proces bezworen liggen, staat centraal in dit hoofdstuk. Met de analyse van de praktijk wordt indirect antwoord gegeven op de derde onderzoeksvraag:

Onderzoeksvraag 3. *Hoe waarderen senioren enkele recent gerealiseerde woon(zorg)concepten en hoe zijn de senioren op grond van helder geformuleerde criteria te 'verleiden' om te kiezen voor deze concepten?*

Een direct antwoord op deze vraag zal verschaft worden door het volgende hoofdstuk in de uitwerking van de Workshops. De praktijk wordt aan de hand van een multiple case study bij aanbieders van woon(zorg)concepten (met diensten) voor senioren in beeld gebracht. De onderbouwing en de selectie van de casussen is in hoofdstuk 1 van dit rapport aan de orde gekomen. In totaal worden er in de multiple case study zes concepten behandeld waarvan er twee projecten door semi-overheidsinstellingen en vier door commerciële partijen zijn ontwikkeld (of nog in ontwikkeling zijn).

Zoals in hoofdstuk 1 werd aangegeven zijn die concepten gekozen die voor het midden en hoge segment van de seniorendoelgroep in de markt beschikbaar zijn. Informatie ten aanzien van de projecten is verkregen aan de hand van gesprekken met bij deze projecten betrokken personen en uit documentatiemateriaal.

Figuur 4.1: *De cases van de Multiple Case study.*

1	Eerbeek	Palisium	Palisium Eerbeek
2	Huizen	3 in 1	Locatie 3 in 1
3	Beesel	Senioren Woonboerderijen	Domaine de Villers
4	Rhenen	Wonen En Meer	Rhenendael
5	Rotterdam	Humanitas	Schiebroek Park
6	Zeist	Altus-Label	Finspong

Bron: *Eigen illustraties, 2004.*

Ter afsluiting zal een cross-case analyse worden gegeven. Hierin worden de positieve en negatieve leermomenten uit de afzonderlijke cases gerelateerd. De cross-case analyse geeft input aan het voorstel voor de implementatiestrategie samen met de indrukken die worden verkregen uit de resultaten van hoofdstuk 5 inzake de workshops. Dit voorstel wordt behandeld in hoofdstuk 6.

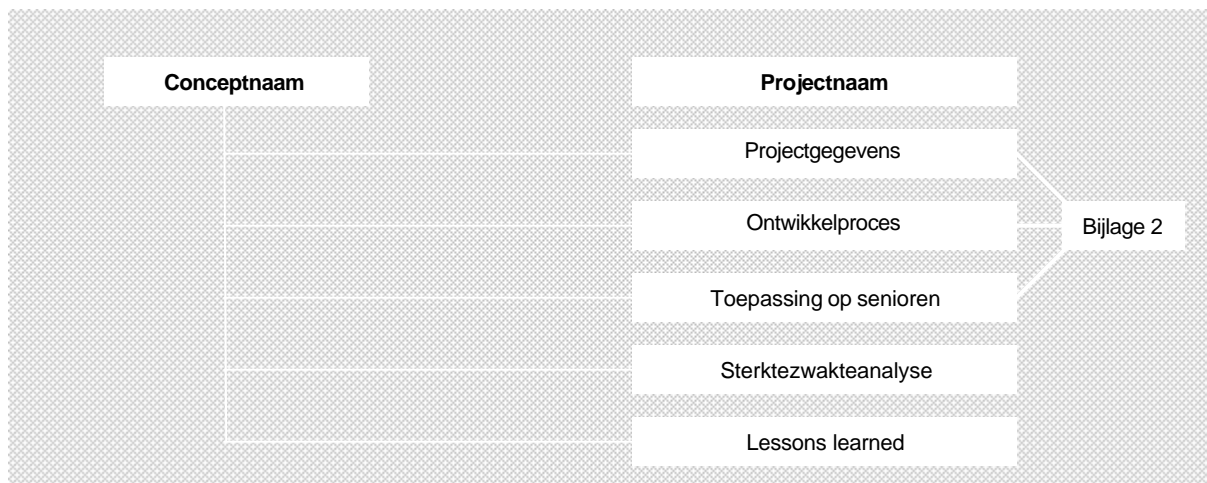
Het hoofdstuk is al volgt opgebouwd:

- Structuur en opzet van cases (4.1);
- Onderzoekresultaten (4.2);
- Cross case analyse (4.3).

4.1 Structuur en opzet van de cases

Het onderzoek is uitgevoerd aan de hand van open interviews. De reden hiervoor is, zoals reeds in de methodische aanpak van hoofdstuk 1 is aangegeven, dat op voorhand niet duidelijk is wat er uit het interview aan informatie verkregen kan worden. Ten grondslag aan de redenering ligt het feit dat uit elk concept op geheel unieke wijze en omstandigheden een projectmatig verkregen product ontwikkeld wordt (is). De verwerking van de multiple case study is dan ook beschrijvend. In de beschrijvingen van de cases zal zoveel mogelijk eenduidig te werk gegaan worden. De uitwerking van de afzonderlijke cases geschiedt aan de hand van de structuur zoals die weergegeven is in figuur 4.2.

Figuur 4.2: *Structuur uitwerking van de cases.*



Bron: *Eigen illustraties, 2004.*

Projectgegevens

De doelstelling van dit onderzoek is: het in beeld brengen van de kwalitatieve (en eventueel kwantitatieve) markt vraag naar woon(zorg)concepten voor senioren en de implementatiestrategie van woon(zorg)concepten in het ontwikkelproces van seniorenwoningen en de daarbij benodigde instrumenten. Per casus zal wat betreft de projectgegevens worden volstaan met een korte toelichting

Ontwikkelproces

Het ontwikkelproces zoals beschreven is in hoofdstuk 2, paragraaf 5 is een theoretische benadering, waarbij het vooral gaat om de beschrijving van de afzonderlijke fasen en de hoofdlijnen hierbinnen. De praktijk levert vanzelfsprekend een situationeel beeld op. Hiermee wordt bedoeld dat elk ontwikkeltraject uniek is door de context waarin het uitgevoerd wordt. Een beschrijving hiervan is van belang om vervolgens de knelpunten en slaagfactoren te begrijpen die bepalend zijn voor het succes van een project/concept.

Toepassing op senioren

Het daadwerkelijke gebruik van het product als vertaaltstuk van een bepaald concept geeft inzicht in de knelpunten en de slaagfactoren met betrekking tot de richtinggevendheid ten aanzien van de gebruiker(s) en

de aanbieders. Er wordt gezocht naar specifieke activiteiten die kunnen gelden als leermomenten en aanvullingen op de implementatiestrategie.

Sterktezwakteanalyse

Per case worden de sterke en zwakke punten behandeld om deze toe te passen op de implementatiestrategie.

Lessons learned

Per case dient geëvalueerd te worden wat van belang is voor het onderzoek. De behandeling van de case dient er toe te leiden dat er aanknopingspunten gevonden worden waarmee, in samenhang met de theorie, invulling gegeven kan worden aan de implementatiestrategie van woon(zorg)concepten voor senioren in hoofdstuk 6. Onder de noemer lessons learned worden de criteria gegeven die bepalend zijn voor een product/concept afzonderlijk ten aanzien van de kansen en knelpunten voor conceptontwikkeling van seniorenwonen.

De lijst met respondenten is weergegeven in bijlage 1 met geïnterviewde personen.

4.2 Onderzoekresultaten

4.2.1 Palisium Eerbeek



Concept		Palisium	
Aantal woningen		54	
Types	appartementen	koop	46
	penthouses		8
Oppervlakte		128m ²	
Locatie		Doornweg, Eerbeek	
Doelgroep		senioren met inkomen boven modaal	
Kooprijzen		€310.000-€582.000	
Servicekosten		€285,- p.m. in VvE	
Private Care Fonds		vanaf €9.000,- bovenop AWBZ	
Kenmerken concept		zekerheid comfort service veiligheid zorg	
Kenmerken appartementen		woonkamer drie slaapkamers groot balkon lift levensloopbestendig rolstoeltoegankelijk	
Collectieve voorzieningen		voorzieningen bij locatie onderhoud grand café 24 uur caremanager	

	logeerkamers schoonmaak alarmering politiekeurmerk veilig wonen woonkeur groenvoorziening domotica
Facultatieve voorzieningen	op aanvraag
Partners	Palisium BV Woonzorg Nederland Bouwfonds Nederlandse gemeenten Palisium Beheer BV Stichting Palisium Nederland
Status	oplevering eerste kwartaal 2005, eerste fase 1 90% gerealiseerd

◆ **Sterktezwakteanalyse**

Sterkte n	Zwakte n
<ul style="list-style-type: none"> - uitstekend bouwkundig product - verreikende collectieve voorzieningen - naamsbekendheid door goede promotie en acquisitie - veel facultatieve diensten op aanvraag - locatie en voorzieningen nabij - vroegtijdig betrekken van spelers - tomeloze inzet en overtuiging in slagen 	<ul style="list-style-type: none"> - te halsstarrig vasthouden aan concept (met veel diensten) - weinig input van de eindgebruikers - afzet- en draagvlakproblemen ten aanzien van gemeenten en eindgebruikers (beperkte belangstelling) - hoge kosten VvE/Private Care fonds - ondoorzichtigheid van concept voor eindgebruikers/gemeenten - afhankelijkheid van marktkansen van derden (koudwatervrees, rendementsoverwegingen, terughoudendheid) - te enge doelgroep, niche werkt negatief door in de implementatie - vrijblijvendheid van dienstenpakketten beperkt - lang ontwikkelingstraject doet belangstelling afhaken

◆ **Lessons learned**

Palisium Nederland probeert, in nauwe samenwerking met provincies en lokale overheden, woonprojecten te realiseren. Bij de invulling ligt de nadruk op de afstemming op de individuele wensen van de senior met een inkomen boven modaal. Het concept wil door in te spelen op de toekomstige behoefte aan wonen, zorg- en dienstverlening, preventief en vraaggericht voldoen aan de hoogste eisen van comfort, aanpasbaarheid en veiligheid en garantie geven voor direct beschikbare particuliere zorg. Het lijkt aan de werkelijke vraag naar diensten voorbij te gaan.

Het ontwikkelproces is te typeren als top down en marktgeoriënteerd. Top down in de zin dat het concept vanuit een marktpartij wordt geïnitieerd en marktgeoriënteerd in de zin dat er vanuit de vraag van de markt plannen worden uitgewerkt en dit in samenwerking uitgevoerd wordt met ondersteuning van marktpartijen en vanuit overheidswege. Belangrijkste leermomenten liggen op het gebied van marktinput in de planontwikkelingsfase, het voortdurend zoeken naar marktkansen (veel marktonderzoek op verschillende niveaus) en het hanteren van marketingplannen ten behoeve van promotie en acquisitie.

Opsomming lessons learned t.b.v. de implementatiestrategie

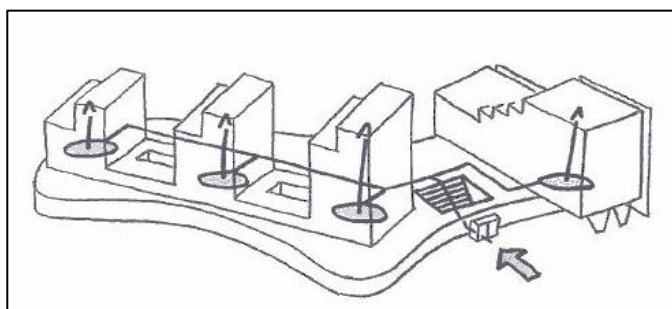
- ◇ Marktrealisme wordt op grond van het winstoogmerk door rendementsoverwegingen belemmerd.
- ◇ Het vroegtijdig betrekken van marktpartijen in het ontwikkelproces geeft beter inzicht in de kansen op de markt en de financieel-economische mogelijkheden.

- ◇ Door marktonderzoek worden de voorwaarden die gebruikers stellen aan de woning-, diensten en locatiekeuze duidelijk. Door hierop in te spelen kan een beter en gewenst resultaat behaald worden bij de positionering van een nieuw product in de markt en het bereiken van de doelgroep.
- ◇ Marketingplannen kunnen ingezet worden om promotie en acquisitie ten aanzien van gemeenten te sturen en naamsbekendheid te creëren.
- ◇ Ontwikkelingstraject is erg lang, mede door afzetproblemen door de minimale interesse/weerstand uit de markt (gemeenten en senioren).
- ◇ Het bereiken van een enge doelgroep/niche geeft afzetproblemen.
- ◇ Belangrijk voor de naamsbekendheid en afzet is het opbouwen van netwerken, een locationele identiteit en transparantie van het concept.
- ◇ Participatie in een project houdt niet op bij de financiering van de conceptualisering. Vanaf dat moment zouden pilotprojecten het levenslicht moeten zien. Op deze manier kan er structureel inzicht in de ontwikkelingen in de markt gekregen worden. Terughoudendheid, breidwilligheid, gebrek aan overtuigingskracht zijn echter de geluiden.
- ◇ De nadruk op zorg(garantie) en het stigma oud worden is marketingtechnisch geen succesfactor. De kern is een goed bouwkundig product en garantie van zekerheid, comfort en service, op termijn zorg.
- ◇ Interesse van een belegger (met een portefeuille strategie op lange termijn) kan als 'eye opener' fungeren voor de korte termijn visie van een projectontwikkelaar.

4.2.2

3 in 1

Huizen



Concept		3 in 1	
Aantal woningen		146	
Types	huurwoningen	Huur	55
	torenwoningen	Koop	60
	penthouses		12
	plintwoningen		19
Oppervlakte		90m ² (huur)-150m ² (koop)	
Locatie		Huizermaatweg, Huizen	
Doelgroep		senioren met een modaal en boven modaal inkomen	
Kooprijzen		€215.000-€375.000,-	
Huurrijzen		vanaf €700,-	
Servicekosten		€120,- (in VvE)	
Kenmerken concept		wonen met service zorg en dienstverlening op maat en naar wens op hoge leeftijd zelfstandig wonen kwalitatief hoogwaardig en open uistraling	
Kenmerken woningen		woonkamer	

	twee slaapkamers balkon lift levensloopbestendig
Collectieve voorzieningen	nabij winkelcentrum Oostermeent restaurant (met wijkfunctie) ontmoetingscentrum jeu de boules-baan <u>Woondiensten</u> kleine reparaties onderhoud technische installaties aanspreekpunt tuinonderhoud servicemanager
Facultatieve voorzieningen	<u>Servicediensten</u> huishoudelijke diensten was- en strijkservice maaltijdenservice boodschappendienst <u>Zorgdiensten</u> dagbehandeling, -verpleging 24 uurszorg bemiddeling kapper huisarts fysiotherapeut
Partners	Bouwfonds Ontwikkeling Noord-West Gemeente Huizen Vivium Zorggroep Atrium
Status	voorlopig ontwerp

◆ **Sterktezwakteanalyse**

Sterkte n	Zwakte n
<ul style="list-style-type: none"> - uitstekend bouwkundig product - degelijk marktonderzoek naar potentie - goede collectieve voorzieningen (vrijblijvend) - gebruik van nabijgelegen zorgcentrum voor kennis - vroegtijdige participatie van belangengroepen/ klankbord - veel facultatieve diensten op aanvraag - voorzieningen nabij - verdeling van taken onder de participanten - brede doelgroep - verfijning van concept mogelijk 	<ul style="list-style-type: none"> - te vroege gerichtheid op doelgroep gaat voorbij aan marktvraag - door pilotproduct veel kosten en tijd - nadelig voor de toekomst - een te hoog ambitieniveau - initiatiefnemer gemeente is naarmate het proces voortgaat terughoudender

◆ **Lessons learned**

Met de locatie 3 in 1 is er duidelijk sprake van vraaggestuurde productontwikkeling en een bottom-up ontwikkelproces. Eerst is gekeken of er vraag is naar een dergelijk product uit de markt en vervolgens is in

samenwerkingsverband een op maat gesneden product ontworpen. Hierbij geldt het bouwkundige product als ondersteuning van het succes, maar niet als kritische succesfactor. Het echte initiatief van de ontwikkeling lag bij de gemeente, die de grond het predikaat en de bestemming seniorenwonen meegegeven heeft. Problemen in de grondverwerving heeft dit niet opgeleverd.

De ontwikkeling loopt tot dusverre naar tevredenheid door de inzet en bereidwilligheid van de betrokken partijen, diens expertise en de duidelijkheid en openheid in de gemaakte afspraken ten aanzien van de taakvelden. De gevolgen van een marktgerichte benadering zijn duidelijk. Men weet wie de markt is, wat de behoeften zijn en hoe de markt bereikt moet worden met als gevolg dat de gebruikers toetreden. Door continue marktanalyse kunnen de kansen van de markt in beeld gebracht worden. Dit voorgaande vraagt om marktkennis en doelgroepprofilering.

Opsomming lessons learned t.b.v. de implementatiestrategie

- ◇ Plannen die sterk gedragen worden vanuit politieke 'wil' kunnen ertoe leiden dat de rol van de markt ondergeschikt is. Aandacht voor de mate waarin de politiek invloed uitoefent in het ontwikkelproces is van belang bij het opstellen van ontwikkelingsstrategieën.
- ◇ Marktonderzoek is een instrument om inzicht te krijgen in de markt. Bij het achterwege laten hiervan wordt de kans groter dat een product ontwikkeld wordt dat niet marktconform is. Marktontwikkeling is dus een minimale uitgangspositie voor woningontwikkeling voor senioren.
- ◇ De rolverdeling tussen de verschillende betrokken partijen in de samenwerkingsovereenkomst en de kernkwaliteiten op verschillende kennisvelden maakt een goede afstemming van taakvelden mogelijk om de potentiële gebruikers aan te trekken.
- ◇ Inspraak van eindgebruikers en andere betrokken partijen maakt het draagvlak meer solide wat ertoe kan leiden dat een gegarandeerde afzet bereikt wordt of het project doorgang vindt. De aanwezige voorzieningen ondersteunen dit.
- ◇ De onzekerheid van een pilotproject ten aanzien van de markt, maakt een goede voorbereiding en samenwerking met betrokken partijen noodzakelijk.
- ◇ De financieel-economische parameters bepalen over het algemeen de start cq. kansrijkheid van een project.

4.2.3 **Domaine de Villers**
Beesel



Concept		Landelijk wonen	
Aantal woningen		9	
Types	Hoewewoningen	koop	

Oppervlakte	120m ²
Locatie	Waterloseweg, Beesel
Doelgroep	senioren met een modaal en boven modaal inkomen
Kooprijzen	€230.000-€550.000,-
Servicekosten	€110,- (in VvE)
Kenmerken concept	woon(zorg)boerderijen nieuw initiatief
Kenmerken woningen	woonkamer drie slaapkamers levensloopbestendig
Collectieve voorzieningen	nabij voorzieningen groene omgeving kleine reparaties onderhoud technische installaties aanspreekpunt tuinonderhoud
Facultatieve voorzieningen	geen
Partners	3B Bouw Invest
Status	gerealiseerd

◆ **Sterktezwakteanalyse**

Sterkten	Zwakte n
<ul style="list-style-type: none"> - goed kwalitatief bouwkundig product - relatief nieuwe ontwikkeling - voldoende belangstelling uit andere doelgroepen - ontwikkelingsmogelijkheden op breed vlak - interesse bij rentmeesters/beleggers 	<ul style="list-style-type: none"> - geen brede belangstelling uit senioren doelgroep - lange adem nodig voor succes in langdurig ontwikkelproces - veel juridische knelpunten en belemmeringen - weerstand bij belangenorganisaties en gemeenten - in geheel geen voorzieningenpakket - voorzieningen op afstand - locatie met weinig attractie - afwachende markt door onbekendheid

◆ **Lessons learned**

Het ontwikkelproces valt te typeren als een bottom-up en aanbodgeoriënteerd proces. Vanaf de aanvang is gekeken naar de markt en nagedacht over de marktaanpak en de juridische (vooral ruimtelijke) knelpunten.

Opsomming lessons learned t.b.v. de implementatiestrategie

- ◇ Vele initiatieven worden vanuit de markt aangehaald, maar door belemmeringen, huiverigheid wordt mondjesmaat een concrete stap gezet/kan een stap voorwaarts gezet worden.
- ◇ Het wekken van belangstelling in de markt, door naamsbekendheid en navolging, hebben effect., maar komen moeizaam op gang door de tijdrovendheid en de tegenslag.
- ◇ Een hoogwaardige verschijning van een locatie en een woonobject is niet voldoende voor een snelle afzet binnen een beoogde doelgroep. Ook de leefstijl, de emotionele en psychosociale wensen moeten beantwoord worden.
- ◇ Juridische knelpunten kunnen een, in potentie, succesvol initiatief in de weg staan.
- ◇ Andere marktpartijen (particulieren, agrariërs, makelaars) bevestigen de specifieke vraag van potentiële klanten.

4.2.4 Buitenplaats Rhenendaal

Veenendaal



Concept		Wonen En Meer	
Aantal woningen		164	
Types	Patiowoningen	koop	68
	Appartementen		80
	Penthouses		16
Oppervlakte		Minimaal 94m ²	
Locatie		Cuneraweg, Veenendaal	
Doelgroep		senioren met inkomen modaal en boven modaal	
Kooprijzen		€225.000-€255.000,-	
Servicekosten		€231-€301,- p.m. in VvE of Stichting Arena of Court	
Kenmerken concept		vorm van particulier opdrachtgeverschap voorzieningen en service bepaald door eindgebruikers nadruk op zekerheid, gemak, veiligheid in plaats van op zorg	
Kenmerken appartementen		woonkamer drie slaapkamers balkon lift levensloopbestendig	
Collectieve voorzieningen		<u>Basis service- en supportpakket</u> consulent die gewenste diensten of support coördineert abonnement op maaltijdvoorzieningen alarmopvolging kosteloos bellen binnen complex nachtverpleegkundige camerabewaking woonkeur onderhoud en beheer facilitycentre (zwembad, bibliotheek, biljartkamer, jeu de boules baan)	
Facultatieve voorzieningen		uitbreiding op aanvraag zoals fysiotherapie, fitness en massage	
Partners		Hopman Interheem Groep Stichting Buitenplaats Beheer	
Status		gerealiseerd	

◆ Sterktezwakteanalyse

Sterkte n	Zwakte n
<ul style="list-style-type: none"> - prachtige locatie, goed bouwkundig product - voorzieningen nabij - voldoende collectieve voorzieningen - nadruk op gemak, zekerheid en veiligheid - vroegtijdig betrekken potentiële eindgebruikers (meedenken en beslissen) - rekening houden met wensen eindgebruikers - stigma oud vermijden 	<ul style="list-style-type: none"> - hoge kosten VvE - vrijblijvendheid collectieve voorzieningen beperkt - permanente karakter van gerealiseerde voorzieningen van VvE - niet geheel specifieke gerichtheid van concept op senioren - veel verloop in voorraad

◆ **Lessons learned**

Hoewel er in een vroeg stadium marktonderzoeken zijn uitgevoerd valt het ontwikkelproces te typeren als een top down proces waarin de markt indirect een centrale rol heeft gespeeld. De ontwikkelaar is zeer productgericht. De markt heeft wel de aandacht, maar er is een groot vertrouwen in eigen kunnen en ondanks sceptische geluiden uit de markt heeft de ontwikkelaar haar visie volbracht. Wel moet in ogenschouw genomen worden dat het een pilotproject betreft dat een succesvolle positie kan innemen. Op basis hiervan kan geconcludeerd worden dat het project slagingskans heeft voor de toekomst. Goed marktonderzoek en contact met de doelgroep evenals een marketingaanpak (bereiken van de doelgroep) voor het ontwikkelen van een dergelijke locatie, kan voorkomen dat opnieuw het wiel uitgevonden wordt en de kans bestaat dat dezelfde valkuilen worden ontweken. Dit vraagt om flexibiliteit en kan van groot nut zijn.

Opsomming lessons learned t.b.v. de implementatiestrategie

- ◇ Doelstelling en visie kunnen zwaarder wegen dan uitkomsten van marktonderzoeken.
- ◇ Gebrek aan invalshoek markt leidt niet tot marktconforme plannen. Enkel aandacht voor de conceptuele kant van ontwikkeling leidt tot problemen gedurende de realisatie van een locatie.
- ◇ In perioden van economische voorspoed wordt marketing minder belangrijk bevonden, *'er is toch wel vraag en 't verkoopt zich toch wel'*.
- ◇ Zeer enge definities van de doelgroep beperkt de afzetmogelijkheden en leidt tot vertraging in het ontwikkelproces.
- ◇ Het 'verplicht' stellen van een maandelijkse bijdrage werkt negatief bij het besluitvormingsproces van de beoogde consument.
- ◇ Bij zeer stringente definities van de doelgroep is het van belang zeer goed te weten wie de markt is en wat de behoeften zijn, zodat gewaarborgd kan worden dat de locatie uitgegeven kan worden. Een nadruk op zorg dient te worden vermeden.
- ◇ Continue afstemming van de vraag leidt tot draagvlak en snelle afzet.

4.2.5

Schiebroekse Parkflat

Rotterdam



Concept			Humanitas		
Aantal woningen			156		
Types	Appartementen	Huur	89	Koop	51
	Penthouses	Huur	8	Koop	8
Oppervlakte			Minimaal 120m ²		
Locatie			Berberisweg, Rotterdam		
Doelgroep			voor alles inkomensgroep binnen de senioren		
Kooprijzen			vanaf €160.000,-		

Huurprijzen	vanaf sociale huur tot vrije klasse
Servicekosten	€120,- p.m. (in VvE)
Kenmerken concept	eigen verantwoordelijkheid en zelfbeschikking zelfstandig wonen door care, cure, wonen use it or lose it gevarieerde bezetting van complex ja-cultuur
Kenmerken appartementen	woonkamer drie slaapkamers balkon lift levensloopbestendig
Collectieve voorzieningen	beheer onderhoud schoonmaak
Facultatieve voorzieningen	uitbreiding op aanvraag
Partners	Humanitas Kondor Wessels
Status	gerealiseerd

◆ **Sterktezwakteanalyse**

Sterkte n	Zwakte n
<ul style="list-style-type: none"> - brede doelgroep in complex - goede voorzieningen - veel expertise in levensloopbestendig wonen - wonen en zorg onder een dak (regelgeving) - veel belangstelling uit de markt - wijkfunctie, voorzieningen nabij - dienstverlening en zorg op maat 	<ul style="list-style-type: none"> - te grote stelligheid over eigen kunnen en product - weinig vernieuwingsdrang - beperkte toepassing door gerichtheid op het stedelijke gebied - met commerciële winstbejag gewenste rendement niet haalbaar

◆ **Lessons learned**

Zowel top down als bottom up is er productgeoriënteerd ingezet. Er is intern geanalyseerd waar in Rotterdam de nadruk op gevestigd zou moeten worden en op basis daarvan is binnen een visie en ambitie een plan vastgelegd en gerealiseerd.

Opsomming lessons learned t.b.v. de implementatiestrategie

- ◇ De visie en/of de ambitie van de aanbieder is bepalend voor de ontwikkeling van een complex.
- ◇ Uitgaan van een (relatieve) sterkte is een belangrijke voorwaarde van het ontwikkelen van een nieuw complex. Zorg en wonen onder een dak is hier een goed voorbeeld van.
- ◇ Een goed imago is een belangrijke voorwaarde voor het ontwikkelen.
- ◇ Flexibiliteit in de planontwikkeling en in het gebruik is een voorwaarde om een marktconform product op de markt te zetten en te houden.
- ◇ Voorwaarden scheppen die voldoen aan de eisen van consumenten is een belangrijk instrument om deze aan te trekken.
- ◇ Zorg en wonen onder een dak geeft minder problemen in de ontwikkeling en bestemming van locaties.
- ◇ Er dient rekening gehouden te worden met de mentaliteit van de consument.

4.2.6 Park Finspong

Zeist



Concept		Altus Label	
Aantal woningen		60	
Types	appartementen		koop
Oppervlakte		100m ²	
Locatie		Finsponglaan, Villawijk Lyceumkwartier, Zeist	
Doelgroep		senioren met inkomen modaal en boven modaal (80+)	
Kooprijzen		€200.000,-	
Huurprijzen		vanaf €540,-	
Servicekosten		€ 169,- p.m. zorgabonnementskosten: € 107,25,- p.m.	
Kenmerken concept		richtlijnen aan woonomgeving, woning en diensten zorgeloos wonen welgesteld wonen comfort, service en gemak	
Kenmerken appartementen		woonkamer drie slaapkamers groot balkon, lift levensloopbestendig rolstoeltoegankelijk	
Collectieve voorzieningen		voorzieningen bij locatie ontmoetingscentrum fitness recreatie woonzorgcoördinatie huismeester huisvuilverwijdering alarmering kwaliteitsbewaking reservering algemene	
Facultatieve voorzieningen		op aanvraag: manicure pedicure bloemenbesteldienst verpleegkundige boodschappenhulp maaltijdservice schoonmaakdienst kapper wachttijstbemiddeling huishoudelijke hulp	
Partners		Altus Woonzorgdiensten Altus ontwikkeling	
Status		gerealiseerd	

◆ **Sterktezwakteanalyse**

Sterkte n	Zwakte n
<ul style="list-style-type: none">- uitstekend bouwkundig product- voorzieningen nabij- brede doelgroep- veel voorzieningen voor handen- betrokkenheid van lokale en regionale zorginstellingen	<ul style="list-style-type: none">- doelgroep is te veel op zorg en service geënt (niche)- weinig verandering in pakketten en concept- automatische deelname aan label- historisch gezien weinig succes met label

◆ **Lessons learned**

Het ontwikkelproces valt te typeren als top down en marktgeoriënteerd. Altus is voortdurend bezig studies te verrichten naar marktkansen. Ook de ontwikkelingen in de zorgmarkt worden nauwlettend gevolgd. Marketing van eigen projecten is ook een van de taken van Altus. Op lokaal niveau vinden initiatieven plaats en de nadruk ligt naast het wonen op het gebruikscomfort van midden en hogere inkomensgroepen. Dit wordt omhuld door service-, comfort- en zorgpakketten op individueel niveau.

Opsomming lessons learned t.b.v. de implementatiestrategie

- ◇ Naast marktonderzoeken kan ook zorgspecialisatie in huis gehaald worden. Bij Altus betreft dit Woonzorgdiensten. Dit scheelt tijd, kosten, door het tijdig inzien van de verschillen in referentiekader, taal en doelen.
- ◇ Dienstenpakket moet onderhandelbaar blijven aangezien dit een belangrijke factor blijft voor eindgebruikers.
- ◇ Toetsen aan de markt gedurende planontwikkeling is een voorwaarde om een marktconform product op de markt te brengen. Door plannen voor te leggen aan directe betrokkenen kan inzicht verkregen worden over de marktconformiteit en positionering van het in ontwikkeling zijnde project. De betrokkenen kunnen gemeenten zijn, de beoogde doelgroep senioren.
- ◇ Relatiebeheer is een belangrijk verkoopinstrument.
- ◇ Wanneer de doelgroep in een concept aansluit bij het profiel van de gemeente kan promotie en acquisitie gericht en eenduidiger uitgevoerd worden en optredende problemen worden verminderd.

4.3 Cross-case analyse van de Multiple Case Study

Doel van de Multiple Case Study is het verkrijgen van inzicht in de ontwikkelprocessen zoals deze in de praktijk plaatsvinden en met name de knelpunten en slaagfactoren die daarin wel en niet een rol spelen. Uitkomsten van de praktijkstudie moeten, net als de theoretische onderzoeksvragen (een en twee) die in de voorgaande hoofdstukken zijn uitgewerkt, zorgen voor beantwoording van de hoofdvraag van het onderzoek: *Welke kwalitatieve vraag is er aanwezig bij senioren ten aanzien van de woning, de woonomgeving en woon- en zorgdiensten en welke (mogelijke) woonconcepten sluiten daarop aan en hoe is dit te vertalen naar een implementatiestrategie?*

In deze paragraaf worden de onderzoeksgegevens uit de cases zodanig geëvalueerd dat deze een bijdrage leveren aan de beantwoording van de derde onderzoeksvraag en aanknopingspunten bieden voor het voorstel op welke wijze woon(zorg)concepten op een succesvolle wijze geïmplementeerd kunnen worden middels een implementatiestrategie, ofwel de vierde onderzoeksvraag. Het volgende hoofdstuk zal hierin voorzien in first hand material, terwijl dit hoofdstuk vooral second hand material heeft verschaft.

De interpretatie van de kwalitatieve onderzoeksgegevens worden uitgewerkt onder de noemer *cross-case analyse*. In de analyse van de cases worden hierbij de sterke en zwakke punten uit de sterktezwakteanalyse en de lessons learned uiteengezet naar negatieve en positieve aspecten. De negatieve aspecten kunnen worden gezien als de knellende elementen/knelpunten die door het ontbreken of openbaren ervan negatieve consequenties hebben (gehad) voor het verdere procesverloop, het succes van een afzonderlijk concept ofwel de zwakke punten van de concepten.

De positieve aspecten geven goede voorbeelden van de slaagfactoren, de *musts* in het ontwikkelproces van concepten en sterke punten van de concepten. De voorbeelden zijn derhalve te zien als aanknopingspunten, stappen en suggesties die verwerkt kunnen worden in het voorstel voor de implementatiestrategie van seniorenwonen.

Uit de cases kunnen de volgende negatieve en positieve elementen gehaald worden:

Sterkten uit de sterktezwakteanalyse:

- ◇ Een bouwkundig product van voldoende kwaliteit (woningkenmerken: minimaal drie kamers, ruime woonkamer, ruim oppervlakte, levensloopbestendig).
- ◇ Nadruk op service, comfort en gemak van wonen.
- ◇ Collectieve en facultatieve voorzieningen zijn in het algemeen op aanvraag aanwezig.
- ◇ Vrijblijvendheid van collectieve voorzieningen wordt gewaardeerd.
- ◇ Betrekken van belanghebbenden (zorginstelling, ondernemers, ouderenbonden, potentiële kopers/huurders).
- ◇ Taakverdeling naar specialistisch werkveld.
- ◇ Locatie nabij en voorzieningen erg belangrijk.
- ◇ Conceptverfijning gedurende het ontwikkelproces (marktonderzoek).
- ◇ Concept integraal onderdeel van omgeving.
- ◇ Marktkansen in de toekomst, door belangstelling, aantrekkende naamsbekendheid (van eindgebruikers, beleggers, gemeenten e.d.).

Zwakten uit de sterktezwakteanalyse:

- ◇ Beperkte vrijblijvendheid van collectieve en facultatieve voorzieningen (niet op maat) leidt tot afname in deelname.
- ◇ Nadruk op zorg en het ouder worden is stigmatiserend.
- ◇ Te hoge kosten voor de VvE/servicekosten doet doelgroep afhaken door individueel prijswaardoordeel.
- ◇ Terughoudendheid van derden (belangstellende gemeenten, eindgebruikers e.d.) (door beperkte transparantie van, bereidwilligheid te participeren in het concept).
- ◇ Te stellig vasthouden aan concept beperkt kans op succes en verfijningsmogelijkheid van concept.
- ◇ Beperkte/verkeerde niche/doelgroepprofilering geeft afzetproblemen.
- ◇ Afhankelijkheid van derden in ontwikkeltraject beperkt marktkans.
- ◇ Lang ontwikkeltraject doet eindgebruikers afhaken.

Negatieve elementen specifieke aspecten uit de Multiple Case Study:

- ◇ Marktrealisme wordt ondergeschikt aan visie/ambitie van de ontwikkelende aanbieder.
- ◇ Zonder marktinput worden ontwerpen cq. ontwikkelprocessen star en niet marktconform opgezet.
- ◇ Zonder marktinzicht kunnen sterkten en kansen, die als uitgangspunten voor de ontwikkeling worden genomen overschat worden en zwakten en bedreigingen genegeerd worden.

-
- ◇ Draagvlakproblematiek bij (pilot)projecten als gevolg van juridische, financiële, perceptuele knelpunten kunnen in intentie succesvolle initiatieven doen stranden.
 - ◇ 'Taal' problemen en verschillende referentiekaders van samenwerkende partijen kunnen tijdrovend en kostenverhogend werken in de procesgang.
 - ◇ Het stigma oud en de nadruk op zorg werpt een drempel op ten aanzien de belangstelling van de doelgroep.

Positieve elementen specifieke aspecten uit de Multiple Case Study:

- ◇ Betrekken van marktpartijen gedurende de conceptvorming geeft inzicht in de vraag en draagt bij aan marktconformiteit van projecten.
- ◇ Ontwikkelingsactiviteiten kunnen gestuurd en intern gecommuniceerd worden door gebruik en inzet van de input van eindgebruikers.
- ◇ Marktonderzoek geeft inzicht in de marktvraag (kwalitatief en kwantitatief).
- ◇ Faciliteren van marktgerichte activiteiten in de organisatie door incorporeren van specifieke kennis (zorg).
- ◇ Rolverdeling van wonen en zorg, maakt het mogelijk dat de kernactiviteiten van een partij de slagvaardigheid van een ontwikkelproces ten goede komt.
- ◇ De initiatieven van de concurrenten worden nauwlettend gevolgd.

Overige aspecten waar rekening mee gehouden moet worden bij de implementatie van seniorenwonen:

- ◇ Het opbouwen en/of behouden van netwerken ten behoeve van de acquisitie van ontwikkellocaties is een essentieel instrument.
- ◇ Netwerken met marktpartijen vergroot de naamsbekendheid en levensvatbaarheid en navolging van projecten.
- ◇ Een zeer stringente definitie van een doelgroep werkt beperkend in de afzetmogelijkheden.
- ◇ Een te ruime definitie kan tot niet passendheid leiden binnen de beoogde doelgroep en/of leegstand en tot teleurstelling bij alle betrokkenen.
- ◇ Afzetmogelijkheden worden eveneens beperkt door gemakzucht en te hoge ingangseisen.
- ◇ Het bouwkundige product is geen succesfactor, maar bij onvoldoende kwaliteit wel een faalfactor.
- ◇ Mogelijke diensten en inhoud van deze diensten duidelijk communiceren.

De sterke en zwakke punten van een afzonderlijk concept/product en de positieve en negatieve aspecten uit de Multiple Case Study kunnen worden gebruikt in de verdere uitwerking van het onderzoek. De uitwerking betreft het voorstel van de implementatiestrategie van senioren 'wonen met dienstverlening'.

Op de redenen van de eindgebruikers om niet of wel te kiezen voor een concept en de afzonderlijke waardering wordt in het volgende hoofdstuk ingegaan.

Hoofdstuk 5 Kwalitatief onderzoek naar woon(zorg)concepten

In het hoofdstuk over de Multiple Case Study is indirect een antwoord gegeven op de derde onderzoeksvraag. Dit hoofdstuk dient te leiden naar een direct antwoord op deze onderzoeksvraag. In dit hoofdstuk staat een kwalitatief onderzoek centraal over ontwikkelde of nog in ontwikkeling zijnde woon(zorg)concepten voor senioren met een bovenmodaal inkomen, die eveneens in hoofdstuk vier aan de orde zijn gekomen. Het onderzoek is uitgevoerd door The Smart Agent Company in Leusden en Leiden. Bouwfonds Property Development leverde de vragenlijst aan betreffende de concepten a-f, met toevoeging van de nulconcepten i en o, vermeld in bijlage 4.

Door middel van panelinterviews (ook wel: workshops) wordt aan een kleine groep (6-8 deelnemers) naar diens mening gevraagd over de afzonderlijke concepten in de periode van 8-15 november 2004. Doel van het onderzoek is het verkrijgen van inzicht in de wensen van de doelgroep voor het nieuwe wonen (met dienstverlening en zorg) voor senioren om zodoende te komen tot een verdere optimalisering van de bestaande en nieuwe concepten voor seniorenwonen. Concreet betekent dit dat er een dieper inzicht in de wensen van de doelgroep voor seniorenwonen in relatie tot de specifieke woning(zorg)concepten verkregen moet worden.

Het onderzoek zal onder andere inzicht opleveren in:

De kracht van de concepten

- Verhuishwensen: waarom wel/niet verhuizen naar de concepten;
- Beeldvorming/imago van de concepten;
- De voorkeur voor de verschillende concepten;
- De gepercipieerde voor- en nadelen van de concepten;
- De aanvullingen en beperkingen van de concepten;
- Satisfiers en dissatisfiers van de geboden concepten;
- Productoptimalisering.

Prijs en kwaliteit

- De minimumeisen van het bouwkundige product;
- De minimumeisen van het zorgaanbod;
- De minimumeisen van het dienstenaanbod.

De panelgroepen zijn daartoe homogeen verdeeld naar:

- Leeftijd: de senioren hebben een leeftijd in een van de te onderscheiden seniorengroepen: 55-64 jarigen, 65-74 jarigen, 75+ jarigen;
- Voorkeur prijsklasse/huurklasse;
- Voorkeur woonmilieu: landelijk of stedelijk.

Criteria ten aanzien van de doelgroep zijn:

- De senioren hebben een verhuishwens;
- Inkomen: de senioren genieten een (jaar)inkomen van anderhalf keer modaal (€ 28.000,-);
- Woonsituatie: de senioren wonen nog zelfstandig.

Hiermee wordt antwoord gegeven op de derde onderzoeksvraag van het onderzoek:

Onderzoeksvraag 3. *Hoe waarderen senioren enkele recent gerealiseerde woon(zorg)concepten en hoe zijn de senioren op grond van helder geformuleerde criteria te 'verleiden' om te kiezen voor deze concepten?*

In totaal zijn er twee groepen concepten, landelijke en stedelijke, ter beoordeling aan de deelnemers van de groepsdiscussies voorgelegd. Per groep kregen de verschillende leeftijdsgroepen 5 concepten ter beoordeling voorgelegd (zie tabel 5.1).

Tabel 5.1: *Verdeling van concepten naar leeftijdsgroep, locatietype en onderzoekslocatie.*

Locatietype/leeftijdsgroep	55-64 jarigen (2 keer)	65-74 jarigen	75+ jarigen
Landelijk (Leusden)	Concept O Concept A Concept B Concept C Concept D	Concept O Concept A Concept C Concept D Concept F	Concept I Concept A Concept B Concept D Concept F
Stedelijk (Leiden)	Concept I Concept A Concept B Concept D Concept E	Concept I Concept A Concept B Concept D Concept E	Concept I Concept A Concept B Concept E Concept F

Bron: *Eigen illustraties, 2004.*

Een uitgebreide weergave van de onderzoeksopzet en de beoordeling van de afzonderlijke concepten is in bijlage 5 te vinden. Een methodische verantwoording en een beschrijving van de door Smart Agent Company uitgevoerde werkzaamheden bevinden zich in bijlage 6. Het hoofdstuk is als volgt opgebouwd en bevat de belangrijkste conclusies van het kwalitatieve onderzoek:

- Resultaten algemeen (5.1);
- Resultaten 55-64jarigen (5.2);
- Resultaten 65-74jarigen (5.3);
- Resultaten 75+jarigen (5.4);
- Recapitulatie (5.5).

5.1 Resultaten algemeen

Een belangrijke conclusie uit het onderzoek was dat de markt voor woon(zorg)concepten voor senioren met een inkomen boven modaal niet zonder risico's is. Uit het onderzoek blijkt dat een groot deel van deze seniorendoelgroep op het gebied van wonen in beperkte mate bezig is met de toekomst. De doelgroep is terughoudend om te verhuizen en in hoge mate honkvast, omdat onder meer een verhuizing naar de getoonde concepten met een verlies van woonkwaliteit, van het sociale netwerk en met versnelde ouderdom wordt geassocieerd. Ze blijft liefst zitten waar ze zitten. De verhuiskeuze wordt grotendeels bepaald door de mate van verhuisurgentie, een grote hang zo lang mogelijk zelfstandig te kunnen blijven wonen en over het eigen leven de regie te kunnen blijven voeren. In dit verband zijn er een tweetal groepen te onderscheiden. Enerzijds een groep uitstellers die hun herhuisvesting zo lang mogelijk uitstelt tot een moment dat gezondheidsproblemen of andere problemen tot een snelle keuze noodzaken. Dit leidt vaak tot het kiezen van woonruimte die niet geheel aansluit op de woonwensen van dat moment. Anderzijds zijn er de voortijdige verhuisbeslissers ofwel voorsorteerders die tot een bepaalde gerieflijke grens al 'op zekerheid' verhuizen en levensloopbestendig gaan wonen. Over het algemeen geldt dat de doelgroep de huidige woning zo lang mogelijk bewoont en dat deze woning wordt gezien als een verworvenheid die men zo lang mogelijk

behouden wil alvorens een stap terug in de wooncarrière gedaan wordt. Deze stap terug wordt ook echt als een stap terug ervaren in de hoofden van de senioren. De derde levensfase wordt derhalve zo lang mogelijk opgerekt, waardoor de vierde levensfase opschuift.

De keuze voor woon(zorg)concepten wordt vrijwel uitsluitend bepaald door woonkwaliteit en omgevingskwaliteit, want ten aanzien van de voorzieningen en diensten is men terughoudend. Het kan zelfs een reden zijn om niet te kiezen voor een bepaald concept. Wellicht komt deze apathie ten aanzien van diensten door het kennisniveau dat de doelgroep over het algemeen heeft van dienstverlening en zorgdiensten. De kennis van dienstverlening en zorg betreffende de (on)mogelijkheden in de markt, is vooral bij de oudere senioren bijzonder laag. Garantie op ofwel facultatieve diensten heeft meer interesse dan de feitelijk aanwezige ofwel collectieve diensten. Dit geldt vooral voor de zorgdiensten.

Het oordeel over de meeste getoonde concepten was behoorlijk positief, maar dit betrof vooral de uitstraling van de concepten. Veel kritiek kreeg de buitenruimte, de indeling en de totale oppervlakte van de concepten. Het om de uitsluiting meest gewaardeerde concept was concept A en concept D vanwege de indeling. De dienstenpakketten werden veelal als of te minimaal of te uitgebreid betiteld. De prijzen voor wonen en diensten werden door de respondenten niet veel te hoog geschat. Dit wijst op prijsbewustzijn.

Het onderzoek leverde enthousiaste reacties op. De doelgroep was goed te spreken over het initiatief en de maatschappelijke betrokkenheid van de projectontwikkelaar bij dit onderwerp. Graag wil ze geïnformeerd worden over de resultaten van de workshops en het voortgaande onderzoek.

Alle concepten hadden hun sterke en zwakke punten. In bijlage 5 wordt hier per leeftijdsgroep op ingegaan. Enkele algemeen geldende bevindingen ten aanzien van het wonen zijn:

- De locatie van een dergelijk concept wordt als zeer belangrijk ervaren. Nabij de locatie dienen goed bereikbare (dagelijkse) voorzieningen aanwezig te zijn.
- De aanwezigheid van voldoende buitenruimte wordt als een harde eis beoordeeld. Bij de concepten dient een balkon of terras van voldoende afmeting aanwezig te zijn (minimaal 15m²). Tevens dient het balkon via een logische entree toegankelijk te zijn, via de woonkamer of de keuken, niet via de slaapkamer.
- Een veilige locatie met contactmogelijkheden (met gelijkgestemden) in de buurt is belangrijk.
- Voldoende bergruimte zowel in als een adequate voorziening om de fietsen te stallen zijn van belang.
- De ruimte in ofwel het totale gebruikersoppervlak van de woning moet minimaal 120m² bedragen.
- De woning dient te voldoen aan de eisen van het seniorenlabel.
- Het aantal slaapkamers en de vorm van de slaapkamers, vierkant in verband met verzorging in slaapkamer, vormen voor senioren belangrijke voorwaarden. Vooral bij samenwoners worden minimaal drie slaapkamers gewenst en bij alleenstaanden twee. Biedt de woning niet het gewenste aantal vierkante meters, dan valt het concept snel af.
- Parkeergelegenheid nabij of onder de woning wordt gewenst.
- Duidelijk is gebleken dat voorkeuren uiteenlopen. Vandaar dat er de nodige keuzevrijheden moeten bestaan om hierin de eigen smaak te kunnen volgen. Dit geldt voor veel aspecten van de woning. Voldoende keuzemogelijkheden zijn daarom belangrijk, waar de senioren inspraak in willen hebben. Het in samenspraak bouwen valt erg in de smaak.
- Belangrijke pluspunten (satisfiers) zijn: veel ramen ofwel lichttoetreding, een speelse indeling, een aparte ruimte, bijkeuken, voor wasmachine en droger en een parkachtige omgeving cq. tuin om het complex.

-
- Het uiterlijk van de woning wordt als zeer bepalend ervaren. Vaak is dit in negatieve zin, omdat de architectuur lelijk wordt gevonden. Dit geldt eveneens voor pijpenla's en de grootte van de slaapkamers en van de buitenruimte.
 - De keuken is een belangrijk onderdeel van de woning. De plaats in de woning en de keuzevrijheid ervan worden als belangrijk ervaren.

Over diensten kan het volgende gesteld worden:

- De vraag naar dienstverlening is afhankelijk van de individuele gezondheidssituatie en de drang naar luxe en comfort als mede de bereidheid hiervoor te willen betalen naar prijs-kwaliteitverhouding.
- Senioren wensen graag de regie over dienstverlening en zorg in eigen hand te houden (use it or lose it).
- De 'garantie op' dienstverlening doet het beter dan de feitelijke aanwezigheid van vooral zorgfaciliteiten.
- Collectieve diensten die gewenst worden, zijn: gezamenlijk onderhoud, een huismeester/caremanager die optreedt als bemiddelaar, een ontmoetingsruimte en thuiszorg.
- Goede voorzieningen in de woning worden gewenst.
- Een garantiefonds voor meer zorg gedurende de oude dagvoorziening wordt niet positief gewaardeerd. Als de behoefte aan extra zorg toeneemt, regelt de doelgroep graag zelf deze zorg. Een dergelijke verzekeringsconstructie is over het algemeen moeilijk te begrijpen.

5.2 Resultaten 55-64 jarigen

De belangrijkste bevindingen uit de beoordelingen van de getoonde woon- en dienstenconcepten door de groep 55-64 jarigen waren:

- o Belangrijke randvoorwaarden voor de 55-64 jarigen voor wonen met dienstverlening betroffen:
 - Gelijkvloerse en levensloopbestendige woning;
 - Het aanwezig zijn van een voldoende ruime buitenruimte (minimaal 15m²);
 - Tenminste 120 vierkante meter woonoppervlak;
 - Minimaal twee vierkante slaapkamers;
 - Keuzevrijheid ten aanzien van (speelse) indeling;
 - Berging en op stalling op begane grond;
 - Apart toilet;
 - Ruim ogende hal.
- o De situering van de keuken in de woning, de uitstraling, de locatie (nabij voorzieningen) van dergelijke concepten en voldoende lichtinval worden als belangrijk gezien.
- o Verhuisgeneigden zijn iets beter geïnformeerd over de mogelijkheden op de markt en hebben beter nagedacht over hun wensen ten aanzien van wonen en dienstverlening. Dit komt door het feit dat ze meer met dit vraagstuk bezig zijn.
- o Diensten worden veelal facultatief gewenst. Een minimaal collectief pakket met een huismeester/caremanager, thuiszorg, onderhoud en ontmoetingscentrum wordt gekozen.
- o Er is nauwelijks verschil in interesse tussen landelijke en stedelijke respondenten.
- o 55-64 jarigen zijn prijsbewust en kunnen zich een goed beeld vormen van een (eventueel) garantiefonds voor de toekomstige zorgbehoefte. De interesse voor een dergelijk fonds is echter laag.
- o De concepten A en F worden op grond van uitstraling gekozen en concept D op grond van indeling.

-
- Door de hoge mate van het alles zelf willen blijven doen en de regie in eigen hand willen houden, worden luxueuze elektrische voorzieningen in de woning minimaal gewenst.

5.3 Resultaten 65-74 jarigen

De beoordeling van de getoonde woon- en dienstenconcepten door de 65-74 jarigen levert de volgende resultaten op:

- Randvoorwaarden:
 - Gelijkvloerse en levensloopbestendige woning;
 - (vierkante) Slaapkamer waarin twee bedden naast elkaar kunnen (ten behoeve van eventuele verzorging);
 - Woonoppervlak van minimaal 120m²;
 - 2-3 slaapkamers;
 - Speelse indeling en mogelijkheid tot herindeling;
 - Bergruimte;
 - Voldoende ruime buitenruimte is een harde eis (15m²);
 - Parkeerruimte nabij of onder de woning;
 - Apart ruim toilet en ruime badkamer.
- De situering van de keuken in de woning, de uitstraling, de locatie (nabij voorzieningen) van dergelijke concepten en voldoende lichttoetreding worden als belangrijk gezien.
- Er bestaan verschillen in ruimtebeleving en -vraag tussen samenwoners en alleenstaanden.
- Diensten worden veelal facultatief gewenst. Een minimale collectief pakket met een huismeester/caremanager, thuiszorg, onderhoud, een vrijblijvend restaurant in de nabijheid en een ontmoetingscentrum wordt gekozen.
- Deze leeftijdsgroep is minder prijsbewust en minder op de hoogte van de mogelijkheden van dienstverlening en zorg.
- Vooral landelijke respondenten hechten aan een groene en veilige omgeving, liefst in plaatsen van ten hoogste 50.000 inwoners.
- Landelijke respondenten zijn meer gebonden aan de eigen woonplaats dan stedelijken.
- Deze leeftijdsgroep heeft een beperkt beeld van de mogelijkheden van dienstverlening en zorg.
- Door 65-74 jarigen wordt een garantiefonds met moeite begrepen.
- De mogelijk aan te bieden voorzieningen in de woning worden gewenst, zeker met het oog op de toekomst.
- Het concept F wordt op grond van uitstraling gekozen en concept A op grond van indeling.

5.4 Resultaten 75 jarigen

De aan de 75plussers voorgelegde woon- en dienstenconcepten werden als volgt door deze senioren groep beoordeeld:

- Randvoorwaarden:
 - Gelijksvloerse en levensloopbestendige woning;

-
- Ruim apart toilet en een ruime hal (rolstoeltoegankelijk);
 - Woonoppervlak van minimaal 110m²;
 - (vierkante) Slaapkamer waarin twee bedden naast elkaar kunnen (ten behoeve van eventuele verzorging);
 - Vierkante indeling;
 - Voldoende buitenruimte;
 - Nabijheid van de begane grond.
- De situering van de keuken in de woning, de uitstraling, de locatie (nabij voorzieningen voor sociale binding) dergelijke concepten en voldoende lichttoetreding worden als belangrijk gezien.
 - Er bestaan verschillen in ruimtebeleving en -vraag tussen samenwoners en alleenstaanden.
 - 75 plussers zijn beperkt prijsbewust van de mogelijkheden en geïnformeerd over de kosten van dienstverlening en zorg. Het kennisniveau is zeer laag. Een garantiefonds wordt niet begrepen.
 - Landelijke respondenten zijn meer gebonden aan de eigen woonplaats dan stedelijken.
 - Diensten worden veelal facultatief gewenst. Een minimaal collectief pakket met een huismeester/caremanager, thuiszorg, onderhoud, een vrijblijvend restaurant in de nabijheid, voorzieningen in de woning en een ontmoetingscentrum wordt gekozen.
 - De concepten A en B worden gekozen op grond van indeling en concept F op grond van uitstraling.

5.5 Recapitulatie

Uit het kwalitatieve onderzoek blijkt dat de aan senioren voorgelegde woon(zorg)concepten niet voorzien in een belangrijke behoefte van de leeftijdsgroepen. Dit komt doordat de hoge kwaliteitsvraag van de senioren niet aansluit bij wat geboden wordt en omdat senioren over het algemeen nog niet bezig zijn met verhuizen. Dit laatste geldt vooral voor de groep 55-64 jarigen. In de seniorendoelgroep zijn twee groepen te onderscheiden. Aan de ene kant de uitstellers die hun verhuiswens uitstellen tot op het moment dat deze groep moet verhuizen en kiezen voor woning die niet dicht bij hun aspiratieniveau ligt en dan genoegen nemen met een lagere kwaliteit. Deze bewuste keuze resulteert erin dat doelstelling, het zo lang mogelijk wonen in de huidige woning kan blijven bestaan. Aan de andere kant de voorsorteerders die dit geen optie vinden en de 'achteruitgang' in wooncomfort accepteren door tijdig te anticiperen op de in de toekomst eventueel intredende verminderde vitaliteit.

Er blijkt een lokale woonvraag te zijn, want veel senioren willen veelal wonen in de woonplaats waarin zij nu wonen. Dit voorgaande geeft een beeld welk marktsegment het meest interessant voor Bouwfonds Property Development is en aan welke randvoorwaarden de woning en de woonomgeving, alsmede de dienstverlening moeten voldoen. Geconcludeerd kan worden dat op dit moment door middel van communicatie en marketing de groep voorsorteerders wordt bereikt. Dit betekent ook dat de lokale vraag van uitstellers, die het zich kunnen permitteren (en dit ook doen) om te wachten tot zich een aantrekkelijk aanbod aandient, het meest interessant is voor Bouwfonds Property Development voor de toekomst. Zeker omdat dit de grootste groep is en omdat de directe beschikbaarheid van woonruimte bij deze groep centraal staat en het dan voor de hand ligt dat deze groep zich vooral dan op de huurmarkt gaat bewegen. Deze groep kan aangetrokken worden door eerst klantengroepen te organiseren en vervolgens pas te gaan bouwen of zelfs een locatie te zoeken.

Om dit te bewerkstelligen moet dit segment binnen doelgroep worden bereikt. De moeilijkheid van de markt hierin wordt niet primair veroorzaakt door een te lage kwaliteit van het aanbod, maar heeft haar oorsprong primair de hoofden van de doelgroep en niet alleen in het ontbreken van voldoende adequaat aanbod. Juist het denken aan het taboe van het ouder worden, de angst van het verlies van het sociale netwerk en het vereenzamen, zijn problemen die geassocieerd worden met een dergelijke verhuizing.

Het verhuizen uit de huidige woning ligt gevoelig, omdat deze woning vaak wordt gezien als een verworvenheid waarvoor jaren lang gewerkt is. Vandaar dat de groep uitstellers de derde levensfase oprekt en de vierde levensfase om deze reden uitstelt. Een verhuizing naar de getoonde concepten wordt in dit verband als een 'achteruitgang' gezien. Over het algemeen geldt dat het segment uitstellers binnen de seniorendoelgroep een latente marktvraag heeft die pas over 5-10 jaar, afhankelijk van intredende fysieke beperkingen, een rite de passage, manifest gemaakt gaat worden. De groep van 65-74 jarigen is derhalve de *target* groep (de 55-64 jarigen van nu).

De ter beoordeling voorgelegde woon(zorg)concepten hebben hun sterkere en zwakkere punten. Voor een aantal concepten is geen doelgroep aanwezig. Voor de woonproducten A, D en F is de grootste doelgroep aanwezig, hoewel er optimaliseringsmogelijkheden aangeduid worden. Hierin was geen onderscheid te ontdekken tussen de landelijke en stedelijke verhuiscandidate respondenten. De prijs van de woonproducten wordt over het algemeen redelijk goed geschat. Het verschil tussen de werkelijke en de geschatte prijs was vaak minimaal. Woonconcepten worden onder meer beoordeeld op totaal vloeroppervlak, gelijkvloersheid, levensloopbestendigheid, (architectonische) uitstraling, voldoende lichtinval, de plaats van de keuken, een ruime buitenruimte (harde eis), de ruimte in de woning, de vorm van de slaapkamers (vierkant), een locatie (nabij voorzieningen) en een redelijk kleinschalig project. Extra's zijn onder meer een bijkeuken (voor wasmachine en droger), een (permanente) flexibiliteit van inrichting, parkeergelegenheid, een speelse indeling en een ruim ogende hal.

Verder bleek uit het onderzoek een verschil tussen meerpersoonshuishoudens en eenpersoonshuishoudens. De laatste groep is duidelijk kritischer in hun oordeel. Dit geldt in het algemeen voor de groep uitstellers. De verschillen tussen leeftijdsgroepen liggen vooral in de bereidheid en het bezig zijn met verhuizen. De keuze voor de getoonde woon(zorg)concepten wordt vooral bepaald door woonkwaliteit. Ten aanzien van dienstverlening en zorg is men terughoudender. Deze vraag naar dienstverlening en zorg ligt besloten in de dienstenvraag. Een vraag die de seniorendoelgroep zo lang mogelijk zelfstandig wil bepalen en erg afhankelijk is van een prijs kwaliteits afweging, een hang naar comfort en de gezondheidsurgentie. De seniorendoelgroep wil zo lang mogelijk de regie in eigen hand houden en wenst daarom een minimaal collectief dienstenpakket. Garantie op of facultatieve diensten worden beter gewaardeerd dan deze feitelijke aanwezige diensten. Wellicht heeft dit ook te maken met het geringe kennisniveau van dienstverlening en zorg van de doelgroep. Vooral het fenomeen garantiefonds wordt minimaal gewaardeerd en slecht begrepen, door vooral de 75-plussers. Qua voorzieningen in de woning wordt een gemene deler gehaald en worden alle aangeboden mogelijkheden van veiligheid en comfort goed gewaardeerd en als handig ervaren.

Samenvattend kan geconcludeerd worden dat 'verleiden' fysiek betekent dat senioren er welwillend tegenover staan om de huidige woning te verlaten in ruil voor te realiseren woon(zorg)concepten met de mogelijkheid van zorg en dienstverlening. Binnen de getoonde concepten verloopt dit verleiden, het afstemmen van de vraag aan het aanbod, uiterst moeizaam. Hierdoor ontstaat er een nieuwe huisvestingsvraag waarop ingespeeld moet worden door een marktconform huisvestingsaanbod. Marktconform betekent dit dat aan die woning-, woonomgevingskenmerken voldaan wordt die door de seniorendoelgroep gewenst worden. Deze kenmerken zijn hierboven per leeftijdsgroep beschreven.

Hoofdstuk 6 Voorstel implementatiestrategie 'conceptualisering en positionering'

De behandelde theorie omtrent vraag en aanbod op de seniorenwoningmarkt en dat wat geleerd is uit de praktijkstudie(s), middels de Multiple Case Study en de workshops, dienen te leiden tot een voorstel voor een implementatiestrategie voor seniorenwonen (met dienstverlening) voor Bouwfonds Property Development. In de voorgaande hoofdstukken is in dit verband al een aantal malen deze term voorgekomen. De behandeling ervan komt in dit hoofdstuk aan de orde. Hiermee wordt een antwoord gegeven op de vierde onderzoeksvraag:

Onderzoeksvraag 4: Op welke wijze kunnen de ontwikkelde concepten voor seniorenwonen succesvol geïmplementeerd worden in de praktijk?

Voor de beantwoording van deze vraag kunnen enerzijds oplossingen gezocht worden in het functioneren van de gehele seniorenwoningmarkt (vraag en aanbod) (ad 1) en anderzijds in de concrete toepassings(on)mogelijkheden van de conceptualisering van seniorenwonen (ad 2), opgedaan in de praktijkhoofdstukken, de Multiple Case Study en de workshops. Het onderzoek richt zich op de hoofdvraag: Welke kwalitatieve vraag is er aanwezig bij senioren uit het bovensegment ten aanzien van de woning, de woonomgeving en woon- en zorgdiensten en welke (mogelijke) woonconcepten sluiten daarop aan en hoe is dit te vertalen naar een succesvolle implementatiestrategie? Hiervoor wordt een voorstel gedaan op welke wijze woonconcepten (met dienstverlening) voor senioren geïmplementeerd kunnen worden in de seniorenwoningmarkt. Als input voor het te ontwikkelen voorstel voor de implementatiestrategie van seniorenwonen (met dienstverlening) gelden de theoretische inzichten uit de hoofdstukken twee en drie, de sterkten en zwakten uit de sterktezwakteanalyse en de 'lessons learned' van de Multiple Case Study (hoofdstuk vier), alsmede de resultaten van de workshops (hoofdstuk vijf).

Het hoofdstuk is als volgt opgebouwd:

- Marktgerichte conceptualisering van seniorenwonen (6.1);
- Uitgangspunten voor het te ontwerpen voorstel (6.2);
- Voorstel voor implementatiestrategie seniorenwonen (met dienstverlening) (6.3);
- Conclusie (6.4).

In het volgende hoofdstuk komen de conclusies en aanbevelingen aan de orde.

6.1 Marktgerichte conceptualisering van seniorenwonen: input vanuit kwaliteit, financiën en markt

Seniorenwoningen kunnen worden gezien als een product dat voortvloeit uit een beleidsstreven (top down) of uit een idee (bottom-up). Bij de implementatie van seniorenwoningen staat de optimalisatie van de afstemming tussen enerzijds de wensen van (potentiële) eindgebruikers en anderzijds het woonobject (met dienstverlening en woonomgevingskenmerken) als product centraal teneinde het gebruik (of: concurrentiepositie) ervan te vergroten in de (ondoorzichtige) gedifferentieerde seniorenwoningmarkt. Marktgerichte conceptualisering van seniorenwonen (met dienstverlening) onderscheidt zich van traditionele

conceptualisering, doordat bij de vormgeving van het product nadrukkelijk rekening gehouden moet worden met de wensen van de desbetreffende doelgroep van (potentiële) gebruikers (door hun input hierbij te gebruiken). Meer nadruk op marktgerichte conceptualisering is dus noodzakelijk, zeker omdat de doelgroep meer keuzemogelijkheden heeft en in toenemende mate bewust gemaakt moet worden van de woonmogelijkheden en voordelen van nieuwe woonvormen ten opzichte van de huidige woning.

◆ **Bouwkundige kwaliteit, financiën en markt**

Uit voorgaande hoofdstukken blijkt dat er bij het ontwikkelen van seniorenwoningen een evenwicht gevonden moet worden tussen bouwkundige kwaliteit, markt (vraag naar een bepaald woningtype en dienstenpakket) en financiën. Aandacht voor slechts één of twee van deze invalshoeken leidt tot gebrekkige resultaten. Veelal stond de afweging tussen alleen het bouwkundige en het financiële aspect centraal bij het ontwikkelen van woonobjecten (met dienstverlening) voor senioren. Daar is echter een derde invalshoek bijgekomen: de markt. Dit betekent dat er naast de woningkenmerken en woonomgevingskenmerken rekening gehouden moet worden met de gedifferentieerde vraag op de markt vertaald naar verschillende woningtypologieën en dienstenpakketten en het onderscheidende vermogen van het vastgoedconcept ten opzichte van het concurrerende aanbod.

◆ **Organiserend vermogen**

Het afstemmingsproces tussen de drie aspecten stelt hoge eisen aan het organiserend vermogen van Bouwfonds Property Development). Deze drie invalshoeken dienen per project nadrukkelijk vertegenwoordigd te zijn. Voor de marktafzet moet een aparte functie zijn voor de inbreng van de eindgebruiker, naamsbekendheid van het concept, de transparantie ervan (de onderligger van het project), de inhoud. Deze zijn attractiebepalend.

◆ **Marktonderzoek/realisme geïntegreerd in het proces**

Vanaf het begin dient er vanuit de invalshoeken bouwkundige kwaliteit, middelen en markt invulling gegeven worden aan het proces. Dit proces begint met het kijken op een hoger niveau. Zoals in hoofdstuk twee is aangegeven moet er gekeken worden waar de kansen liggen. Marktonderzoek kan daarbij ondersteunend zijn om op regionaal en lokaal niveau te kijken waar er kansen liggen. De (strategische) vraag binnen het seniorenwonen (met dienstverlening) die daarbij opgeld doet is: Waar wil Bouwfonds Property Development naar toe met betrekking tot seniorenwonen (met dienstverlening) in Nederland? Daarvoor zijn vragen van belang als: wat wil de doelgroep?, Welke ontwikkelingen spelen in de seniorenwoningmarkt?, Wat betekent dat voor de vormgeving van het bouwkundige plan, de dienstverlening en woonomgevingskenmerken?, Hoe wordt de doelgroep bereikt?, Op welke wijze komt de dienstverlening tot stand?, Welke (externe) partij kan deze dienstverlening voor Bouwfonds Property Development optimaal regelen? Ten behoeve van de implementatiestrategie is het van belang te kijken naar de verschillende ontwikkelfasen en te bedenken wat er per fase belangrijk is ten aanzien van de marktvrage en aanbod en de afstemming hiertussen.

Initiatieffase

Het begint met het ontwikkelen van een concept voor seniorenwonen (met dienstverlening) op basis van marktonderzoek, de potentie van of roep uit de markt, vergelijkend onderzoek en klanttevredenheidsonderzoek. Dit laatste vanwege enerzijds strategische overwegingen om de seniorenwoningmarkt te bereiken en/of anderzijds vanwege het imago als marktleider in ontwikkelend Nederland. Op projectniveau dient het concept specifiek toegespitst worden op een geselecteerd segment van de seniorendoelgroep. De wensen en de eisen van de doelgroep dienen geanalyseerd te worden, maar

ook de afzetmogelijkheden in de markt. Hierbij speelt (politiek, maatschappelijk, economisch) draagvlak een belangrijke rol, evenals de aanwezigheid van potentiële ontwikkellocaties en de inzet van de eindgebruiker zelf.

Planvormingsfase

In de planvormingsfase gaat het meer over het product en de diensten zelf. Hoe worden de wensen en eisen van de doelgroep vertaald naar de invulling van een project. Tevens is het nuttig om de marktpartijen uit de beoogde doelgroep zelf mee te laten denken of het concept (wonen en dienstverlening) aansluit bij de wensen of het project in samenwerking uit te werken. Product en plaats zijn namelijk erg van belang om de belangstelling van deze partijen te wekken en de aantrekkingskracht van het concept te vergroten.

Realisatiefase

In de realisatiefase staat het bouw- en woonrijp maken centraal. Gericht op seniorenwonen betekent dit een solide bouwkundige kwaliteit en adequate, gegarandeerde dienstverlening op maat en naar wens. Bij de uitgifte gaat het om promotie, acquisitie en prijs die de aantrekkingskracht van een concept vergroten moet. Wanneer de factor markt aandacht heeft in deze fase, dan moet er gerichte promotie en acquisitie plaatsvinden. De doelgroep is bekend en duidelijk is hoe deze te bereiken. Centrale vraag bij wonen met dienstverlening voor senioren is: welke elementen kunnen het beste benadrukt worden in de communicatie van het concept naar buiten? Een van de belangrijkste aspecten bij het bereiken van de doelgroep cq. de communicatie is het vermijden van het benadrukken van zorg en oud worden en het eenvoudig benadrukken van de woonkwaliteit en de vrijblijvendheid van dienstenpakketten. De effectiviteit van promotieactiviteiten is vooral merkbaar wanneer er in een vroeg stadium over de invulling nagedacht wordt.

Exploitatiefase

Na vestiging is het van belang in contact te blijven met de eindgebruiker, ook al is een Vereniging van Eigenaren ontstaan. Het onderhoud van het terrein en de aanwezige dienstverlening zijn belangrijke facetten. Relatiebeheer moet passen in het beheersprogramma voor Bouwfonds Property Development. Deze verantwoordelijkheid dient ondergebracht te worden bij een dienstverlenende partij.

◆ **Flexibiliteit**

Bij het in de markt kijken over een periode die onzekerheid met zich meebrengt, is het van belang dat ook de markt voortdurend gevolgd wordt. Dit kan voor de conceptualisering soms leiden tot flinke bijsturing omtrent het aanbod, omdat de marktvraag wijzigt of anders is dan verwacht werd. Tevens is het goed de positie van pilotprojecten toetsen ofwel projecten te realiseren om blijvende marktbinding te behouden. Deze evaluatie bestaat uit het toetsen van veranderende omstandigheden in de markt, het toetsen van projecten onderling en de marketinginspanningen om senioren te bereiken en te verleiden. De essentie van de markttoets binnen het ontwikkelproces is de input van marktkennis. De hoofdvraag die gesteld dient te worden is of een concept nog wel succesvol is en niet het gestelde doel voorbijstreeft bij eventueel veranderende marktomstandigheden. Deze markttoets dient ook in de planvorming een nadrukkelijker rol te krijgen ter voorkoming van het eenzijdig opzetten van structuren en kwaliteitseisen ten aanzien van vastgoedcategorieën wonen met dienstverlening. Dit dient te voort te komen uit actuele marktkennis.

6.2 Uitgangspunten voor het te ontwerpen voorstel

Het ontwikkelen van marktconforme seniorenwoningen (met dienstverlening) is een zeer complexe aangelegenheid. Ten aanzien van de implementatie moet rekening gehouden worden met twee belangrijke aandachtspunten. Ten eerste de complexe organisatievorm die nodig is voor het slagen van dergelijke seniorenwoonprojecten (met dienstverlening). Vele partijen zijn in het ontwikkelproces betrokken. Bij een ontwikkelaar van/aanbieder van een concept dienen vele taakvelden behandeld te worden en is het verstandig specifieke kennis hiertoe ter hand te nemen (zorgwet- en regelgeving). Het credo dat daarbij gehanteerd dient te worden is: *doen waar je goed in bent*. Belangrijk is dat er al in een vroeg stadium geredeneerd wordt vanuit de marktbehoefte. Voor Bouwfonds Property Development geldt in deze dat vooral gedacht moet worden in de conceptualisering van wonen en dienstverlening voor seniorenwonen. De daadwerkelijke uitvoering van cq. de regie over dienstverlening (zorg, gemak/service en onderhoud) moet daarbij overgedragen worden aan een partij met expertise op dat vlak.. Er dient afzonderlijk van of in overeenstemming met gemeentelijke doelstellingen en visies (het gemeentelijke ontwikkelniveau, dienstverlenende niveau), aanleiding gevonden worden om tot conceptualisering van seniorenwonen over te gaan. Dit op grond van de reeds aangeduide ontwikkelingsmogelijkheden op basis van (kwalitatief en kwantitatief) marktonderzoek, vergelijkend onderzoek, klanttevredenheidsonderzoek. Hierbij kan door middel van samenwerking of input van externen/derden (zorgspecialisatie en regelgeving) een verdieping in de conceptualisering tot stand gebracht worden. Ook op gemeentelijk niveau wordt gestreefd naar een gewenste en realiseerbare product/dienstmarkcombinatie. Afstemming tussen het gemeentelijke/dienstverlenende niveau en het niveau van de ontwikkelaar is noodzakelijk om een concept succesvol te implementeren in de markt. Daarbij dient vanuit de visie en doelstellingen van deze partijen rekening gehouden worden met de wensen en de eisen van de eindgebruikers.

Op productniveau wordt een specifieke invulling gegeven aan al deze doelstellingen, visies, wensen en eisen op projectniveau. Dit impliceert dat er vooral geïnvesteerd zal moeten worden in de kennis van zorg en welzijn en lokale netwerken. Het voorgaande betekent dat woningbouwontwikkelaars, corporaties, projectontwikkelaars en institutionele beleggers, in hoge mate moeten gaan samenwerken met het betrokken overheidsniveau, zorginstellingen en met elkaar. In de samenwerking gaat het erom dat elkaars taal gesproken wordt en een meerwaarde wordt gegenereerd op het gebied van woningbouwbeleid en gebiedsontwikkeling evenals modernisering van dienstverlening en zorgfaciliteiten. Door de krachten te bundelen, kan meer kwaliteit geboden worden, ieder vanuit de eigen core-business. Ten tweede moet flexibiliteit in het ontwikkelproces ingebouwd worden gezien de dynamiek van de markt en verdere vertragende en complicerende factoren. Het monitoren van de markt dient structureel van aard te zijn en de participatiegraad van in het ontwikkelproces betrokken partijen hoog.

De filosofie van conceptualisering van seniorenwonen (met dienstverlening) is dat de markt vraag centraal staat bij het ontwikkelen van producten (en diensten). Voor veel aanbieders blijkt dit afstemmen ten aanzien van het ontwikkelen een moeilijk uitgangspunt. Het vroegtijdig in beeld brengen van de markt en het vervolgens monitoren en betrekken van de markt moet er voor zorgen dat op het moment dat het product op de markt komt ook daadwerkelijk sprake is van een marktconform product (met eventuele dienstverlening) en dat er voor het product ook belangstelling is. Zeker ten aanzien van seniorenwoningen is het van belang dat de nieuwe woning iets extra's biedt ten aanzien van de huidige woning. Dit blijkt zeker uit de inzet van aanbieders van woonobjecten voor senioren om potentiële vraag op te wekken en uit de vraag en de houding van de doelgroep ten aanzien van de in de workshops getoonde concepten.

Dat dit van belang is, wordt onderbouwd door drie argumenten.

Ten eerste neemt het ontwikkelen van woonobjecten (met dienstverlening) voor senioren veel tijd in beslag. Door een groot aantal problemen (juridisch, perceptueel, sociaal-maatschappelijk, financieel-economisch), zoals verwoord in hoofdstuk vier, is het zeker dat marktanalyse niet volstaat. Als op bestuurlijk niveau geen doorgang gegeven kan worden (wordt) voor een bepaalde ontwikkeling, is het van belang in te zien op welke wijze welk kansen benut kunnen worden in de markt, zonder dat concepten ingehaald worden door de tijd en verouderd zijn bij oplevering.

Ten tweede is commitment voor het ontwikkelen van seniorenwoningen (met dienstverlening) nodig. Bij een dure, tijdrovende aangelegenheid, dienen de vele betrokken partijen de meerwaarde van een concept in te zien.

Ten derde is doorzichtigheid en naamsbekendheid van een concept nodig. Wanneer er in het ambitieniveau rekening gehouden wordt met de realiteitszin en de beeldvorming van een concept, wordt de juiste doelgroep gehaald en verleid.

Gesteld wordt in dit onderzoek dat er ten behoeve van het ontwikkelen van marktconforme woonproducten (met dienstverlening) een voortdurend samenspel noodzakelijk is tussen bouwkundige kwaliteit, financiën en markt(realisme). Het zwaartepunt verschilt per project. Veel aanbieders van concepten voor seniorenwonen hebben te veel aandacht voor kwaliteit en financiën en beginnen te laat met de markt: de afzet en verkrijgen van voldoende belangstelling. De meest essentiële factor is dat de wensen van de doelgroep vertaald worden in het product/concept. Daarvoor is in een vroeg stadium inzicht nodig in de markt en tijdens het ontwikkelproces voldoende mogelijkheid nodig om bij wijzigende omstandigheden accuraat en flexibel te kunnen reageren en een verfijning of vergroving in te zetten.

Op basis van de inzichten uit de hoofdstukken twee, drie, vier en vijf betekent dit dat er een op maat gesneden woonproduct (met dienstverlening) als standaard moet gelden met bepaalde woning- en woonomgevingskenmerken, uitgaande van een doelgroep met een bovenmodaal inkomen (zie bijlage 5).

6.3 Voorstel implementatiestrategie senioren 'wonen met dienstverlening'

Er bestaat op de woningmarkt voor senioren met een inkomen boven modaal een spanningsveld tussen vraag en aanbod. Dit spanningsveld wordt gevoed door de terughoudendheid van zowel vraag als aanbod. De *vraag* (de bovenmodale senioren) beoordeelt de speciaal voor hen op de markt aangeboden en recent gerealiseerde woon(zorg)concepten met dienstverlening als kwalitatief mindere producten. Ze sluiten niet aan op hun woonwensen. Veel optimaliseringsmogelijkheden worden gewenst. Deze terughoudendheid maakt dit seniorensegment erg honkvast. Toch komt er een moment dat senioren dienen te kiezen uit het voor hen beschikbare aanbod.

Het *aanbod* (de aanbieders) wil op dit moment anticiperen door concepten te realiseren die aansluiten op de woonwensen van de bovenmodale senioren. De aanbieders zijn zowel geïnteresseerd in als terughoudend ten aanzien van dit segment van de seniorendoelgroep. De interesse wordt enerzijds gewekt door de grootte van het segment. De bovenmodalen bestrijken veertig procent van de gehele seniorenpopulatie. Anderzijds omdat er nog maar weinig voor dit seniorensegment gerealiseerd is. Er lonken ontwikkelingsmogelijkheden. De terughoudendheid komt enerzijds door de risico's die schuil gaan bij het ontwikkelen voor deze doelgroep. De marktvaart van dit seniorensegment is erg ondoorzichtig en gedifferentieerd en daardoor moeilijk op een goede wijze te beantwoorden. Het blijkt moeilijk te zijn de visie en doelstellingen van de

senioren met een bovenmodaal inkomen te vertalen naar pasklare marktconforme producten. Investeren in deze doelgroep gebeurt daarom stapvoets. Anderzijds beseffen aanbieders dat er in dit marktsegment behoedzaam keuzes gemaakt moeten worden. Ondanks de kansen verloopt het moeizaam met de reeds gerealiseerde concepten. Dit komt doordat het werkelijke toppunt van de marktvraag van dit segment pas over tien jaar ligt. Veel wordt er daarom nog niet gebouwd voor dit seniorensegment, maar in de nabije toekomst liggen er dus zeker mogelijkheden.

Bij een mismatch voldoet het aanbod aan geleverde woonproducten- en diensten niet aan de verwachtingen van de doelgroep. Een frictie die ongedaan gemaakt dient te worden, wil Bouwfonds Property Development succesvol voor deze markt kunnen ontwikkelen. De markt van woon(zorg)concepten voor senioren met een bovenmodaal inkomen is derhalve niet zonder risico's. Een aantal feitelijkheden over de markt, opgedeeld in *kansen en bedreigingen*, en wensen ten aanzien van woning, woonomgeving en dienstverlening, opgedeeld in *do's en dont's* kunnen ertoe bijdragen een deel van deze frictie op te heffen (zie tabellen 6.1 tot en met 6.3). Door deze zichtbaar te maken, wordt direct efficiënt geïnvesteerd in de verkoop of verhuur van woningen. Het succes van een concept heeft Bouwfonds Property Development dus voor een belangrijk deel in eigen hand.

◆ *Kansen en bedreigingen*

Tabel 6.1: *Kansen en bedreigingen in de woningmarkt van bovenmodalen.*

Kansen	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"> - het bovenmodale seniorensegment bestrijkt 40% van de gehele seniorenmarkt (975.000) - ondanks de hoge honkvastheid is het bovenmodale seniorensegment veel jonger dan de modale seniorendoelgroep. 59% van de bovenmodalen heeft een leeftijd tussen 55-64 jaar - bovenmodalen hebben mede doordat veel een koopwoning bezitten voldoende financiële middelen - bovenmodalen kunnen opgedeeld worden in <i>een kleine groep voorsorteerders</i> (voortijdige verhuisgeneigden die op zekerheid al verhuizen naar een woning die het meest pas bij hun woonwensen) en <i>een grote groep uitstellers</i> (zittenblijvers die de herhuisvestingsbeslissing zo lang mogelijk uitstellen en op een urgent moment in de toekomst een suboptimale woonbeslissing nemen) - bovenmodalen willen graag (zijn erg bereid om) mee (te) praten over nieuwe woonconcepten en hun redenen al dan niet te verhuizen - bovenmodalen willen betrokkenheid bij ontwikkelingen en initiatieven in de markt - de nieuwe woning dient een verleidingsmotief in zich te hebben - de bovenmodalen willen keuzevrijheid en flexibiliteit / vrijblijvendheid - jonge uitstellers (55-74 jarigen) kunnen nog andere (voortijdige) verhuisbeslissingen nemen 	<ul style="list-style-type: none"> - bovenmodalen hebben een grotere kwalitatieve woonvraag dan modalen - de woonvraag van deze bovenmodalen is erg divers en ondoorzichtig - bovenmodalen zijn erg veeleisend wat het moeilijk maakt de juiste woonwensen conceptueel in te vullen - de bovenmodalen zijn nog minder verhuisgeneigd dan modalen (vooral 55-64 jarigen) - door de financiële middelen wordt de huidige woning aangepast en zodoende de derde levensfase opgerekt en de vierde opgeschoven - de reeds gerealiseerde woonconcepten hebben weinig draagvlak in dit marktsegment en worden geassocieerd met een achteruitgang in woonkwaliteit/comfort, sociaal netwerk en versnelde ouderdom - bovenmodalen willen nog meer dan modalen de regie over het eigen leven in eigen hand houden en zelfstandig de toekomstige woonvraag inrichten - de grootste groep uitstellers met het meeste potentieel voor de toekomst is niet echt bezig met verhuizen (55-74 jarigen) wat het moeilijk maakt aanbod te realiseren dat leidt tot een verhuizing - voorsorteerders worden wel en uitstellers worden niet door de marketingcommunicatiemiddelen bereikt - oude uitstellers (75-plussers) zullen bij onvoldoende passend aanbod op de huurmarkt actief worden

◆ *Woonwensen: woning en woonomgeving*

Tabel 6.2: *Do's en dont's, satisfiers en dissatisfiers ten aanzien van woning en woonomgeving voor bovenmodalen.*

Do's	Dont's
<ul style="list-style-type: none"> - woonruimte van minimaal 120 m² - traploze bereikbaarheid - eisen van seniorenlabel - twee royale vierkante slaapkamers van minimaal 20 en 16 m² - parkeerruimte bij woning - bergruimte/bijkeuken - royale buitenruimte (balkon/terras/loggia) van minimaal 15m² - locatie nabij (dagelijkse, medische, vervoers-) voorzieningen - keuzevrijheid - rust en privacy - sociaal en verkeersveilige omgeving - kleinschalig project - contactmogelijkheden in de buurt 	<ul style="list-style-type: none"> - veel deuren in de woning - te weinig ruimte - geen keuzevrijheid - te klein balkon - pijpenla's - te weinig lichttoetreding - drukke omgeving - groot complex
Satisfiers	Dissatisfiers
<ul style="list-style-type: none"> - keuken - veel ramen - speelse indeling - parkachtige omgeving - voldoende voorzieningen nabij - ruim ogende hal - bijkeuken - doorgang van slaapkamer naar badkamer 	<ul style="list-style-type: none"> - architectuur - te weinig kamers - ligging - te weinig lichttoetreding - te klein balkon - pijpenla's (kamers en hal) - slecht bereikbare voorzieningen - afgelegen locatie

◆ *Dienstverlening*

Tabel 6.3: *Do's en dont's ten aanzien van dienstverlening voor bovenmodalen.*

Do's	Dont's
<ul style="list-style-type: none"> ▪ bovenmodalen zo lang mogelijk dienstverlening zelf laten regelen en alle zaken tegen eigen wil laten doen (zelfredzaamheid) ▪ een huisvestingsconcept inclusief beheer, onderhoud en caremanager / huismeester ▪ (eenvoudige) marketingcommunicatiemiddelen om de transparantie en interesse voor dienstverlening te bevorderen en de beeldvorming te verbeteren van de (on)mogelijkheden ▪ veel vrijblijvende en garantie op / facultatieve dienstverlening ▪ prijsvergelijkingsmogelijkheden ten behoeve van de voordelen van dienstverlening individueel versus collectief ▪ inspraakbevoegdheid voor bovenmodalen voor beter maatvoering van dienstverlening ▪ acceptabele kosten tegen geleverde diensten 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ communiceren over eventuele zorgbehoefte in een concept ▪ ingewikkelde betalingsregelingen voor dienstverlening en zorg ▪ verplichte collectieve dienstverlening

Op basis van dit voorgaande kan gesteld worden dat Bouwfonds Property Development haar marktaandeel gericht op seniorenhuisvesting marktgericht kan vergroten door zich specifiek te richten op het bovenmodale seniorensegment. De grootste woningontwikkelaar van Nederland dient voorop te lopen in de ontwikkeling en implementatie van nieuwe woon(zorg)concepten voor senioren met een inkomen boven modaal. Het is een jong segment dat grotendeels niet verhuisgeneigd is. Een groter passend aanbod voor deze senioren is van maatschappelijk belang. Ondanks de hoge honkvastheid is er wel voldoende potentieel voor Bouwfonds Property Development om zich op dit marktsegment te richten. Bouwfonds Property Development zal daarom nieuwe ontwikkelmogelijkheden moeten generen op de markt voor senioren met een inkomen boven modaal. Maar om dit potentieel goed te kunnen genereren dienen strategische keuzen gemaakt te worden. Strategisch om zonder onoverkomelijkheden dit interessante seniorensegment van passende woningen te kunnen voorzien.

In dit verband is het daarom noodzakelijk de twee te onderscheiden groepen, uitstellers en voorsorteerders, dusdanig te waarderen bij de conceptualisering van woonproducten voor de bovenmodale senioren. De twee genoemde groepen onderscheiden zich naar grootte en naar tijdstip dat huisvestingsgedrag fysiek zichtbaar wordt. De groep uitstellers is veel groter dan de groep voorsorteerders (88,2% tegen 11,8%). Qua huisvestingsgedrag gaat het bij voorsorteerders om huidig gedrag en bij uitstellers om gedrag in de toekomst. Deze laatste groep is in tegenstelling tot de voorsorteerders niet verhuisgeneigdheid. Zij willen zo lang mogelijk in de woning blijven waar ze jaren lang voor gewerkt hebben en in hun wooncarrière naar hebben toegeleefd. Een verworvenheid die ze niet zomaar achter willen laten en van willen genieten wanneer ze senior zijn. Uitstellers zijn daarom minder kritischer in de woonkeuze op het moment dat voor een nieuwe woonsituatie gekozen wordt. Dit komt omdat zij deze woning zien als de laatste stap in de wooncarrière, waarin ze nog een korte tijd genieten van het leven. Zij doen dan ook zonder grote problemen grote concessies op het moment dit tijdstip aanbreekt veelal veroorzaakt door lichamelijke en gezondheidsproblemen. Uitstellers hebben een latente huisvestingsvraag die over vijf a tien jaar manifest gemaakt wordt. Voorsorteerders kiezen daarentegen voortijdig een woning die past bij hun woonwensen. Zij willen anticiperen op deze toekomstige problemen en voorzien zichzelf van een woning die past bij hun woonwensen. De projecten die reeds gerealiseerd zijn, trachten deze voorsorteerders te voorzien van passende woonruimte. Het blijkt dat dit nog niet optimaal gebeurt.

Tabel 6.4: Aantal uitstellers en voorsorteerders onder bovenmodale senioren, 2002.

Leeftijd	Bovenmodalen							
	Absoluut	Relatief		Absoluut	Relatief		Absoluut	Relatief
	Aantal	Aantal	Uitstellers	NVG*	NVG*	Voorsorteerders	VG*	VG*
55-64 jaar	575.000	59,0%	52,1%	88,2%	507.000	6,9%	11,8%	68.000
65-74 jaar	264.000	27,0%	23,6%	87,5%	231.000	3,4%	12,5%	33.000
75+ jaar	136.000	14,0%	12,5%	89,1%	122.000	1,5%	10,9%	15.000
Totaal	975.000	100%	88,2%	88,2%	860.000	11,8%	11,8%	116.000

NVG*: niet verhuisgeneigd

VG*: verhuisgeneigd

Voor Bouwfonds Property Development zijn, binnen het kennisniveau van de wensen ten aanzien van woning, woonomgeving en dienstverlening, de uitstellers de interessantste groep. Een groep, die zoals

aangeven, niet door de marketingcommunicatiemiddelen van de reeds gerealiseerde concepten wordt bereikt in tegenstelling tot de voorsorteerders. Binnen deze groep uitstellers zijn qua directe ontwikkelmogelijkheden de huidige 75-plussers niet interessant. Hoewel deze groep het eerst te maken krijgt met een verhuisbeslissing, is deze beslissing bewust nog niet genomen. Daarom zal deze groep niet bereikt worden door nieuwe te realiseren concepten en verleidingstechnieken. Het is een relatief kleine groep (122.000), die haar heil vooral zoekt in de huursector, maar wel het meest geïnteresseerd is in woningen met dienstverlening. De **targetgroep** is vooral de groep uitstellers in de leeftijd tussen 55-74 jaar. Deze groep is weliswaar nog niet echt bezig met verhuizen (de 55-64 jarigen minder dan de 65-74 jarigen), maar is wel het grootst. Van deze leeftijdsgroepen kunnen **738.000** bovenmodalen tot de groep uitstellers gerekend worden. Een aantal met potentie voor Bouwfonds Property Development waaraan niet voorbij gegaan kan worden om passende woningen voor te bouwen. Wanneer dit niet gedaan wordt, zullen deze senioren of concurrerend aanbod kiezen of hun verhuisbeslissing voor hen uit schuiven en op de huurmarkt actief worden. Het is dus belangrijk de honkvastheid ongedaan te maken en de uitstellers voortijdig te binden. Uitstellers dienen daarom inzicht te krijgen in de (on)mogelijkheden op de markt en geïnteresseerd te raken om te verhuizen. Ofwel latente woonvraag onder de uitstellers moet voortijdiger manifest gemaakt worden. Een uitdaging maar zeker geen onbegonnen zaak.

Het is de kunst de uitstellers te verleiden tot een verhuizing. De volgende verleidingstechnieken dragen hieraan bij:

- Folders / Factsheets / Nieuwsbrieven
- Advertenties in vakbladen / dagbladen
- Beurzen / Seminars / Workshops / Voorlichtingsdagen / Spreekavonden
- Netwerken / Persoonlijk contact
- Structureel werkoverleg
- Chatsessies / Enquêtes / Discussieforums

Hierbij is het belangrijk voor Bouwfonds Property Development de volgende strategie te volgen:

- het opwekken van de marktvraag door eerst te communiceren met toekomstige gebruiker(s) en te vragen naar de eisen en wensen ten aanzien van wonen en dienstverlening;
- doelgericht selecteren van (ontwikkelings)locaties op basis van deze informatie en in samenspraak met de doelgroep het product (met het concept als grondlegger) uit te ontwikkelen;
- het ontwikkelen en bouwen van concrete plannen die onderscheidend zijn ten opzichte van concurrerend aanbod en het evalueren en toetsen van de marktpotentie van deze projecten door middel van de markttoets .

Dit voorgaande betekent dat er geen uniform pasklaar product ontwikkeld en geïmplementeerd dient te worden dat meerdere malen uitgezet kan worden in verschillende settings. Op deze wijze worden de diverse en ondoorzichtige wensen ten aanzien van woning, woonomgeving en dienstverlening, zoals verwoord in de tabellen 6.1 -.3, niet beantwoord. Daarvoor is de doelgroep, de uitstellers, te gedifferentieerd. Een productmatige uitwerking passend bij de lokale woonvraag dient te worden toegepast. Hierbij vindt een continue afstemming plaats tussen vraag en aanbod, wat de effectiviteit en de marktconformiteit van het lokale product ten goede komt. De senioren met een inkomen boven modaal willen namelijk producten naar wens en op maat.

Door de doelgroep een actieve rol te geven en mee te laten denken over nieuwe huisvesting, kunnen ze verleid worden. Door in samenspraak met senioren woonconcepten te realiseren en hen in toenemende mate te betrekken, ontstaat er draagvlak onder de senioren. Zodanig dat er producten ontstaan in een omgeving waar senioren graag komen en wonen. Om dit te bereiken moet de woonconsument in het ontwikkelproces centraal staan. Er moet met hen gecommuniceerd worden. Door hen een centrale rol te geven in het ontwikkelproces, kan tegemoet gekomen worden hun woonwensen en de wens om zeggenschap, flexibiliteit (/keuzevrijheid) en klantvriendelijkheid.

Samenwerking met de lokale senioren levert extra kennis op van de wensen en geeft de nieuwe woning en woonomgeving cachet, een beleving dat een stap voorwaarts in de wooncarrière gezet kan worden. Vraag de potentiële woonconsumenten naar hun eisen en wensen ten aanzien van woning, woonomgeving en dienstverlening. Zo zien ze in dat ze de mogelijkheid krijgen om hun individuele wensen te bewerkstelligen. Bovendien worden ze getriggerd na te denken over de toekomstige woonvraag, krijgen ze inzicht in de (on)mogelijkheden op het gebied van woon(zorg)concepten met dienstverlening op de markt. De uitstellers worden voortijdig gebonden. Potentiële woonconsumenten kijken vooral naar kwaliteit van de woning en de locatie: het openbare gebied, de bereikbaarheid en de voorzieningen in de wijk. De locatie dient naast de woning een belangrijke rol te krijgen in de woningontwikkeling voor senioren. Bovenmodalen wensen een kleinschalige locatie (maximaal 40 woningen in een complex) en een omgeving waar het veilig, rustig is, die interessant en aansprekend is om te wonen. Een plek waar iets te beleven valt en waarin voldoende (dagelijkse, medische en vervoers-) voorzieningen aanwezig zijn. Een plek waarmee senioren zich verbonden voelen. Een plek dus niet ver van de vorige woning en woonomgeving vandaan. Pas wanneer projecten iets positiefs toevoegen aan de omgeving en voor de senioren, ontstaat er draagvlak. Bij dit consumentgericht ontwikkelen is het van belang onderscheidend te zijn. Gebiedsgerichte ontwikkeling met meer aandacht voor de woonomgeving en niet het aanbieden van een totaal pakket, maar een pakket van ettelijke keuzen en betrokkenheid die door de potentiële bewoners gewenst worden, is het devies. Weten wat er lokaal precies speelt en wat er gewenst wordt, is daarbij van doorslaggevend belang. Dit past bij een meer marktgerichte benadering. Het is een kwestie van het overtuigen van de doelgroep. Dit blijkt moeilijk te zijn, maar is niet onmogelijk.

Na het bepalen van de implementatie, volgt de tactiek, die omschreven kan worden als een bij de omstandigheden aangepaste wijze van handelen om een bepaald doel te bereiken. De tactiek omvat het concretiseren van de implementatie en de daarmee samenhangende activiteiten als productbeleid, prijsbeleid, distributiebeleid, promotiebeleid, politiek beleid, personeelsbeleid en partnershipbeleid. Met deze mix worden alle aspecten die van belang zijn bij productontwikkeling in kaart gebracht. Hierbij dienen de senioren nadrukkelijk betrokken te worden, want dit willen ze ook. Gezien de grote diversiteit aan woonwensen, de hoge eisen die gesteld worden aan het woonproduct, de moeilijkheid om pasklare producten te leveren en de moeilijkheid de doelgroep te verleiden, is een productmatige uitwerking van een concept noodzakelijk.

6.4 Conclusie

Bij het positioneren en conceptualiseren van 'wonen met dienstverlening' voor senioren gaat het er vooral om dat de wensen en de eisen van de eindgebruikers optimaal bereikt worden en dat de aangeboden concepten hieraan beantwoorden. Hiertoe dient collectief maatwerk gerealiseerd te worden. Concreet betekent dit dat wanneer er een verhuisbeweging onder deze doelgroep opkomt, ondanks de hoge honkvastheid, de seniorendoelgroep moet worden verleid. Om dit te bereiken moet goed in beeld gebracht zijn wie de markt is, hoe deze het best bereikt kan worden en welke wensen er ten aanzien van wonen en dienstverlening onder deze woonconsumenten leven. De sleutel van deze strategie is de wijze waarop er met de doelgroep contact gelegd wordt en er wordt gecommuniceerd. Het kenbaar laten maken van de wensen door de doelgroep staat centraal. Mogelijkheden moeten daarom geboden worden die refereren aan de feiten uit de markt. Het elkaars taal spreken van een ontwikkelaar en een (semi-)overheid en/of dienstverlenende partij door visie en doelstellingen complementair te maken is daarbij essentieel. Het is daarom goed dat een ontwikkelaar als Bouwfonds Property Development een 'bril' opzet die strookt met de perceptie van de eindgebruikers en de partijen die in het ontwikkelproces betrokken zijn. Om optimaal in te spelen op de groeiende vraag naar passende huisvesting voor senioren, wordt een klantenbenadering vereist met meer input van de eindgebruiker aan het begin van en gedurende het ontwikkelproces. Op deze manier bereidt een ontwikkelaar zich voor op de 'schoonheidswedstrijd' bij de aanbesteding van wonen en diensten voor de in het ontwikkelproces betrokken partijen ten opzichte van concurrenten.

Hoofdstuk 7 Conclusies en aanbevelingen

De conceptualisering en positionering van seniorenwoningen wordt steeds belangrijker gezien de bouwopgave voor de toekomst en de vraag- en aanbodsituatie op de seniorenwoningmarkt. Conceptualisering en positionering zijn niet het labelen van woningen op grond van de marktvraag. Conceptualisering en positionering liggen meer in de sfeer van een marktgerichte fundamenteelere afstemming van vraag en aanbod. De essentiële factor hierbij is het vertalen van de wensen van de doelgroep(en) in het eindproduct. In dit onderzoek is gezocht naar de (on)mogelijkheden binnen de reikwijdte van de markt om senioren te 'verleiden' om te verhuizen naar op hun doelgroep afgestemde woonconcepten/producten en dit te integreren in de conceptualisering en positionering om zodoende dit inzicht in de marktvraag vorm te geven.

Aan dit onderzoek ligt de volgende probleemstelling ten grondslag:

Welke kwalitatieve vraag is er aanwezig bij senioren uit het middenhoge segment ten aanzien van de woning, de woonomgeving en woon- en zorgdiensten en welke (mogelijke) woonconcepten sluiten daarop aan en hoe is dit te vertalen naar een implementatiestrategie?

Daarbij moet aan de volgende doelstelling voldaan worden:

Het in beeld brengen van de kwalitatieve (en eventueel) kwantitatieve marktvraag naar woonconcepten voor senioren en de implementatiestrategie van woon(zorg)concepten in het ontwikkelproces van seniorenwoningen en de daarbij benodigde instrumenten.

Dit laatste hoofdstuk van het onderzoek bevat conclusies en aanbevelingen die volgen uit de voorgaande hoofdstukken van dit onderzoek. De conclusies zijn de antwoorden op de probleemvraag. De aanbevelingen zijn (vrijblijvende) adviezen aan Bouwfonds Property Development (en regio's) waarmee, in het licht van dit onderwerp, extra aandacht zou moeten worden besteed, of waaraan direct gehoor aan gegeven zou moeten worden. Het hoofdstuk sluit af met aanbevelingen voor vervolgonderzoek.

7.1 Onderzoekresultaten

Om de probleemvraag te kunnen beantwoorden is er in dit onderzoek gebruik gemaakt van een viertal onderzoeksvragen.

De eerste drie onderzoeksvragen zijn normatief van aard.

1. Hoe is de vraag- en aanbodsituatie van seniorenwoningen in Nederland en hoe voltrekt zich het woningontwikkelproces?
2. Hoe zien op hoofdlijnen de woonwensen van de senioren eruit (woning, woonomgeving, woon- en zorgdiensten) en wat is hun woningmarktgedrag en de verhuisgeneigdheid in theorie en praktijk?
3. Hoe waarden senioren enkele recent gerealiseerde woon(zorg)concepten en hoe zijn de senioren op grond van helder geformuleerde criteria te 'verleiden' om te kiezen voor deze concepten?

De vierde onderzoeksvraag betreft het ontwikkelen van een implementatievoorstel van conceptualisering en positionering van woon(zorg)producten/concepten voor de seniorendoelgroep en is meer formalistisch van aard.

4. Op welke wijze kunnen de ontwikkelde concepten voor seniorenwonen succesvol geïmplementeerd worden in de praktijk?

Voordat ingegaan wordt op de conclusies en aanbevelingen, worden eerst de onderzoeksvragen summier getypeerd.

Ad. 1.1 Vraag en aanbod (onderzoeksvraag 1):

Het afstemmen van het woningaanbod op de marktvraag wordt bemoeilijkt door de dynamiek van de economie, de tekorten aan geschikte ontwikkellocaties, de niet-transparante en ingewikkelde (zorg)wet- en regelgeving en de starre aanbodgestuurde ontwikkelmethodiek van gemeenten. Senioren zijn als gevolg van deze dynamische economie, aan het einde van hun wooncarrière steeds meer honkvast en hun woonvraag in toenemende mate gedifferentieerder door een vergrote kwaliteitsvraag. De consument wil zeggenschap, flexibiliteit en klantvriendelijkheid. Ondanks geopperde samenwerkingsinitiatieven van de rijksoverheid en de door hun geponeerde verantwoordelijkheid van de ontwikkelende partijen (corporaties, gemeentelijke overheden en ontwikkelaars) om te voorzien in de bouwopgave van seniorenwoningen, hanteren gemeenten overwegend een aanpak waarin geen kennis van en inzicht in de markt wordt opgebouwd en waarbij de eigen visie en ambitie de boventoon voeren.

Ad. 1.2 Ontwikkelproces (onderzoeksvraag 1):

In het ontwikkelproces, zoals deze in de theorie beschreven wordt, wordt niet of nauwelijks aandacht besteed aan de marktfactor. In de theorie omtrent woningontwikkeling wordt een onderverdeling gehanteerd van de volgende ontwikkelfasen: initiatief, planvorming, realisatie en exploitatie (en beheer). In dit proces wordt alleen aandacht besteed aan de markt in de vorm van marktonderzoek in de initiatieffase. Verder komt de markt weer in beeld wanneer een project gepromoot moet worden en als er gebruikers verworven moeten worden. De directe inbreng van de eindgebruiker en de werkelijke vraag van de doelgroep komt daarbij in beide fasen te summier aan bod.

Ad. 2 Marktonderzoek (onderzoeksvraag 2):

De analyse van de enquêteresultaten van het Woningbehoefteonderzoek 2002 duidt erop dat de seniorendoelgroep een nieuwe woningvraag op de seniorenwoningmarkt gaat uitoefenen. Hierdoor neemt de woningvraag naar passende woningen onder senioren met een inkomen boven modaal toe. Wel zijn ze erg honkvast, hebben ze een ruime woonwens, hogere koopintentie, een ruimere portemonnee, maar hebben hogere woonlasten in vergelijking tot de modale senioren. Volgens de resultaten wensen deze senioren de volgende woningkenmerken voor passende woningen: minimaal twee slaapkamers en maximaal drie, ruime woonkamer en keuken, gelijkvloers, een bruikbare buitenruimte (qua volume, klimaat en vorm) in vorm van een terras, balkon of kleine tuin, voldoende bergruimte, alarmering cq. beveiligingsfaciliteiten, een gunstige zonoriëntatie, weinig onderhoud en een goede bereikbaarheid (zonder traplopen, met lift). Wat betreft de locatie- en woonomgevingskenmerken stellen senioren de volgende eisen: een centrale ligging ten opzichte van dagelijkse winkelveorzieningen, een centrale ligging ten opzichte van medische voorzieningen, een goede bereikbaarheid van woning, naar vervoermiddel, voldoende rust en privacy en voldoende veiligheid in de directe omgeving (verkeersveiligheid en sociale veiligheid). Vooral de woningen die in kleinschalige projecten in de eigen woonplaats aangeboden (kunnen) worden en zo de mogelijkheid aan senioren geven om langer zelfstandig te blijven wonen, worden geprefereerd.

Ad. 3.1 Multiple Case Study (onderzoeksvraag 3):

De onderzoeksresultaten uit de praktijk zijn gebaseerd op een Multiple Case Study waarbij zes projecten/concepten zijn geanalyseerd op de toepassing van de conceptualisering van 'wonen met dienstverlening' voor senioren. De Multiple Case Study heeft inzicht gegeven in de wijze waarop de aanbieders de woningvraag (met dienstverlening) van senioren trachten te voldoen en het ontwikkelproces van de hierbij behorende projecten inrichten. Uit de Multiple Case Study kwamen de volgende negatieve en positieve conclusies naar voren ten aanzien van de positionering en conceptualisering bij de ontwikkeling van seniorenwoningen en de volgende sterkten en zwakten op basis van de sterktezwakteanalyse per concept/project:

Negatieve elementen specifieke aspecten uit de Multiple Case Study:

- Marktrealisme wordt ondergeschikt aan visie/ambitie van de ontwikkelende aanbieder.
- Zonder marktinput worden ontwerpen cq. ontwikkelprocessen star en niet marktconform opgezet.
- Zonder marktinzicht kunnen sterkten en kansen, die als uitgangspunten voor de ontwikkeling worden genomen overschat worden en zwakten en bedreigingen genegeerd worden.
- Draagvlakproblematiek bij (pilot)projecten als gevolg van juridische, financiële, perceptuele knelpunten kunnen in intentie succesvolle initiatieven doen stranden.
- 'Taal' problemen en verschillende referentiekaders van samenwerkende partijen kunnen tijdrovend en kostenverhogend werken in de procesgang.
- Het stigma oud en de nadruk op zorg werpt een drempel op ten aanzien de belangstelling van de doelgroep.

Positieve elementen specifieke aspecten uit de Multiple Case Study:

- Betrekken van marktpartijen gedurende de conceptvorming geeft inzicht in de vraag en draagt bij aan marktconformiteit van projecten.
- Ontwikkelingsactiviteiten kunnen gestuurd en intern gecommuniceerd worden door gebruik en inzet van de input van eindgebruikers.
- Marktonderzoek geeft inzicht in de marktvrage (kwalitatief en kwantitatief).
- Faciliteren van marktgerichte activiteiten in de organisatie door incorporeren van specifieke zorgkennis.
- Rolverdeling van wonen en zorg, maakt het mogelijk dat de kernactiviteiten van een partij de slagvaardigheid van een ontwikkelproces ten goede komt.
- De initiatieven van de concurrenten worden nauwlettend gevolgd.

Overige aspecten waar rekening mee gehouden moet worden bij de implementatie van seniorenwonen:

- Het opbouwen en/of behouden van netwerken ten behoeve van de acquisitie van ontwikkellocaties is een essentieel instrument.
- Netwerken met marktpartijen vergroot de naamsbekendheid en levensvatbaarheid en navolging van projecten.
- Een zeer stringente definitie van een doelgroep werkt beperkend in de afzetmogelijkheden.
- Een te ruime definitie kan tot niet passendheid leiden binnen de beoogde doelgroep en/of leegstand en tot teleurstelling bij alle betrokkenen.
- Afzetmogelijkheden worden eveneens beperkt door gemakzucht en te hoge ingangseisen.
- Het bouwkundige product is geen succesfactor, maar bij onvoldoende kwaliteit wel een faalfactor.
- Mogelijke diensten en inhoud van deze diensten duidelijk communiceren.

Sterkten uit de sterktezwakteanalyse:

- Een bouwkundig product van voldoende kwaliteit (woningkenmerken: minimaal drie kamers, ruime woonkamer, ruim oppervlakte, levensloopbestendig).
- Nadruk op service, comfort en gemak van wonen.
- Collectieve en facultatieve voorzieningen zijn in het algemeen op aanvraag aanwezig.
- Vrijblijvendheid van collectieve voorzieningen wordt gewaardeerd.
- Betrekken van belanghebbenden (zorginstelling, ondernemers, ouderenbonden, potentiële kopers/huurders).
- Taakverdeling naar specialistisch werkveld.
- Locatie nabij en voorzieningen erg belangrijk.
- Conceptverfijning gedurende het ontwikkelproces (marktonderzoek).
- Concept integraal onderdeel van omgeving.
- Marktkansen in de toekomst, door belangstelling, aantrekkende naamsbekendheid (van eindgebruikers, beleggers, gemeenten e.d.).

Zwakten uit de sterktezwakteanalyse:

- Beperkte vrijblijvendheid van collectieve en facultatieve voorzieningen leidt tot afname in deelname.
- Nadruk op zorg en het ouder worden is stigmatiserend.
- Te hoge kosten voor de VvE/servicekosten doet doelgroep afhaken door individueel prijswaardoordeel.
- Terughoudendheid van derden (belangstellende gemeenten, eindgebruikers e.d.) (door beperkte transparantie van, bereidwilligheid te participeren in het concept).
- Te stellig vasthouden aan concept beperkt kans op succes en verfijningsmogelijkheid van concept.
- Beperkte / verkeerde niche / doelgroeprofilering geeft afzetproblemen.
- Afhankelijkheid van derden in ontwikkeltraject beperkt marktkans.
- Lang ontwikkeltraject doet eindgebruikers afhaken.

Ad. 3.2 Workshops (onderzoeksvraag 3):

De in de panelinterviews getoonde concepten zijn zowel op het woonvlak als op het dienstenvlak gewaardeerd. De senioren doelgroep is over het algemeen terughoudend om te verhuizen en richt zich daarbij primair op woonkwaliteit. De getoonde woon(zorg)concepten worden geassocieerd met een teruggang in woonkwaliteit. Vandaar dat er een harde roep om kwaliteit en ruimte hoorbaar is en de doelgroep daarom het liefst in de huidige woning blijft wonen. Dit geldt vooral voor uitstellers. De voorsorteerders, een kleine groep, onderscheidt zich hiervan. Van secundair belang zijn de diensten. Dit komt mede door het feit dat de kennis van dienstverlening en zorg laag is. Facultatieve diensten scoren beter dan collectieve diensten. Daarbij wordt de moeilijkheidsgraad van de markt niet bepaald door deze kwaliteit van het aanbod maar door de problemen in de hoofden van de potentiële klant: het taboe van het oud worden, het verlies aan sociaal netwerk en de angst van het vereenzamen bepalen verhuisbeslissingen. In dit kader is het van groot belang communicatief sterk in contact te komen met de doelgroep om te weten wat er speelt op lokaal niveau om hierop daadkrachtig in te kunnen spelen als ontwikkelaar.

Ad. 4 Voorstel implementatiestrategie (onderzoeksvraag 4):

De informatie uit de voorgaande onderzoeksvragen heeft geleid tot het ontwerpen van een strategisch voorstel van implementatie van de conceptualisering en positionering van 'wonen met dienstverlening' voor senioren. Hiermee is nog niet geheel een concreet antwoord gegeven op de hoofdvraag en de doelstelling

van het onderzoek. Het implementatievoorstel van conceptualisering en positionering is weergegeven in paragraaf 6.3 *Voorstel implementatiestrategie senioren wonen met dienstverlening*. In de systematiek van de aanpak is uitgegaan van een drietal pijlers; financiën, markt(realisme) en het bouwkundige product, die het onderscheidende vermogen omvatten van een concept/product om op een professionele, verkoopgerichte wijze marktgericht op de markt vraag afgestemd aanbod op de markt te brengen. Hierbij is de afhankelijkheid van/ het conformeren aan de visie en doelstellingen van hierbij betrokken partijen belangrijk. Marktrealisme geldt hierbij als kernwoord voor de productontwikkeling. Verleidingstechnieken dienen ervoor te zorgen om de honkvaste senioren te verleiden en te activeren om voor een Bouwfonds -woning te kiezen. De input van de eindgebruiker moet centraal gesteld worden in het ontwikkelproces van 'wonen met dienstverlening' voor senioren met een inkomen boven modaal.

7.2 Conclusies

Nu de resultaten van het theoretische en empirische deel van dit onderzoek geanalyseerd zijn, kan een antwoord gegeven worden op de centrale vraag. Uit de voorgaande delen van het onderzoek is naar voren gekomen dat het antwoord op de centrale vraag niet generiek is en voor iedere senior op dezelfde wijze beantwoord wordt. Er bestaan namelijk verschillende wensen ten aanzien van woning, woonomgeving en woon- en zorgdiensten die vragen om verschillende situatiespecifieke oplossingen middels woon(zorg)concepten. De heterogene vraag wordt beïnvloed door de ontwikkelingen aan de vraag- en aanbodzijde op de markt.

Er spelen een aantal randvoorwaarden die zowel objectmatig als procesmatig elke situatie kenmerken. Objectmatig zijn er een aantal criteria waaraan woning en woonomgeving moeten voldoen: woonconcepten worden onder meer beoordeeld op totaal vloeroppervlak (meer dan 120m²), gelijkvloersheid, levensloopbestendigheid, (architectonische) uitstraling, bergruimte, voldoende lichtinval, de plaats van de keuken, een ruime buitenruimte (harde eis), de ruimte in de woning, de vorm en het aantal slaapkamers (vierkant en voor alleenstaanden twee van 20m² en 16m² en voor samenwoners drie), een locatie (nabij voorzieningen) en een redelijk kleinschalig project. Extra's zijn onder meer een bijkeuken (voor wasmachine en droger), een (permanente) flexibiliteit van inrichting, parkeergelegenheid onder woning, een speelse indeling en een ruim ogende hal. Voor dienstverlening en zorg geldt dat dit een vraag is die de senioren doelgroep zo lang mogelijk zelfstandig wil bepalen, de vraag afhankelijk is van een prijskwaliteit afweging, de hang naar comfort en de mate van gezondheidsurgentie. Het kennisniveau van de mogelijkheden is laag en men is er nauwelijks mee bezig. Dit betekent dat de garantie op of facultatieve diensten beter worden gewaardeerd dan deze feitelijke aanwezige ofwel collectieve diensten. Procesmatige randvoorwaarde is vooral de afstemming van visies en doelstellingen van de bij het ontwikkelproces betrokken partijen. Gezamenlijk doel dient te zijn dat de gepercipieerde vraag van de eindgebruikers en de door de ontwikkelaar verwachte vraag op elkaar af worden gestemd.

De wensen ten aanzien van wonen en dienstverlening dienen daarom op specifieke wijze te worden ingevuld en vertaald te worden naar woon(zorg)concepten. Zodoende kan de senioren doelgroep aangetrokken worden. Uit de workshops en de Multiple Case Study komt naar voren dat de getoonde concepten niet allemaal even goed aan deze wensen beantwoorden. De ontwikkelaars van deze concepten zijn er niet allen even goed in geslaagd een aanbod te realiseren dat past bij de werkelijke markt vraag. De ambitie van de

ontwikkelaar is vaak een belemmering voor de juiste besluitvorming ten aanzien van het aantrekken van de juiste doelgroepen. Bij menig ontwikkelaar cq. aanbieder van woon(zorg)concepten is er eerder sprake van wishful thinking dan van marktrealisme. Voor de doelgroep staat centraal dat de keuze van woon(zorg)concepten primair bepaald wordt door woonkwaliteit en dat ze terughoudend is ten aanzien van dienstverlening en zorg. Senioren willen zelf de regie blijven voeren en over keuzevrijheid beschikken. Bovenmatige dienstverlening en zorg is zelfs een reden om een concept niet te kiezen. De moeilijkheid en de risico's van de markt liggen niet in hoofdzaak op het vlak van de woonkwaliteit, maar in de hoofden van de potentiële klanten binnen de seniorendoelgroep. Hierbij spelen naast het behoud van de huidige woning, het niet of nauwelijks met verhuizen bezig zijn, de gezondheids- en onderhoudsproblemen, de mate van urgentie, het taboe van het ouder worden, het verliezen van het sociale klimaat en de vereenzaming. Deze (emotionele) motieven om wel of niet te verhuizen spelen naast de reeds genoemde randvoorwaarden en daaruit de kansen die de woon(zorg)concepten op de seniorenwoningmarkt hebben.

Deze randvoorwaarden dienen vertaald te worden naar factoren die betrekking hebben op een pasklare afstemming van vraag en aanbod. Aan de hand van deze randvoorwaarden kan geprobeerd worden aan te duiden welk mogelijk nieuw woon(zorg)concept de meeste mogelijkheden biedt voor senioren om te 'wonen met dienstverlening'.

Dit kan bereikt worden door marktrealisme na te streven, door de markt te bewerken en het belang van de seniorendoelgroep te beantwoorden. Er zijn namelijk twee groepen in deze markt te onderscheiden: *uitstellers*, met een acute woonvraag door gezondheidsproblemen (die moeten kiezen wat er bij een urgente verhuizing beschikbaar is) en *voorsorteerders* (de voortijdige verhuizers die anticiperen op de toekomstige woonsituatie), een kleine groep op de woningmarkt. Beide groepen stellen andere eisen aan de woning en woonomgeving op het tijdstip dat de keuze gemaakt wordt om over te gaan naar een andere woonsituatie en de woonwensen van dat moment. Dit voorgaande betekent dat de groep uitstellers met de marketing en communicatie nog niet bereikt zijn. Deze complexiteit in de markt wordt versterkt door een grote lokale vraag (de wil om in de huidige woonplaats te blijven wonen).

In dit verband is het voor Bouwfonds Property Development interessant zich te richten op de groep uitstellers, die het zich kan permitteren om te wachten met verhuizen totdat zich een aantrekkelijk aanbod aandient. Een latente vraag die, door het belang dat gehecht wordt om zo lang mogelijk in de huidige woning te blijven wonen, pas over vijf á tien jaar manifest gemaakt gaat worden. Dit resulteert erin dat deze groep de derde levensfase oprekt en hierdoor de vierde levensfase opschuift. Bij een urgent intredende herhuisvestingvraag zal deze groep zich massaal richting de huurmarkt gaan bewegen. Dit kan omgebogen worden door meer marktgericht te ontwikkelen door groepen klanten te organiseren en in samenspraak te bouwen en een locatie te ontwikkelen. Dit vraagt om betere marketingcommunicatie-instrumenten.

Op basis van dit bovenstaande kan aangegeven worden welke kenmerken gewenst worden en op welke wijze (methodisch) het beste de doelgroep bereikt kan worden. Het voorstel van implementatiestrategie tracht hierin te voorzien. Kern is dat er een centralere rol voor de consument in het ontwikkelproces wordt ingericht, waardoor een betere marktwerking plaatsvindt door middel van verleidingstechnieken. Om dit te bereiken moet meer nadruk gelegd worden op de pull, het opwekken van de vraag van de markt, dan op de push, het creëren van het aanbod. Een marktgeoriënteerde aanpak kan leiden tot een betere afstemming tussen vraag en aanbod. Hiervoor dient deze strategie voor senioren 'wonen met dienstverlening' gehanteerd te worden die voorziet in voortdurende analyse van de mogelijkheden op de markt en die de markt een belangrijke rol toebedeelt in het ontwikkelproces. Gedurende het ontwikkelproces dient voortdurend de markt

betrokken te worden in de verdere ontwikkeling. Dit kan door het voortdurend analyseren van ontwikkelingen in de markt en het betrekken van de markt in de conceptualisering en positionering.

Op basis van deze abstracte weergave van het implementatievoorstel kan geconcludeerd worden dat:

- Marktonderzoek vanaf het begin in elke fase van het ontwikkelproces een rol dient te spelen.
- Conceptualisering en positionering van senioren 'wonen met dienstverlening', begint met het zoeken naar kansen en mogelijkheden op nationaal niveau. Keuzes die hieruit volgen dienen afgestemd te worden op het aanbod en de ontwikkelingen in de markt.
- Oplossingen in de afstemming van vraag en aanbod gevonden moeten worden in het implementatievoorstel 'wonen met dienstverlening' voor senioren.
- Bouwkundige kwaliteit in samenhang met financiën en markt(realisme) moet worden gezien om een kwalitatieve afstemming van het aanbod op de vraag te realiseren. De inzichten van marktonderzoek kunnen hier voorzien in voldoende minima.
- De afhankelijkheid van de visies en doelstellingen van andere partijen die betrokken zijn in het ontwikkelproces dusdanig gewaardeerd dient te worden om marktgericht te kunnen ontwikkelen.
- Een continue klantenbenadering essentieel is voor een succesvolle implementatie van 'wonen met dienstverlening' voor senioren.

7.3 Aanbevelingen: incorporeer en faciliteer de markt

In deze paragraaf zullen aanbevelingen worden gedaan voor de ontwikkeling van woningen met dienstverlening voor senioren. Op basis van de resultaten van het onderzoek zijn de volgende aanbevelingen voor Bouwfonds Property Development inzake het te voeren beleid ten aanzien van de seniorenwoningmarkt sec en ten aanzien van de woonwensen van senioren:

1. Bij de ontwikkeling van seniorenwoningen met dienstverlening dient Bouwfonds Property Development zich als ontwikkelaar blijvend bezig houden met de conceptontwikkeling van woonobjecten als kernactiviteit. Het bouwkundige product blijft van een enorm belang voor de woonsatisfactie van de woonconsument. Een ontwikkelaar zou zich als een schoenmaker daarom bij de leest moeten houden en de nadruk blijven leggen op de ontwikkeling en zich niet bezig willen houden met dienstverlening en zorg. Dit moet ondergebracht worden bij een specialistische dienstverlenende partij. De diensten moeten naar de wens(en) van de klant afgestemd zijn in garantiecontracten met aanbieders. Hiervoor is expertise beschikbaar en noodzakelijk.
2. Om de seniorenwoningvraag op te wekken zal er in toenemende mate marktwerking en 'getting' moeten plaatsvinden. Op deze manier kan door een klantenbenadering een betere en effectievere afstemming van het aanbod op de marktvaart gerealiseerd worden. Vooral voor de verwerving van de kritische potentiële klanten is dit doorslaggevend. De ontwikkeling en het gebruik van communicatie- en marketinginstrumenten / verleidingstechnieken zal hierbij aan belang winnen.
3. Binnenstedelijke herontwikkelings -en herbestemmingslocaties (inbreidingslocaties) lenen zich prima voor de ontwikkeling van seniorenwoningen. Dit in tegenstelling tot uitleglocaties. De rentabiliteit van dergelijke projecten is echter in het gedrang. Op grond van strategische besluitvorming zou de betrokkenheid van senioren bij dergelijke ontwikkelingslocaties moeten worden geïnitieerd. De

toepassing van gebiedsgerichte ontwikkeling kan op deze manier meer aandacht hebben voor de lokale woonvraag onder senioren, de woonomgeving en het aanbieden van een totaalpakket wat correspondeert met de wensen van de eindgebruiker/woonconsument.

4. Binnen het seniorenonderzoek zal de nadruk meer moeten liggen op de te onderscheiden segmenten in deze doelgroep. Door verleidingstechnieken zal meer en beter door duidelijke profileringen op deze segmenten ingespeeld moeten gaan worden. Dit is zeker van belang gezien de (komende) ontwikkelingen de seniorendoelgroep en in de zorgsector en - regelgeving en voor het streven naar marktrealisme.
5. Qua dienstverlening zal Bouwfonds Property Development zich bij de woningontwikkeling voor senioren vooral moeten richten op de garantie op of wel facultatieve dienstverlening en niet op de permanente aanwezigheid van ofwel collectieve diensten.
6. Bouwfonds Property Development dient zich in de communicatie en marketing nadrukkelijker op de groep uitstellers te gaan richten. Dit seniorensegment heeft een groot marktpotentieel, maar een latente vraag die over vijf á toen jaar manifest gemaakt gaat worden en waarop dan ingespeeld moet worden. De groep eist een goede basiskwaliteit en wil er niet op achteruitgaan bij een verhuizing voordat een rite de passage in hun leven intreedt. Het is gebleken dat deze groep dan waarschijnlijk op de huurmarkt actief wordt. Wellicht een interessante markt voor Bouwfonds Property Development. Een keuze die voorkomen moet worden evenals het feit dat de te realiseren woon(zorg)concepten een associatie oproepen van kwalitatief mindere woonobjecten ten opzichte van de huidige woning.

7.4 Ideeën voor vervolgonderzoek

Naar aanleiding van de bevindingen aanbevelingen tot nader onderzoek:

1. Inzicht is verkregen in wat de beweegredenen van senioren zijn om wel of niet te kiezen voor diensten en hoe concreet de interesse is. Het aanbieden van woonzorgconcepten en- abonnementen/ -pakketten ter verhoging van zorg en comfort, wordt laag gewaardeerd. Wellicht is het interessant te onderzoeken op welke wijze dienen serviceconcepten gecommuniceerd dienen te worden? Wie zijn er gevoelig voor en bij wat voor type projecten? De vraag is relevant omdat een sterke nadruk op service bij de 'verkeerde' concepten zelfs afbreuk kan doen aan de marktkansen van het concept.
2. Er blijkt een grote groep niet bezig te zijn met verhuizen en het blijkt een vraag te zijn die vooruitgeschoven wordt. Een onderzoek waarin senioren geïnteresseerd zijn, hoe ze betrokken willen worden en op welke wijze dit geïnitieerd moet worden, is mogelijk een interessant onderzoeksonderwerp.
3. Een nader onderzoek naar de mogelijkheden voor Bouwfonds Property Development op de huurmarkt is wellicht interessant gezien de grote groep uitstellers die over een aantal jaren een urgente woonvraag zal hebben.
4. Het belang van goed geoutilleerde locaties onder de seniorendoelgroep vraagt in toenemende mate om een koppeling van seniorenhuisvesting met retail en leisure. Een vertaling in toegankelijkheid en interessegebieden binnen deze doelgroep op de retailmarkt is daarom interessant.

Literatuurlijst

Literatuur aangaande onderzoeksmethoden en wijze van rapporteren

- Baarda, D.B. en M.P. de Goede 1999. *Basisboek Methoden en Technieken*. Houten: Stenfert Kroese/educatieve partners, p. 304.
- Eco, U. 2000. *Hoe schrijf ik een scriptie?* 9^e dr. Amsterdam: Ooievaar.
- Maso, I. en A. Smaling 1998. *Kwalitatief onderzoek: theorie en praktijk*. Amsterdam: Boom.
- Horn, L.A. ten, & M. Wiethoff 1999. *Interviewtechniek*. Delft: Faculteit Techniek, Bestuur en Management.
- Swanborn, P. G. 2000. *Case-study's; Wat, wanneer en hoe?* Amsterdam/Meppel: Boom.
- Segers, J. 1999. *Methoden voor maatschappijwetenschappen*. Van Gorcum: Assen, p. 349.

Literatuur en relevante lezingen, dagbladen

- ABF Research 2001. *Deconcentratie vanuit zorginstellingen*. In opdracht van: Directoraat-Generaal van de Volkshuisvesting (DGVH). Delft, p. 37-100.
- Aedes 2003a *We gaan nu lekker bouwen. Aanjaagteams forceren de doorbraak*. Aedes magazine, juni 2003. Utrecht: Hoonte Bosch & Keuning. Hilversum, p. 11.
- Aedes 2003b *Wonen en zorg kost veel tijd, energie en geld. Doorzettingsvermogen stuit op grenzen*. Aedes magazine, mei 2003. Utrecht: Hoonte Bosch & Keuning. Hilversum, p. 36.
- Aedes 2003c *Domotica: geen doel op zich, maar veelbelovende optie*. Utrecht: Hoonte Bosch & Keuning. Hilversum, p. 1.
- Akro Consult 1996. *Publiek private samenwerking in de praktijk, de aanleiding. In samenwerking met Nederlandse Vereniging van bouwondernemers*. Den Haag, p. 34.
- Beltman, R. 2004. *Op zoek naar de wensen van de klant*. Een zelfscan voor klantoriëntatie. In: Aedes magazine, september 2003. Utrecht: Hoonte Bosch & Keuning. Hilversum, p. 36-38.
- Bijdendijk, F. & J. Hoff 2003. *De Laatste Trein. Essay over een volkshuisvesting gebaseerd op marktwerking*. In: Building Business juni-juli 2002. Amsterdam: Building Business uitgeverij B.V., p. 2-15.
- Brand, van den, G.J.W. & K.H. Dekker 2001. *IFD Bouwen en ouderenhuisvesting*. In: senioren en wonen. Met succes inspelen op de woonbehoeften van 50-plussers. Leiden: TNO, p. 67.
- Brown, L.A., & E.G. Moore 1970. *The intra-urban migration process: a perspective*. In: Geografiska Annaler 52B, p. 368-381.
- Buuren, van, P.J.J. & Ch. W. Backes, A.A.J. de Gier 2002. *Hoofdlijnen Ruimtelijk Bestuursrecht. Bestuursrecht - Theorie en praktijk* Uitgeverij Kluwer BV, p. 48, 60.
- CBS 2002a *Bijna de helft van de 50plussers ziet wel iets in een ouderenwoning*. Den Haag, p. 76.
- CBS 2002b *Jaarboek wonen*. Kluwer: Den Haag, p. 95.

-
- Clarck, W.A.W. & F.M. Dieleman 1996. *Households and housing. Choice and outcomes in the housing market* Utrecht, p. 24.
- Diekman, A. & M. Roso 2004. *Nog veel obstakels voor bouw luxe ouderenwoningen*. In: PropertyNL magazine, mei 2004. Amsterdam, p. 16.
- Dijkhuis, A. 1999. *Ouderen en wonen anders. Woningaanbod te weinig afgestemd*. In: de Architect mei 1999, p. 40.
- Dugteren et al. 1999. *Demografische en sociaal-culturele ontwikkelingen*. Werkdocument 55. Rijswijk, p. 25, 36-37.
- Droogleever Fortuijn & Ostendorf, 1999. *Het woonmilieu van ouderen*. In Rooilijn 1999, universiteit Amsterdam, Tijdschrift voor wetenschap en beleid in de Ruimtelijke Ordening, Planologisch en Demografisch instituut. Bevrijding: Amsterdam, p. 149.
- Eigen illustraties 2004. -
- Enk, van, W. 2004. *Vergrijzing als uitdaging*. Nieuwe ontwikkelaar luxe seniorenappartementen. In PropertyNL: mei 2004. Amsterdam, p. 14-15.
- Ent, van den, A. 2000. *Dé seniorenwoning bestaat niet!?* In: Vastgoed januari 2000. Amsterdam, p. 52.
- FGH Bank N.V. 2004. *FGH Real Estate Report 2004*. Kiezen op het keerpunt, p. 22.
- Filius, F. 1995. *Ouderen en doorstroming op de woningmarkt. Ouderen*. In: Rooilijn 1995 (3) universiteit Amsterdam, Tijdschrift voor wetenschap en beleid in de Ruimtelijke Ordening, Planologisch en Demografisch instituut. Bevrijding: Amsterdam, p. 119.
- Gedeputeerde Staten van Gelderland 2003. *Notitie Vergrijzing*. Arnhem, p.7.
- Gemeente Utrecht 2004. *Convenant wonen-welzijn-zorg tussen Agis zorgverzekeringen en de gemeente Utrecht*. Utrecht, p. 1.
- Gool, van, P., J. Jager, R. Weisz 2001. *Onroerend goed als belegging*. Derde druk. Stenfert Kroese. p. 53
- Graaf, de, K. 2003. *Ophouden met duffe folders. Marketing dure woningen is verouderd*. In: Building Business, november 2003. Amsterdam: Building Business uitgeverij, p. 38, 93.
- Haan, de, J., A. van den Broek en P. Schnabel 2001. *Het nieuwe consumeren. Een vooruitblik vanuit demografie en individualisering*. Werkdocument 72. SCP-bijdrage aan het project 'De economie van de 21ste eeuw' van het ministerie van Economische Zaken. Utrecht: Bureau Stijl Zorg. Rijswijk, p. 9, 21-22.
- Haas, de, T. & F. Bonnerman 2003. *De particuliere markt voor wonen met zorg*. Tijdschrift voor de Volkshuisvesting, juni 2003 (6). Den Haag: NIROV. Den Haag, p. 23-24.
- Hagen, G.J. 2002. *Woonbeleving en leefconcepten. De lifestylebenadering van Smart Agent Company*. In S&RO 2002. Amsterdam, p. 36.
- Harms, E. 2003. *Bouwen voor de doorstroming. Tweegesprek over strategisch bouwen*. In: vastgoed januari 2004. Amsterdam, p. 12.
- Hooimeijer, P. 2000. *We bouwen nog steeds tweede keus*. In: vastgoed januari 2000.
-

-
- Haarlem: NBM, p. 48-50.
- Hopstaken, E. J. 2004. *Wie neemt het voortouw? Guerillatactiek leidt tot vernieuwing in wonen en zorg*. In: Building Business, mei 2004. Amsterdam: Building Business uitgeverij, p. 11.
- IWZ 2002. *Planologische kengetallen wonen en zorg*.
- Janssen, J. & F. Sevenheck 2003. *Komende jaren grote vraag naar duurdere huurwoningen*. In: Vastgoedmarkt december 2003. Den Haag; Ten Hagen & Stam, p. 54-55.
- Klaver, A. 2004. *Grote opgave ouderenhuisvesting. Woningbehoefte*. In Bouw/Werk februari (2) 2004. p. 4-5.
- Koerst, A. & D. van der Laan 2001. *De woonwensen van allochtonen*. In: Vastgoed juli-augustus 2001. Haarlem: NBM, p. 25-26.
- Kooiker, R. 2002. *Marktonderzoek*. Groningen: Wolters Noordhoff BV, p. 35.
- Kotler, P. 1999. *Kotler on marketing*. New York: Simon & Schuster.
- Nesselaar, R. 2001a *De vergrijzing, een demografische ontwikkeling met grote gevolgen*. In: Senioren en Wonen. Met succes inspelen op de woonbehoeften van 50-plussers. Leiden: TNO, p. 13.
- Nesselaar, R. 2001b *Senioren, een zeer heterogene en interessante doelgroep: kenmerken van de huidige en toekomstige 50+ markt*. In: Senioren en Wonen. Met succes inspelen op de woonbehoeften van 50-plussers. Leiden: TNO, p. 19.
- Nesselaar, R. & D.L. Knook 2001. *Woningmarktgedrag van senioren: woonbehoeften, verhuizingen, aanbod en vraag van geschikte woningen*. In: Senioren en Wonen. Met succes inspelen op de woonbehoeften van 50-plussers. Leiden: TNO, p. 43.
- Nijhuis, M. & R. Schoemaker 2002. *Normen, waarden en woonbelevingsgroep. Consumentenonderzoek van Motivaction*. In: S&RO 2002 juni (6) 2002. Amsterdam, p. 43.
- Nozeman, E.F. 2001. *Nieuwe wegen in vastgoed*. Oratie RuG-FRW. Groningen, p. 19-21.
- NRC 2000. *Geen uitzicht op de weiden*. 15 mei 2000. A. Klomp.
- NRC 2003. *Kabinet neemt vergrijzing beperkt serieus. Analyse ouderenbeleid miskent probleem huisvesting*. 2003. T. Koper.
- Priemus, H. 1994. *Verhuistheorieën en de verdeling van de woningvoorraad. Volkshuisvesting in theorie en praktijk*. Delftse Universitaire Pers. Delft.
- Primos 2003. *Bevolkingsgegevens*.
- Schaaf, van der, R. 2002. *Leefstijlen en woonmilieus in de wijkvernieuwing. De Groninger methode*. In: S&RO 2002. Amsterdam, p. 42.
- Schoonhoven, van, G-J. 2000. *Het grijze geluk*. In: Elsevier. Amsterdam: A. van Herwaarden, p. 28-30.
- Singelenberg, J. 2001. *Levensloopbestendig wonen*. In: handboek lokaal ouderenwerk. Den Haag, p.1.
- Slootweg, J. 1999. *Verhuizen maar waar heen. Oudere eigenaar-bewoners in de koopsector*. p. 41.
-

Smart Agent Company	2003.	<i>Woonbeleving 50+</i> . Leusden, p. 6.
Sogelée, G. & J. Brouwer	2003.	<i>Regionale verkenning: opgave geschikte huisvesting voor wonen met zorg en welzijn</i> . Uitgevoerd in opdracht van Ministerie van VROM, Delft, p. 10, 12, 34.
Stec groep	2002..	<i>Private aanbieders op de woonzorgmarkt. Stec groep aan het ministerie van VROM</i> . Door: Bodewes D., F. Sevenheck en L. Warnink. Nijmegen, p. 15-33.
Teule, R.	1996.	<i>Inkomen, doorstromen en uitsorteren: arm en rijk op de Nederlandse woningmarkt. Stedelijke en regionale verkenning</i> . Delftse Universitaire Pers. Delft, p. 23.
Til, van, R.	2003.	<i>Woningmarkt ontspant. Kansen voor meer kwaliteit</i> . In: Vastgoed mei. Amsterdam, p. 11.
Vastgoed	2004.	<i>Weten wat er gebeurt en gaat gebeuren wordt steeds belangrijker. Woningmarktconsultants voorzien in groeiende behoefte</i> . In: Vastgoed februari 2004. Amsterdam, p. 12.
Vermeulen, C. & G. J. Hagen.	2004.	Vizier op senioren. In: Consultancy. p. 6.
Vitaal Grijs	2001.	<i>Met domotica langer zelfstandig. Inventarisatie 1^e tranche domoticaprojecten voor ouderen in Noord-Brabant</i> . In samenwerking met IWZ.
Vitaal Grijs	2002.	<i>Thuis met domotica. De ervaringen van ouderen in zes Brabantse domotica projecten</i> . In samenwerking met IWZ en PON. Leiden, p. 29-31.
Volkskrant	2003.	<i>Betalen voor bejaarde babyboomers</i> . Volkskrant 19-7-2003, P. Herderscheë.
Voorham, K.	2004.	<i>Hoe het een nieuw woonconcept voor ouderen vergaat in Nederland. Bureaucratie en regelgeving houden een interessant initiatief tegen</i> . In: Building Business, mei 2004. Amsterdam: Building Business uitgeverij, p. 13.
VPRO	2003.	<i>Babyboomer dromen van luchtkasteel</i> .
VROM	2001.	<i>Nota Grondbeleid. Op grond van nieuw beleid</i> . Den Haag, p. 31-32, 57.
VROM	2002.	<i>Nota Mensen, Wensen, Wonen. Wonen in de 21^{ste} eeuw</i> . Publicatie van: ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer. Den Haag, p. 35, 38, 90.
VROM	2004a	<i>Met zorg gekozen. Woonvoorkeuren en woningmarktgedrag van ouderen en mensen met lichamelijke beperkingen</i> . Den Haag, p. 24
VROM	2004b	<i>Cijfer over wonen. Feiten over mensen, wensen, wonen</i> . Den Haag, p. 221.
WBO	2002.	<i>Databestand onderzoekspopulatie Woningbehoefte onderzoek 2002</i> . Den Haag.
WBO	2002a	<i>Gescheiden markten. De ontwikkelingen op de huur- en koopwoningenmarkt</i> . Amsterdam, p. 54, 160.
Woonzorg Nederland	2003.	<i>Volkshuisvestingsverslag 2003</i> . Meer met minder. Verslag van raad van bestuur 2003. De markt: ontwikkelingen en mogelijkheden.

-
- Amsterdam, p. 2.
- Woonzorg Nederland 2004. Woonzorg Nederland in beeld. Enkhuizen: Over de Linden Posthuma. Amsterdam, p. 1-47.
- Wonen en Ruimte 2004. De vergrijzing vraagt om nieuwe initiatieven. In: Wonen en Ruimte, januari 2004. Den Haag, p. 4.
- Wigmans, G. 1995. *Grondbeleid en marktorientatie*. Publicatieburo Bouwkunde. Delft.
- Zwart, H. 2002. *Grondprincipes van marketing en marktonderzoek*. Bedrijfskunde. Groningen: Wolters Noordhoff BV.

Internetbronnen

- Aedes 2002. *De woonconsument centraal* [online].[Geciteerd op 19 april 2002]. Beschikbaar op het World Wide Web:<<http://www.aedes.nl>>
- Altus 2004. *Woonzorgdiensten, Altus Label* [online].[Geciteerd op 13 oktober 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:<<http://www.altus.nl>>
- Bouwenmetzorg 2004. *Initiatief van Inbo adviseurs* [online].[Geciteerd op 13 oktober 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:<<http://www.bouwenmetzorg.nl>>
- CBS 2004. *Bevolkingsprognose* [online].[Geciteerd op 14 juli 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:<<http://www.cbs.nl>>
- Cobouw 2000. *Woonconsument wil meer dan alleen huis* [online].[Geciteerd op 2 november 2000]. Beschikbaar op het World Wide Web:<<http://www.cobouw.nl>>
- CPB 2004. *Ouderen gaan niet automatisch langer doorwerken vanwege afschaffing fiscale begunstiging prepensioensparen* [online].[Geciteerd op 8 april 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:<<http://www.cpb.nl>>
- De Veste groep 2004. *Residentieel wonen met optimale woon- en zorgservice* [online].[Geciteerd op 10 juli 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:<<http://www.devestegroep.nl>>
- European care residences 2004. *Persoonlijke zorg voor wonen en leven* [online].[Geciteerd op 12 juli 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:<<http://www.ecresidences.org>>
- Gerust thuis 2004. *Gerust thuis* [online].[Geciteerd op 12 juli 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:<<http://www.gerustthuis.nl>>
- Habidrome 2004. *Het betere leven staat gemeten* [online].[Geciteerd op 28 juli 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:<<http://www.habidrome.nl>>
- Habion 2004. *Bouwen aan wonen met zorg* [online].[Geciteerd op 28 juli 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:<<http://www.habion.nl>>
- Hopman Interheem groep 2004. *Wonen En Meer-concept* [online].[Geciteerd op 28 september 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:<<http://www.hopmaninterheem.nl>>
- Irswoongemak 2004. *Integrated Residential Services* [online].[Geciteerd op 28 september 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:<<http://www.irswoongemak.nl>>

IVBN	2004.	<i>Structureel grotere behoefte aan vrije sector huurwoningen</i> [online].[Geciteerd op 6 april 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:< http://www.IVBN.nl >
Innovatieprogramma Wonen en Zorg	2004.	<i>Welzijn, diensten en domotica</i> [online].[Geciteerd op 12 juli 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:< http://www.iwz.nl >
Kennisnet bouwfonds	2004.	<i>Domotica</i> [online].[Geciteerd op 27 juni 2002]. Beschikbaar op het World Wide Web:< http://www.intranet.Bouwfonds.nl >
Kenniscentrum wonen en zorg	2004.	<i>Samenwerking</i> [online].[Geciteerd op 14 juli 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:< http://www.kenniscentrumwonzorg.nl >
Landgoed Laag Soeren	2004.	<i>Woningen in Soeria populair</i> [online].[Geciteerd op 11 augustus 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:< http://www.landgoedlaagsoeren.nl >
Lekker leven	2004.	<i>Meer voor jezelf</i> [online].[Geciteerd op 12 juli 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:< http://www.lekkerleven.nl >
Palisium	2004.	<i>Wonen met ambiance</i> [online].[Geciteerd op 12 juli 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:< http://www.palisium.nl >
Schoemaker, R. & M. Lampert	2000.	<i>De ongrijpbare woonconsument?</i> [online].[Geciteerd op juni 2000]. Beschikbaar op het World Wide Web:< http://www.buildingbusiness.com >
Seniorenstad	2004.	<i>Visie</i> [online].[Geciteerd op 19 april 2002]. Beschikbaar op het World Wide Web:< http://www.seniorenstad.nl >
Sequoia residences	2004.	<i>Sequoia koopt KNP-complex</i> [online].[Geciteerd op 22 september 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:< http://www.sequoiaresidences.nl >
Smart Homes	2004.	<i>Nationaal kenniscentrum domotica en slim wonen</i> [online].[Geciteerd op 11 juli 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:< www.smart-homes.nl >
USP	2004.	<i>Samenwerkingsperspectieven</i> [online].[Geciteerd op 19 april 2002]. Beschikbaar op het World Wide Web:< http://www.uspconsultancy.nl >
USUS	2004.	<i>Toekomst thuis</i> [online].[Geciteerd op 12 augustus 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:< http://www.usus.nl >
Vastgoedmarkt	2004.	<i>EIB: Ouderenhuisvesting vergt miljarden</i> (landelijk) [online].[Geciteerd op 27 juli 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web: < http://www.vastgoedmarkt.nl >
VROM	2004c	<i>Dossier Wonen, zorg en welzijn. Kwantitatieve opgave.</i> [online].[Geciteerd op 14 juli 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:< http://www.vrom.nl >
Woonzorg	2004.	<i>Handleiding wonen en zorg.</i> [online].[Geciteerd op 4 augustus 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://www.woonzorg.nl >
Wonzorgwelzijn	2004.	<i>Domotica belangrijk voor zelfstandig wonen</i> [online].[Geciteerd op 28 september 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:< http://www.wonzorgwelzijn >
WSB, stichting	2004.	<i>Wonen van senioren op boerderijen</i> [online].[Geciteerd op 24

augustus 2004]. Beschikbaar op het World Wide Web:
<<http://www.stichtingWSB.nl>>

Relevante afstudeerrapporten/scripties

- Berg, van der, K. 2003. *Appartementen op uitleglocaties. Een onderzoek naar de kwantitatieve en kwalitatieve vraag naar appartementen op uitleglocaties in Den Haag en Utrecht*. In opdracht van: Bouwfonds Nederlandse gemeenten en de Rijksuniversiteit Groningen.
- Compaan, J.M. 2002. *Groeikern Forever!? Een onderzoek onder toekomstige ouderen in voormalige groeikernen naar de wensen ten aanzien van de toekomstige woning en woonomgeving*. In opdracht van: Bouwfonds Nederlandse gemeenten en de universiteit Utrecht.
- Ende, van der, N.M. 2003. *PPS en parkmanagement. (On)mogelijkheden van toepassing aan de vraagzijde op gemengde bedrijventerreinen*. Universiteit Utrecht.
- Fokkinga, C. 2000. *Totstandkoming grondprijzen van bedrijventerreinen, grondprijnsbeleid van gemeenten*. Afstudeerscriptie Technisch universiteit Delft, faculteit Civiele Techniek en Geowetenschappen, afdeling Geodesie.
- Kottelenberg, A. 1998. *Kopen of huren: hoe maken senioren hun keuze?* In opdracht van: Bouwfonds Nederlandse gemeenten en Hogeschool Dierenoord.
- Krop, P.C.M. 2003. *Hoe kan AM wonen inspelen op de vraag naar huisvesting voor ouderen in Amsterdam?* Masterproof ter verkrijging van het diploma SBV-MRE. SVB Amsterdam.
- Tuin, van der, P. 1999. *Dé seniorenwoning bestaat niet!? Veranderingen in de woningvraag*. Masterproof ter verkrijging van het diploma SBV-MRE. SVB Amsterdam. INBO Adviseurs, Woudenberg.
- Senff, A.R.N. 1996. *Positionering van de vastgoedmarketing*. Afstudeerrapport, Technische universiteit Eindhoven, faculteit Bouwkunde, differentiatie Vastgoedkunde.

Documentatie Multiple Case Study

- Altus
Wonen met senioren. Brochure.
Altus advies en ontwikkeling. Gerealiseerde luxe koopappartementen voor senioren - een selectie. Brochure.
Service-, comfort- en zorgdiensten. Brochure.
Proposal ten behoeve van ontmoetingsdag wonen, zorg en dienstverlening. 7 oktober 2004. Proposal en presentatie. .
Consultancy en projectbegeleiding. Brochure.
Park Finspong te Zeist. Een voorbeeld. Brochure.
- Buitenplaats
Rhenendael
Schoeman Makelaars. *En u voelt zich volledig thuis*. Makelaarsbrochure Buitenplaats Rhenendael.
Hopman Interheem Groep. *Wonen En Meer = woonarrangementen + consumentgericht ontwikkelen*. In: View, nummer 3. Gouda, p. 20-25. Door: Marije Harmsen.

	<p>Hopman Interheem Groep. <i>Gezocht: woonruimte voor anderhalf miljoen ouderen</i>. In: <i>View</i>, nummer 1. Gouda, 2-6. Door: Marije Harmsen.</p>
Domaine de Villers	<p>Frenken makelaars. <i>Domaine de Villers</i>. Presentatiedocument.</p> <p><i>Een doorbraak in het denken over boerderijen in Gelderland</i>. Nieuwsbrief WSB. Nummer 10, december 2003</p> <p><i>Nota Ruimte geeft meer kansen aan de gemeente en provincie om hun eigen regio in te richten</i>. Nieuwsbrief WSB. Nummer 12, juni 2004</p> <p><i>Kansen voor senioren om te wonen op boerderijen</i>. Brochure.</p> <p><i>Onderzoek naar behoefte aan groepswonen senioren in Gelderland. Nota Ruimte</i>.</p> <p><i>Groei aantal 55-plus-huishoudens opgave voor huisvestingsbeleid</i>. Nieuwsbrief WSB. Nummer 11, maart 2004</p>
Humanitas	<p><i>Humanitas in een notendop</i>. Presentatiebrochure activiteiten Humanitas.</p> <p><i>Riant Wonen in parkachtig Schiebroek</i>. 59 luxe koopappartementen in de Schiebroekse parkflat. Senior sense, woonconcept. Blijvend woonplezier in een comfortabele omgeving. Architectentekeningen.</p> <p>Becker, H.M (2003). <i>Levenskunst op leeftijd</i>. Gelukbevorderende zorg in een vergrijzende wereld. Rotterdam: Eburon. Rotterdam.</p> <p><i>Veelzijdig wonen in woningen voor het leven</i>. Zorgconcept Humanitas. Achtergrond en basisfilosofie. De levensloopbestendige woning.</p> <p><i>Humanitas Bouwjournaal</i>. Brochure.</p> <p>Planontwikkeling. <i>Humanitas bouwt voor ú wijken om actief te leven</i>.</p>
Locatie 3 in 1	<p>De architecten Cie. <i>Voorlopig ontwerp locatie 3 in 1</i>.</p> <p><i>Wonen met service. Locatie 3 in 1, Huizen</i>. Bouwfonds Ontwikkeling regio Noord-West, marketing, juni 2003. Startdocument.</p>
Palisium	<p>Palisium Eerbeek. <i>Riant, zelfstandig, veilig en comfortabel wonen met zorg. Uniek in Nederland</i>. Presentatiedocument.</p> <p>Palisium Beilen. <i>Vijfsterren wonen met ambiance</i>. Presentatiebrochure.</p> <p>Palisium. <i>Zelfstandig wonen met ambiance</i>. Presentatiebrochure.</p>

Bijlagen

Bijlage I - Lijst met geïnterviewde personen

Organisatie	Naam	Functie	Doel interview	Datum
Altus	Dhr. A. Krijnen	Manager service-, comfort- en zorgdiensten Altus woonzorgdiensten BV	MCS	22 september 2004
Arcares	Dhr. J. Singelenberg	Projectmanager	SWM	20 september 2004
Bouwfonds ontwikkeling, regio Noord-West	Dhr. J. Fontein	Marketingmanager kantoor Haarlem	MCS	6 september 2004
Bouwfonds ontwikkeling, regio Zuid-West	Dhr. E.A.M. van Winsen	Directeur kantoor Delft	SWM	6 september 2004
Friese Greiden/Woonwille	Dhr. Boekholt	Hoofd Vastgoed	SWM	15 september 2004
Habion	Dhr. A.J. Roders	Regiomanager oost	SWM	17 september 2004
Hopman Interheem Groep	Dhr. P.H. Erdman	Ontwikkelingsmanager	MCS	20 september 2004
Humanitas Nederland	Dhr. M. Ernsting	Directeur	SWM	10 september 2004
Humanitas Rotterdam	Dhr. H.M. Becker	Voorzitter van de Raad van Bestuur	MCS	10 september 2004
Humanitas Rotterdam	Dhr. R. Platteschorre	Hoofd Planontwikkeling	MCS	10 september 2004
Palisium B.V.	Dhr. R.C.G. Sommer	Project-Akquisiteur	MCS	16 september 2004
Palisium B.V.	C.W.H. Voorham	Directeur	MCS	16 september 2004
Quintis	Dhr. G. Brouwer	Woonconsulent	SWM	7 september 2004
Senmar Consultancy	Dhr. R. Nesselaaar	Seniormarketeer	SWM	8 september 2004
SEV	Mevr. C. Kost	Programmabegeleider zorg	SWM	9 september 2004
SEV	Dhr. G. Hoofs	Programmabegeleider Wonen	SWM	9 september 2004
SEV	Dhr. S. Gelinck	Programmacoördinator team ontwikkelen en wonen	SWM	9 september 2004
Stec Groep	Dhr. F.V.A.L. Sevenheck	Medior Adviseur	SWM	7 september 2004
Stichting WSB	Dhr. W.G. Kromwijk	Initiator Woon(zorg)boerderijen	MCS	21 september 2004
TNO	Dhr. D.L. Knook	Hoofd geneetologie	SWM	8 september 2004
Talant groep	Dhr. A. Jager	Vastgoedontwikkelaar	SWM	15 september 2004
USUS	Dhr. C. Buis	Directeur Projecten	SWM	22 september 2004
Woonzorg Nederland	Dhr. F. te Kaath	Hoofd R&D	SWM	14 september 2004
-	Dhr. D. Sikkel	Professor seniorenmarketing	SWM	14 september 2004

⊛MCS : Multiple Case Study
 ⊛SWM : analyse seniorenwoningmarkt

Bijlage II - Projectgegevens, ontwikkelproces en toepassing op senioren

1 Eerbeek – Palisium Eerbeek

◆ Projectgegevens

Palisium BV heeft diverse locaties in ontwikkeling. Het Palisium-concept is dan ook een product op nationaal niveau in de maak. Van Palisium Eerbeek wordt nu de tweede fase in de verkoop gebracht. Het totale plangebied is bestemd voor vier appartementsgebouwen



Figuur 4.3: Sfeerimpressie Palisium Eerbeek.

aan de Doornweg in Eerbeek met 54 appartementen (46 appartementen en 8 penthouses). Voor de ontwikkeling van de verschillende locaties wordt eenzelfde strategie gehanteerd. Daarom is het niet noodzakelijk het ontwikkelproces te bespreken aan de hand van de verschillende ontwikkelingsgebieden, maar aan de hand van één enkele locatie binnen het Palisium-concept.

Het middelpunt vormt het Grand Café, de caremanager die 24 uur per dag beschikbaar is om de zorg te regelen en staan er hotelkamers ter beschikking van logés.

De palisium-appartementen, met een oppervlakte van minimaal 128m², zijn bereikbaar via een centrale hal (met lift) en hebben als basis een woonkamer en drie slaapkamers plus een groot balkon. De indeling is flexibel en goed toegankelijk. Dit betekent dat er bij de indeling rekening gehouden wordt met individuele koperswensen en dat de woning levensloopbestendig is.

Architect :IAA-Architecten Almelo-Enschede

Projectontwikkelaar: Ter Steege Vastgoed BV

Makelaar: Thoma Makelaars Lochem

Status: oplevering eerste kwartaal 2005 (fase 1) 90% verkocht

Prijzen: €320.000-€582.000,-

Servicekosten: €285,- per maand

Private care fonds: vanaf €9000,-

Ontwikkelingstijd: 6 jaar

◆ Ontwikkelproces

Stichting Palisium Nederland, Palisium BV en Palisium Beheer BV staan garant voor respectievelijk het toezicht, de uitvoering, de realisatie en het beheer van het project Palisium Eerbeek. Het Palisium concept richt zich met de pijlers (sterren) zekerheid, comfort, service, veiligheid en zorg op de senioren van nu en straks. Het doel is om senioren een woonvorm te bieden waarin rekening gehouden wordt met speciale wensen en behoeften van nog zelfstandig wonende senioren. Hiermee wordt getracht voor de bovenmodale inkomens een levensloopbestendige woonvorm op de markt te brengen.

Het concept is op basis van uitvoerig marktonderzoek uitgedacht door de Stichting Palisium Nederland. In het ontwikkelproces stapt Palisium BV hiermee in vroeg stadium naar marktpartijen (Bouwfonds Nederlandse

gemeenten BV en Woonzorg Nederland). De filosofie hierachter is dat er ruimte gelaten wordt om samen met betrokken partijen invulling te geven aan het ontwikkelproces. Echter wordt in beperkte mate vastgehouden aan de visie die besloten ligt in het concept.

Een ideaaltypische methode bij locatieontwikkeling was daarbij om in de planningfase contractueel overeenstemming te bereiken om gezamenlijk, binnen een vastgestelde periode, te komen tot meervoudige realisatie van het concept in Nederland. Op deze manier kan het project voet aan de grond krijgen in Nederland en naamsbekendheid krijgen via nationale media. Maar zover is het niet gekomen, want Palisium BV heeft het concept aan honderd gemeenten aangeschreven en van twee hebben ze een antwoord gekregen. Vanaf het begin waren de gemeente en provincie enthousiast, maar keer op keer loopt men vast. Gemeenten snappen er weinig van en het ontbreekt aan daadkracht. Het blijkt moeilijk de goede grond en locatie aan te kunnen kopen. Andere problemen zijn enerzijds het ontbreken van het draagvlak (als gevolg van rendementsoverwegingen, het verwachtingspatroon, de perceptie van een beperkte niche, 'koudwatervrees') voor een dergelijke insteek en anderzijds de stagnatie van de afzet van een nieuw product bij gemeenten. Kritiek die verstomd moet worden door de toekomstwaarde van het concept. Gezien de ontwikkelingstijd van het concept lijkt dat voorbarig.

Tot dusver is Eerbeek een van de eerste ontwikkelingsmogelijkheden van Palisium BV, die navolging krijgt door Palisium Beilen. Maar om de toekomst zeker te stellen, zoekt Palisium BV voortdurend naar marktkansen voor het Palisium-concept en wordt veel aandacht besteed aan communicatie en promotie en wordt dagelijks aan acquisitie gedaan. Zelfs het eindstadium, de verkoop, wil Palisium BV ter hand nemen. Continue probeert marktpartijen in te laten zien dat het concept navolging verdiend voor zowel de korte als ook voor de lange termijn. Maar de stagnerende afzet belemmert de overtuigingskracht van het concept. De interesse van een belegger moet de filosofie van Palisium ondersteunen en geeft wellicht reden tot optimisme.

◆ **Toepassing op senioren**

Palisium wil aansluiten op de maatschappelijke tendens en wens van de senior om zo lang mogelijk zelfstandig te blijven wonen. Het Palisium-concept speelt in dit kader in op de volgende ontwikkelingen:

- Een toenemend eigen woningbezit onder senioren;
- Een groter deel van senioren met een bovenmodaal inkomen;
- De vraag naar aangepaste woningen neemt toe;
- Senioren doen minder beroep op hulp en verzorging;
- De vraag van 65 plussers naar een plaats in een verzorgingshuis daalt sterk;
- Senioren van nu en straks zouden in staat moeten zijn fiscaal vriendelijk te kunnen sparen of zich voor particulier zorg aanvullend te verzekeren, waardoor de druk op de collectieve middelen (AWBZ) afneemt;
- Voor de bevolkingsgroep met lagere inkomens blijven daardoor voldoende middelen beschikbaar voor overheidsfinanciering.

Ook de toenemende kwalitatieve vraag van zelfstandig wonen, dient daarbij beantwoord te worden. Het stigma oud worden wordt bij dit streven vermeden, omdat blijkt dat dit de drempelvrees bij ouderen verhoogd. De zorggarantie wordt in dit kader dan ook in de verkoopstrategie minder benadrukt. Palisium richt zich in eerste instantie op senioren met een inkomen boven modaal die nog een keer willen verhuizen. Dit wordt aangevat door middel van een service royaal component en een care component. Het eerste component staat in deze voor de pijlers comfort en veiligheid en de tweede voor zekerheid en zorg. Dit wordt

aangeboden middels de servicemodules. In eerste instantie ligt de nadruk op het service royaal component. De zekerheid van zorg is notarieel gewaarborgd.

Na oplevering van elk Palisium -project draagt Palisium Beheer als volledige dochter van Woonzorg Nederland/Stichting Woonzorgdiensten permanent zorg voor zaken, die verband houden met het in stand houden van de gemeenschappelijke ruimtes in het gebouwencomplex, de technische installaties en de groenvoorzieningen. De caremanager coördineert alles ten behoeve van zekerheid, comfort, service, veiligheid en zorg.

Comfort en veiligheid betekenen: de activiteiten van een caremanager, een grand café, een locatie nabij voorzieningen, rolstoeltoegankelijkheid, schoonmaak, alarmering, domotica (videofooninstallatie, alarm- en oproepsystemen, afstandsbediening voor lichtscheming, beveiliging van openingssystemen voor deuren), noodoproepen, groenvoorziening, Politie Keurmerk Veilig wonen en Woonkeur.

Zekerheid en zorg betekenen: het Palisium private Carefonds (voorziet in gegarandeerde niet geïndiceerde extra zorg op maat, aanvullend op de AWBZ en gedurende 24 uur per dag) waarbij de gebruiker bepaalt wanneer en hoeveel er ingekocht wordt aan zorg door betaling op de Private Care Rekening. Deze spaarrekening garandeert en anticipeert op de onverwachte aspecten van het ouder worden: een zekerheidsstelling voor extra en direct beschikbare zorg bovenop de zorg die vergoed wordt uit de AWBZ.

2 Huizen – locatie 3 in 1

◆ Projectgegevens

In de gemeente Huizen wordt aan de goed ontsloten Huizermaatweg nabij het aangrenzende wijkwinkelcentrum Oostermeent locatie 3 in 1 ontwikkeld. De locatie is goed bereikbaar voor zowel de auto als de bus en heeft diverse recreatieve voorzieningen binnen een straal van één kilometer, zoals onder andere tennisbanen, een sportpark, een atletiekbaan, een stadspark, maar ook kerkelijke en zorgvoorzieningen. Het complex zal een viertal complexen herbergen en een wijkoverstijgende zorgfunctie innemen. De woningen hebben een gebruiksoppervlakte van minimaal 90m² (huur) tot 110m² (koop).

Ontwikkelaar: Bouwfonds Ontwikkeling regio Noord-West

Start verkoop: voorjaar 2005

Woningsoort: appartementen, penthouses, patio's

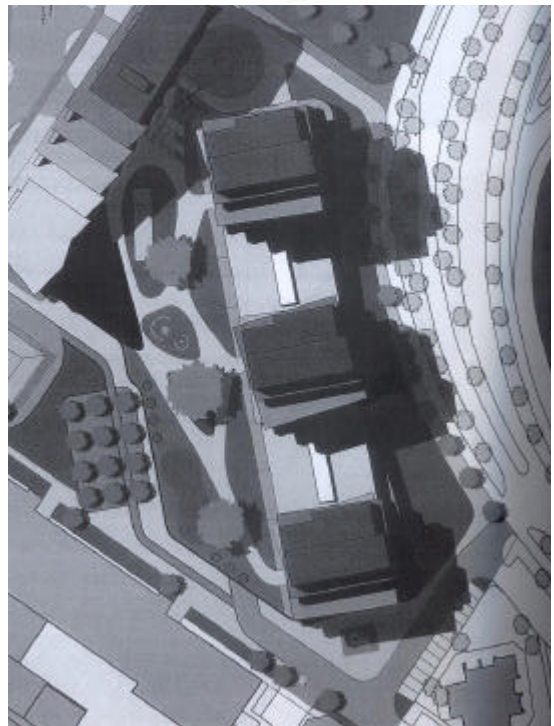
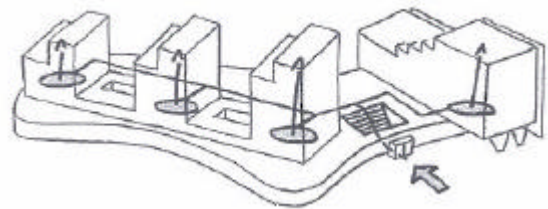
Aantal: 55 huurwoningen van €700,- per maand en 91 koopappartementen van €215.000-€375.000,-

Architecten: Architecten Cie

Status: voorlopig ontwerp

Oplevering: 2006/2007

Servicekosten: nader te bepalen



Figuur 4.4: Stedenbouwkundig plan locatie 3 in 1.

◆ **Ontwikkelproces**

De aandacht voor de senioren is in Huizen, zeker in de voormalige groeikern, terecht. Gedurende de jaren zeventig zijn in relatief kort tijdsbestek een groot aantal woningen gerealiseerd. De jonge gezinnen van toen zijn de 50-plussers van vandaag en de senioren van de toekomst. Met de ontwikkeling van de locatie 3 in 1 wil men inspelen op de toekomstige woon(zorg)behoefte van senioren uit Huizen.

De gemeente Huizen kent een vergrijsde gemeenschap met een grote inkomensklasse boven modaal. Om hiervoor meer passende woonmogelijkheden te creëren en de toekomstige vraag van de seniorendoelgroep in de gemeente Huizen te beantwoorden is het pilotproject 3 in 1 van start gegaan onder samenwerking van woningcorporatie Atrium, Vivium Zorggroep, de gemeente Huizen en Bouwfonds Ontwikkeling (Haarlem). Quintis is hierbij ingeschakeld als externe adviseur om het concept te verfijnen en om het programma van eisen te formuleren.

Uit het actieprogramma 'Wonen met service' is af te leiden dat de gemeente Huizen het niet wil houden bij huizen alleen. Het programma is uitgewerkt in de beleidsuitgangspunten: tot op hoge leeftijd zelfstandig kunnen blijven wonen, op een comfortabele manier met zorg en dienstverlening op maat en naar wens. Voor het 3 in 1 concept geldt dat juist de kwalitatieve en open uistraling bijdragen aan de levensloopbestendigheid van de locatie en de woningen. Hiermee is een startpunt gegeven met een hoog ambitieniveau.

Hoofdinitiatiefnemer in deze samenwerking is de gemeente. Voorwaarde voor de locatieontwikkeling was dat de bestemming seniorenhuisvesting was. Kritiek hierbij is dan ook dat het geformuleerd is vanuit een theoretisch kader, gebaseerd op eigen praktijkervaring en waarbij nauwelijks is gekeken naar wat de markt verwacht. Op basis van marktonderzoek van de marktpartij bleek de gesuggereerde vraag ondersteund te worden door cijfers. Maar uit deze cijfers bleek ook dat een realisatie van een dergelijke locatie over tien jaar beter zou zijn.

Het reeds genoemde samenwerkingsverband heeft bij het ontstaan van de locatie een bijzondere functie gehad. De gemeente, als één van de aandeelhouders, staat aan de wieg bij de ontwikkeling van de locatie 3 in 1. Op locatie 3 in 1 zouden op voorhand senioren een stap kunnen maken in hun wooncarrière. Of hieraan daadwerkelijk de grootste behoefte was, is niet onderzocht door de gemeente. De marktonderzoeksactiviteiten van de projectontwikkelaar, Bouwfonds ontwikkeling, gaven daarentegen voldoende inzicht in de kansen van de markt, hetgeen resulteerde in een verwerving van de gronden. De potenties en ontwikkelingsrichtingen van het concept en het ontwerp zijn in inspraakavonden aan ouderenbonden, belangstellende senioren en ondernemers van het nabijgelegen winkelcentrum voorgelegd. De partijen hebben als klankbord gefungeerd. Zodoende kan draagvlak gegenereerd worden. Al met al tijdrovende activiteiten. Tevens is voor een visie op het 3 in 1 concept het nabijgelegen verzorgingscentrum de Rustmaat in het onderzoek betrokken als testcase om een overlap ten aanzien van woningproducten, -typologieën en dienstverlening te voorkomen. Op basis van deze evaluatie blijkt dat het concept 3 in 1 een aanvulling in plaats van een concurrerend aanbod betreft.

◆ **Toepassing op senioren**

In het ontwikkelproces is een duidelijke rol weggelegd voor de markt. Er heeft namelijk marktonderzoek plaatsgevonden naar de kansrijkheid van een seniorenproject (ten aanzien van het aantal senioren, de inkomensgroepen binnen deze groep en de financiële armslag van deze groep) en de wensen ten aanzien van woning en woonomgeving. Echter had de locatie al het predikaat seniorenwonen, wat contractueel is vastgelegd bij de grondverwerving.

Ten tijde van het in verkoop gaan van de Locatie 3 in 1 (medio 2005) behoren circa 6.300 huishoudens tot de leeftijdscategorie 55-plus. Dit komt overeen met 37% van het totale aantal huishoudens. Circa 1.350 huishoudens behoren in 2005 tot de leeftijdsgroep 75-plus. Tevens is het van belang om het toch niet geringe aantal eenpersoonshuishoudens te onderscheiden: 40% van 55-plus.

Middels een marktsimulatiemodel blijkt dat er een omvangrijk potentieel tekort is aan koopwoningen in het middeldure en duurdere segment van €150.000-€250.000. In de gestapelde koopsector worden de grootste potentiële woningtekorten waargenomen in de prijsklasse €150.000-€200.000.

De nabijheid van winkels en openbaar vervoer wordt door senioren enorm gewaardeerd. Naast deze fysieke aspecten dienen de sociale aspecten van het woonmilieu onderkend te worden: sociale veiligheid en overlast en de wens om in de eigen woonplaats te blijven wonen.

De diverse eisen van de verschillende leeftijdscategorieën en huishoudentypen dienen binnen het woonconcept opgevangen te worden om de levensloopbestendigheid te garanderen. Dit stelt eisen aan de flexibiliteit van de woning, zorg- en dienstverlening. De uitwerking van het concept dient in te spelen op veranderende wensen van de doelgroep en te voorzien in de vraag naar arrangementen van publiek gefinancierde zorg en privaat gefinancierde dienstverlening en woonruimte. Door inspraak- en voorlichtingsavonden wordt de interesse in de gemeente Huizen getoetst bij de senioren op het niveau van de woning en het dienstenaanbod. Op deze manier is het concept verder verfijnd en kan de inbreng van de doelgroep een positief effect hebben op de afzet en de kennis ten aanzien van vervolprojecten.

De inhoud van de dienstverlening kan ingedeeld worden in de volgende categorieën (met verantwoordelijke partij):

- Woondiensten: kleine reparaties, glazen wassen, onderhoud van technische installaties, tuinonderhoud
- Service manager: uitvoer van kleine werkzaamheden, aanspreekpunt voor bewoners, coördinatie van diverse zorgtaken (Atrium);
- Servicediensten: huishoudelijke diensten, was- en strijkservice, maaltijdservice en boodschappendienst (Atrium);
- Zorgdiensten: transmurale zorg (Vivium zorggroep).

Raakvlak in deze driedeling is het zo lang mogelijk zelfstandig wonen. De stijging van de gemiddelde leeftijd van de bewoners van locatie 3 en 1 zal in de toekomst een verschuiving in vraag teweegbrengen van woon- en service- naar zorgdiensten. In het begin wordt de nadruk gelegd op dienstverlening, de zorgbehoefte komt in een later stadium. Uitgangspunt is dat de voorzieningen (zoveel mogelijk) facultatief modulair worden aangeboden. De bewoners hebben geen verplichting tot afname. Deze diensten worden middels een vaste maandelijkse bijdrage verrekend in de servicekosten.

Zorg wordt op maat geleverd: persoonlijk, snel, efficiënt en is flexibel wat betekent dat de producten worden aangeboden wanneer daar behoefte aan is. Dit vanwege de grote verschillen in behoeften. De bewoners hebben een garantie dat zij kunnen beschikken over een breed dienstenaanbod. Kritiek op dit voorgaande is dat de instanties die de diens ten dienen te leveren hierin een inspanningsverplichting hebben.

Functies als een kapper, ontmoetingsruimte, schoonheidsspecialist, huisarts, fysiotherapeut, grandcafé moeten de interactie van het multifunctionele complex en naar buiten de wijk levensloopbestendigheid mogelijk maken zeker ten behoeve van het sociale contact en het tegengaan van vereenzaming onder de senioren. Dit komt onder toezicht van een Vereniging van Eigenaren (=VvE).

3 Beesel – Domaine de Villers

◆ Projectgegevens

In en bij de authentieke kasteelhoeve realiseert 3B Bouw Invest met dertien riante hoevewoningen het project Domaine de Villers in het plaatsje Beesel. Beesel ligt centraal tussen de steden Roermond en Venlo. Omgeven door een groene gordel is de locatie rustig en sfeervol om te wonen. Een plek met alle hedendaagse voorzieningen (dagelijkse boodschappen en terrasjes, eetgelegenheden e.d.) en goede verkeersverbindingen. De locatie is gelegen aan de N271/N567.



Figuur 4.5: Oud Waterloo: Domaine de Villers.

Domaine de Villers wordt geheel gerestaureerd en tot in detail afgewerkt. Van buiten blijft de achttiende-eeuwse sfeer behouden, van binnen worden vier riante eigentijdse woningen gerealiseerd met een optimale ruimte-indeling en volop hedendaags comfort. Negen geheel nieuwe levensloopbestendige woningen van minimaal 120m² complementeren de locatie.

Initiatief en ontwikkeling: 3B Bouw Invest

Aannemer: Berben Bouw B.V.

Architect: Architectenburo W. de Bruijn

Notaris: Rivierdael Notarissen

Informatie en verkoop: Jack Frenken Makelaars en Taxateurs o.g.

Prijzen: €230.000-€550.000,-

Status: in verkoop

Parkeren: extra garage 15.000,- v.o.n.

extra parkeerplaats 3.500,- v.o.n.

◆ Ontwikkelproces

De locatie is ontwikkeld ten behoeve van de nieuwe denkwijze van bouwen voor het landelijk wonen en de realisatie van dergelijke initiatieven. Het ontwikkelingsinitiatief gericht op woon(zorg)boerderijen is een doorbraak met een lange adem, want ondanks de grote belangstelling (en registratie) bij informatieavonden, de mogelijkheden, kansen, zijn er knelpunten rond de regelgeving van woonzorgboerderijen en de financiering, want hoe duurder de boerderij hoe duurder de appartementen na de verbouwing. Naast deze rendementsvraag is het aantal bouwlocaties dat zich leent voor dergelijke ontwikkelingen beperkt. Belangrijke randvoorwaarde is dat deze ontwikkelingen niet nu of in de toekomst de bedrijfsvoering van de resterende agrarische bedrijven verstoren (stankcirkels).

Voor de Stichting WSB is een dergelijke woonvorm als Domaine de Villers een doorbraak te noemen. Het is een toevalstreffer en een van de eerste initiatieven om de kansen die de Nota Ruimte biedt te benutten.

Ondanks dat de belangenorganisaties en gemeenten die vaak bezwaar aantekenen en de nadruk op toelatingsplanologie bij particuliere initiatieven, wordt een overgang naar ontwikkelingsplanologie zichtbaar.

Beleidsbepalers zijn echter nog sceptisch, maar rentmeesters/beleggers blijken bereid te zijn te willen financieren in deze landgoederen en agrarische gronden (kastelen, kloosters, boerderijen).

De subdoelstellingen van de stichting WSB zijn:

- De wens in kaart brengen bij senioren om te wonen in een appartement op een boerderij;
- Bevorderen van het gebruik van vrijkomende boerderijen voor het bewonen door senioren;
- Bevorderen van het gebruik van woonkeur bij dergelijke projecten;
- Geven van voorlichting aan zoekenden naar dergelijke woonvormen;
- Bevorderen van transparantie van de markt van wooneenheden op boerderijen;
- Promoten van het persoonsgebonden budget;
- Bevorderen van behoud van boerderijen als beeldbepalende cultuurelementen op het platteland.

Op basis van marktonderzoek, de interesse van de markt is het project gerealiseerd, maar het lange termijn karakter van dergelijke projecten blijkt veel belangstellenden te doen besluiten af te haken.

◆ Toepassing op senioren

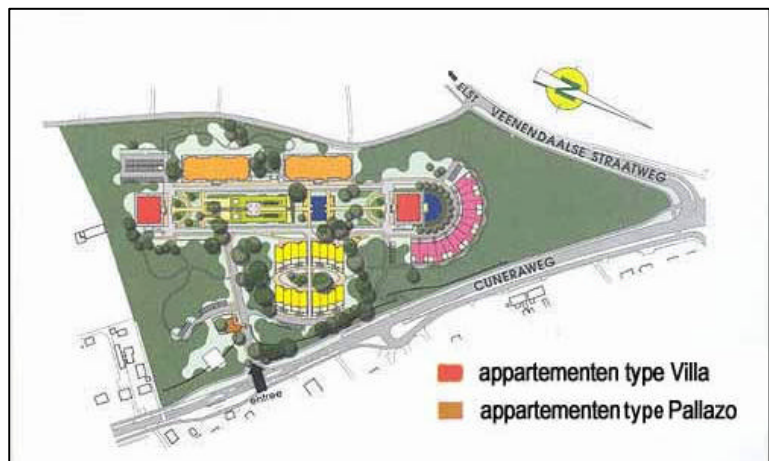
Naast de mogelijkheden van de Nota Ruimte, komt het initiatief voor een landelijke Stichting Wonen van Senioren op Boerderijen voort uit veranderingen op het platteland. Veel boeren zijn bezig met het verbreden van hun bedrijfsvoering, door het starten van nevenfuncties of bedrijfsbeëindiging komt massaal voor. Kansen liggen er onder meer voor seniorenhuisvesting en dan voornamelijk voor senioren met een sterke band met het platteland. Ook zijn er mogelijkheden van dergelijke initiatieven voor de vitalisering van oude landgoederen- en gebouwen.

Op het lokale niveau van Domaine de Villers heeft marktonderzoek aangetoond dat er vraag uit de markt is voor een dergelijk initiatief. Het proces valt te typeren als dynamisch, aanbodgeoriënteerd en vraaggestuurd, met input van de markt. Dit betekent dat met aandacht voor kwaliteit ontwikkeld is en ruime aandacht aan de groene invulling (parkachtig) is besteed. Van een service- of zorgdienstenpakket is geen sprake. Als koper van een appartementsrecht wordt deze eigenaar van een aandeel in het gehele complex en van rechtswege automatisch lid van de vereniging van eigenaren. De VvE dient voor het beheer van de gemeenschappelijke gedeelten en het behartigen van de gemeenschappelijke belangen van de eigenaren als reparatiekosten, het in stand houden van en het onderhoud van de bomen, binnenhoven, laan, achterpad en parkeerplaatsen. De eigenaren betalen periodiek – meestal per maand – aan de vereniging zogenaamde servicekosten. Zoals aangegeven verloopt de ontwikkeling van een dergelijk terrein zeer moeizaam. Dit komt doordat de markt de ontwikkelingen afwacht en omdat, ondanks de grote aantallen belangstellenden, de financiële en juridische knelpunten dergelijke initiatieven belemmeren.

4 Veenendaal – Buitenplaats Rhenendael

◆ Projectgegevens

Buitenplaats Rhenendael is een exclusieve nieuwbouwlocatie op de grens van Veenendaal en Rhenen – halverwege Utrecht en Arnhem. Rhenendael is bijzonder fraai gesitueerd aan de voet van de Utrechtse heuvelrug. De locatie ligt formeel gesproken in de gemeente Rhenen, maar feitelijk aan de rand van Veenendaal op de hoek van Veenendaalse straatweg en



Figuur 4.6: Plattegrond buitenplaats Rhenendael.

Cuneraweg. Dankzij de ligging aan de Cuneraweg – die Rhenen met Veenendaal verbindt – is zowel de A12 (Den Haag-Arnhem), als de A15 (Rotterdam-Nijmegen) eenvoudig te bereiken. Een bushalte voor de deur en het NS-station van Veenendaal zorgen voor een goede bereikbaarheid per openbaar vervoer. Op een bosachtig terrein van circa acht hectare staan dertig grondgebonden woningen en vier appartementengebouwen rond een binnentuin (Tapis Vert). Om zo veel mogelijk natuur te behouden, wordt er maar op een klein gedeelte van het terrein gebouwd en wordt er deels ondergronds gebouwd.

Bovengronds is slechts eenderde van het gebied bebouwd. Het overige deel is natuur, bestaande uit de aangelegde tuinen en bebossing. Dit basisconcept resulteerde in het clusteren van woningen, in combinatie met groenstroken. De binnenplaats wordt omzoomd door klassieke gebouwen: twee appartementsgebouwen van het type Villa, twee appartementsgebouwen van het type Palazzo en twee clusters patiowoningen, te weten de Courtpatio en de Arenapatio.

Het project onderscheidt zich in het bijzonder door de extra voorzieningen – verzonken in de binnentuin ligt een facilitycentrum met zwembad, bibliotheek, biljartkamer, jeu de boules baan e.d., dat diensten als fysiotherapie, fitness en massage kan aanbieden aan de bewoners en zijn er parkeergarages onder de appartementengebouwen gesitueerd. Dit wordt door een Vereniging van Eigenaren beheerd. In totaal worden 164 woningen gerealiseerd. Op dit moment zijn alleen nog appartementen te koop. De grondgebonden woningen hebben reeds een eigenaar.

Ontwikkelaar: Hopman Interheem Groep

Architect: Van den Dikkenberg & Bons Architecten

Prijs: appartementen Pallazo €225.000-€255.000 v.o.n. en de Courtpatio- en de Arenapatio-woningen

Woonoppervlak: vanaf 94m²-104m² (Pallazo) en de Courtpatio- en de Arenapatio-woningen

Status: verkocht

Parkeren: binnen €14.000,- en buiten €5.750,-

Servicekosten/Maandlasten: hypotheeklasten, woonlasten (onroerende zaakbelasting, waterschap e.d.), bijdrage Stichting Buitenplaats Rhenendaal Beheer, basis service- en supportpakket, servicekosten VvE of een bijdrage in de stichting woningen Arena of Court; totaal €231 á €301,-

◆ **Ontwikkelproces**

De doelstellingen van de ontwikkelaar, de Hopman Interheem Groep, zijn benaderd vanuit de wens van de consument. Men wil de groeiende groep senioren die zelf liever bepaalt welke voorzieningen in de omgeving aanwezig zijn, tegemoetkomen en tegelijkertijd onderscheidend zijn met het Wonen En Meer-concept dat bedoeld is voor iedereen die meer verwacht dan vier muren en een dak. Dit concept pretendeert te voorzien in deze behoefte. Het concept is een vorm van particulier opdrachtgeverschap, doordat de invulling van de voorzieningen en service wordt bepaald door de eindgebruikers. Buitenplaats Rhenendaal is een goed voorbeeld van de invulling van dit concept. Stichting Buitenplaats Rhenendaal Beheer is de overkoepelende stichting voor de buitenplaats Rhenendaal. Deze stichting heeft als doel:

- het beheren, onderhouden en verkrijgen van het terrein dat ligt rondom de woningen en appartementen (hiervoor is een beheerder aanwezig);
- het verstrekken van voorzieningen;
- camerabewaking.

Door ruimte te laten aan de behoefte van de (toekomstige) eindgebruikers, kan de afgevaardigde Vereniging van Eigenaren de extra functies voor het gewenste doel reserveren en de ruimte gebruiken. Kritiek hierbij is dat de vrijblijvendheid van de extra functies niet geheel vrijblijvend is gezien de hoge servicekosten die betaald moeten worden. Startpunt in deze woontypologie is dat vanuit de gemeenschappelijke behoefte aan

dienstverlening gedacht wordt. Dit kan door de scheidslijnen tussen normaal en afwijkend niet te zien en door eerst te kijken naar de mensen en daarna pas naar de mogelijke woonvormen, technische toepassingen, zorgvoorzieningen en financieringsconstructies. En vooral door mensen te laten meedenken en beslissen over hoe dit gerealiseerd wordt en een rol te geven in het proces. Met hun wensen wordt in het begin van de planontwikkeling al rekening gehouden en een facultatief aanbod aan (zorg- en gemak)diensten gecreëerd. Een modelwoning fungeert voor senioren als een bevestiging wat mogelijk is en gewenst wordt. Tijdens het plan Buitenplaats Rhenendael was er nog geen sprake van een locatie. Wel werd er, om het geheel handen en voeten te geven, gerekend met de voorwaarden voor een locatie. Er was dus sprake van een visie, vervolgens werden er marktonderzoeken uitgevoerd en toen een locatie gekozen. Na de locatiekeuze en de vaststelling van het stedenbouwkundig plan krijgt de VvE de 'vrije' hand de vrije ruimte naar behoeven in te richten. Een toekomstig kritiekpunt daarbij is dat bij wisseling van de ingezetenen in de VvE (door verkoop) een veranderde visie op het gewenste dienstenpakket kan ontstaan, wat ongewenst hoge kosten met zich mee kan brengen.

◆ **Toepassing op senioren**

Uitgangspunt van het product Rhenendael is dat senioren andere behoeften hebben dan jongere generaties. Niet omdat ze hulpbehoevend zijn, maar omdat ze voorbereid willen zijn als het straks met de gezondheid minder gaat. In tegenstelling tot wat vaak gedacht wordt, zijn de behoeften van oudere bewoners vaker niet zorggerelateerd. Veelal wordt het stigma oud vermeden door senioren die geen zorgvraag hebben en vormt de benoeming van de zorg in de verkoop een stressor. Van de senioren die naar een beschermende woonvorm verhuizen, geeft slechts 21% als reden op dat de zorgvraag groot is geworden. Al die anderen zoeken een nieuwe woning omdat hun oude woning te groot of te duur is geworden of omdat ze meer contact met anderen willen. Deze mensen kiezen vooral voor wonen met gemak, zekerheid en veiligheid in tegenstelling tot de nadruk op zorg. Een wens die met Wonen En Meer probeert te realiseren. En wanneer deze wens handvaten krijgt in een bouwkundig product en voldoende belangstelling genereert, is de doelgroep bereidheid om te betalen. Dit laatste vormt, zoals eerder aangegeven, een kritiekpunt ten aanzien van Buitenplaats Rhenendael, want de maandelijkse kosten zijn opgedeeld in:

De voorzieningen die behoren tot het basis service- en supportpakket bestaande uit:

- een consulent die de gewenste diensten of benodigde support coördineert;
- een abonnement op maaltijdvoorzieningen (maaltijden zijn voor eigen rekening);
- alarmopvolging in het gehele complex, inclusief de telefoonlijnen;
- kosteloos bellen binnen het complex;
- nachtverpleegkundige.

Dit basis service- en supportpakket kan naar behoefte worden uitgebreid. Daarnaast zijn er kosten van rechtswege voor de VvE of Stichting Rhenendael Beheer Woningen Arena of Court afhankelijk van het feit of een appartement of woning wordt betrokken. Een kostenpost die hoog te noemen is. Deze extra kosten worden onderdrukt, want bij buitenplaats Rhenendael ligt vooral de nadruk op lekker leven, zoals ze dat zelf willen door zelf uit te maken hoe ze hun leven, hun tijd en woonomgeving inrichten. Om deze keuzemogelijkheden te bieden is het belangrijk om de doelgroep, in al haar verscheidenheid, te kennen en middels het bouwkundige product en de (facultatieve) dienstverlening beantwoorden. De opdrachtgever probeert met het concept in het ontwikkelproces in te spelen op de behoefte aan levensloopbestendig wonen en op de individuele behoefte van mensen om meer dienstverlening in en rondom de woning. Het bouwkundige product is geen bepalende succesfactor in het slagen van een project, maar er dient wel aandacht aan te worden besteed en goed geregeld te zijn door een Woonkeur.

5 Rotterdam – Schierbroekse Parkflat

◆ Projectgegevens

De Schierbroekse Parkflat was het eerste Humanitascomplex met een grote differentiatie in woningtypen en -categorieën. Er zijn 97 levensloopbestendige huurwoningen, 59 koopwoningen (in de woontoren) van minimaal 120 m² en ongeveer 500 vierkante meter bedrijfsruimten. De flat kwam medio 1998 gereed en bood de eerste tijd onderdak aan cliënten van de Humanitaskliniek, toen dit verpleeghuis werd gerenoveerd.



Figuur 4.7: Schierbroekse Parkflat te Rotterdam.

Het complex maakt deel uit van Humanitas -Akropolis, samen met de Humanitaskliniek, de Gerrit Spronkerflat en de Molenwiek, onderdelen van woning- en zorgstichting Humanitas. De bewoners maken gebruik van de diensten van Humanitas (wonen) –Akropolis (zorg), maar het gebouw heeft wel eigen voorzieningen, zoals een restaurant ('De Vrolijke Vlinder'), kapsalon, fysiotherapie en parkeergarage. Nabij is een buurtwinkelcentrum. De Schierbroekse Parkflat is aangesloten op de Humanitas Servicecentrale. Voor de alarmopvolging is er 24 uur een professioneel team beschikbaar.

Architect: Buro 5 Maastricht

Opdrachtgever: Humanitas/Kondor Wessels

Aannemer: Wessels Zeist

Aantal woningen: 97 verzorgingsappartementen/59 luxe appartementen (waarvan penthouses)

Oplevering: 1998

Prijzen: eerste verkoop vanaf €160.000,- (met gradaties per woonlaag van €2.500,-), nu €450.000,-

Huur: vanaf kale sociale huur tot vrije klasse

Servicekosten: drie procent van koopsom

◆ Ontwikkelproces

De plannen ten aanzien van seniorenhuisvesting zijn ontstaan vanuit de visie van Humanitas op levensloopbestendig wonen. In 1995 zijn daarvoor de eerste levensloopbestendige woningen Humanitas -Akropolis en Humanitas -Bergweg gerealiseerd. Sinds die tijd zijn er een aantal woonzorgcomplexen gerealiseerd onder verrichting van haalbaarheidsstudies en marktonderzoek in de regio Rotterdam. Tevens is gekeken naar wat de toegevoegde waarde van een dergelijke locatie voor de beoogde doelgroep zou kunnen zijn. Hieruit kwam naar voren dat naast de levensloopbestendigheid van de woning en de vraag om langer zelfstandig te kunnen wonen ook met een zorgindicatie een differentieel voordeel zou kunnen betekenen. Momenteel is de visie en de ambitie vastgelegd en worden verscheidene initiatieven onder- en overgenomen.

Ten aanzien van de Schiebroekse Parkflat is in dit verband allereerst een tekortberekening gedaan naar woningen. Op basis van de (COS-)statistieken van de gemeente Rotterdam bleek een grote lacune aan de vraagzijde aanwezig te zijn naar woningen bestemd voor senioren. De differentiatie in woningtypologieën sluit hierop aan. Anticiperend op dit tekort wat tegemoet komt aan een kwaliteitseis, werd het bestaande verzorgingstehuis met 278 verblijfsruimten vervangen door huisvesting die beter aansloot op de wensen van de senior. Hierbij werden de bestemmingsbepalingen volledig uitgemunt door de eigenaar van de grond: Humanitas zelf. Eveneens werd ernaar gestreefd op andere terreinen dan wonen een kwalitatieve bijdrage te leveren aan de omgeving ten behoeve van de wijkfunctie. Daartoe is een slecht geaccommodeerde wijkfysiotherapeut, een restaurant in de plinten geplaatst. Ten behoeve van het draagvlak werd dit herontwikkelingsinitiatief Schiebroekse Parkflat voorgelegd aan directe betrokkenen zoals inwonenden, omwonenden en belangenorganisaties.

◆ **Toepassing op senioren**

De zorgvisie van Humanitas en de levensloopbestendige woningen bieden maximale mogelijkheden om voor zichzelf te zorgen en zelfstandig te zijn. Uitgangspunten van de zorgvisie zijn erop gericht de grenzen van het zorgveld terug te dringen:

- Eigen verantwoordelijkheid en zelfbeschikking, de regie op het eigen leven: zorg op maat;
- Grote delen van de zorg worden door de patiënt zelf gedaan (use it or lose it) of worden door middel van mantelzorg en vrijwilligershulp;
- Scheiding van wonen en zorg (de cliënt is baas is huis) de appartementen zijn woningen voor het leven, dit betekent dat de zorg tot 100% verpleegtehuiszorg geleverd kan worden in de eigen woning;
- De Institutionalisering;
- Directe communicatie met de omgeving;
- Interactie met verscheidene doelgroepen en verschillende maatschappelijke organisaties;
- Welzijnselementen (restaurant, huisdieren, bridgeclubs, kunstexposities, muziekgezelschappen, trouwfeesten, postzegelverzamelmarkten, overdekt dorpsplein) zijn geïntegreerd onderdeel van het Humanitas-product.

Omdat de cliënt niet langer gedwongen is te verhuizen, blijft het sociale netwerk in stand. De de Institutionalisering, de persoonlijke activiteiten en de interactie met de maatschappij versterken dit. Een adequate toegankelijkheid en multifunctionele faciliteiten stimuleren ook andere groepen om het complex te bezoeken. Deze aanwezigheid van mensen stimuleert de mentale activiteit van de mensen. Zonder deze bezoekers, die ertoe bijdragen dat er een band bestaat met de buurt, is er het gevaar van hospitalisatie.

Kernzaken die dit mogelijk maken zijn verwoord in de basisfilosofie van Humanitas:

- Een rigoureuze scheiding van wonen en zorg: van zorg tot wonen;
- Gevarieerde bezetting van de complexen: rijk en arm, ziek en gezond, jong en oud, autochtoon en allochtoon;
- Geen scheiding van de partner;
- 'Use it or lose it': de zorg is op maat en adviserend, te veel zorg is erger dan te weinig zorg;
- Zorg met de 'handen op de rug': stimuleren van onafhankelijkheid en vertrouwen op zichzelf zonder betutteling en kritiek;
- De ja-cultuur: alles kost geld, totdat het tegendeel bewezen is.

Qua service- en zorgdienstenpakket betekent dit dat allerlei zaken facultatief zijn en eraan wordt gestreefd exclusiviteit niet te remmen. Indien een gemene deler niet bereikt wordt, wordt een individu in dit verband de mogelijkheden voorgehouden. De servicekosten verhouden zich als 3 promille van de koopsom en betreffen onderhouds-, beheers- en schoonmaakkosten. Dit is ondergebracht bij de VvE voor kopers.

6 Zeist – Park Finspong

◆ Projectgegevens

Altus werkt in heel Nederland. Ze realiseert projecten in zowel stedelijke als landelijke gebieden. Park Finspong staat in de voorname villawijk Lyceumkwartier in Zeist. Het wooncomplex bestaat uit zes gebouwen, welke in twee fasen zijn gebouwd. In de eerste fase zijn vier gebouwen gerealiseerd met in totaal 60 ruim opgezette appartementen. De afmetingen van de appartementen variëren, maar hebben een gemiddelde oppervlakte van 117m². In de tweede bouwphase is het complex uitgebreid met 22 appartementen, verdeeld over twee gebouwen en voorzien van een parkeerkelder. In één van de gebouwen is een dagbehandeling van verpleeghuis



Figuur 4.8: Finspong te Zeist.

Bovenwegen gerealiseerd. Er zijn tal van gemeenschappelijke ruimten aanwezig waarvan alle bewoners gebruik kunnen maken, zoals een fitness-, fysiotherapie-, ontmoetings-, en recreatieruimte. Tevens zijn er logeerkamers waar gasten kunnen verblijven en recreatieve activiteiten. Rondom de woongebouwen is een parklandschap ontworpen met een wandelroute, zodat bewoners door hun eigen park kunnen wandelen.

Status: verkocht

77 koopappartementen met bewoners die een gemiddelde leeftijd van boven de 80 jaar hebben

Prijs: vanaf €200.000,- koop en €540,- huur

◆ Ontwikkelproces

Altus bestaat als projectontwikkelaar uit de divisies Advies en Ontwikkeling en Woonzorgdiensten, waarmee de markt van seniorenhuisvesting wordt bediend, staat garant voor een integrale projectontwikkeling met service-, confort- en zorgdiensten vanaf initiatieffase, via verkoop tot realisatie. Na oplevering worden de service-, confort- en zorgdiensten gegarandeerd door Altus Woonzorgdiensten in de vorm van garantie, kwaliteitsbewaking en ondersteuning van de Vereniging van Eigenaren.

Door de opdeling in Advies en Ontwikkeling en Woonzorgdiensten tracht Altus de verschillende expertises, wonen en zorg, op elkaar aan te sluiten en complementair aan elkaar te maken. Praktische problemen met als resultaat een te duur woonzorgcomplex, bewoners die niet passen binnen de beoogde doelgroep, leegstand, onrendabele zorgexploitatie, teleurstelling bij alle betrokkenen die vaak als reden hebben dat partijen een ander referentiekader hebben en ongemerkt langs elkaar heen praten, worden op deze manier geminimaliseerd.

Altus Advies en Ontwikkeling ontwikkelt koop- en huurappartementen in de midden en hogere prijsklassen. Zij doet dit volgens een samengesteld Programma van Eisen op grond van locatiekeuze, doelgroepbepaling, de mogelijkheden van aan te bieden service-, confort- en zorgdienstenpakket, ondergebracht in het Altus

label. Zo biedt het de mogelijkheid voor senioren om lager zelfstandig te blijven wonen. De nadruk ligt hier voornamelijk op het midden- en het hoge segment van de seniorenmarkt.

Altus Woonzorgdiensten ondersteunt projectontwikkelaars, beleggers, woningcorporaties etc. bij het samenstellen en realiseren van een pakket aan diensten voor haar bewoners. Ze beweegt zich hierbij op het brede terrein van wonen, zorg, welzijn, comfort en veiligheid. Zij toetst, adviseert, initieert en implementeert gedurende het ontwikkelproces alles met betrekking tot de service-, comfort- en zorgdiensten (conform de visie en de wensen van de opdrachtgever). Opdrachtgevers hebben de mogelijkheid een eigen label te voeren.

Altus Woonzorgdiensten maakt bij de samenstelling van een pakket gebruik van locale, regionale en landelijke dienstverleners. Voor de uitvoering van de diensten stelt Altus Woonzorgdiensten contracten met leveranciers op. Ten behoeve van het gehele ontwikkel- en kwaliteitscontroletraject stelt Altus Woonzorgdiensten offertes op. Afhankelijk van de doelgroep kan de nadruk op service- en comfortdiensten, dan wel op zorg worden gelegd. In het project Finspong ligt de nadruk, gezien een gemiddelde leeftijd van boven de 80 jaar, op zorg. Daarbij worden (potentiële) kopers of huurders voorgelicht door middel van het samenstellen van documentatie, het organiseren van voorlichtingsbijeenkomsten of het verstrekken van informatie aan individuen.

Altus pretendeert dat de door hun gerealiseerde appartementen uitermate geschikt zijn voor zelfbewuste senioren die Wel Gesteld willen Wonen.

◆ **Toepassing op senioren**

Het Altus Label staat voor richtlijnen aan woonomgeving, woongebouw en woningen. Voor de woonomgeving is het van belang dat de juiste locatie gekozen wordt van een complex met voorzieningen als openbaar vervoer en supermarkt op maximaal 400 meter afstand. Tevens dient de omgeving representatief te zijn en aan de inrichting van het omringende terrein aandacht te worden besteed. Het woongebouw is ruim van opzet. In de algemene ruimten van een wooncomplex bevinden zich nergens obstakels, ook niet voor gebruikers van een loophulpmiddel of rolstoel. Parkeervoorzieningen bevinden zich over het algemeen in een ondergrondse parkeergarage. Met een lift zijn, ook vanuit de parkeergarage, alle appartementen bereikbaar. Elk wooncomplex is voorzien van een ontmoetingsruimte voor de bewoners. Deze ruimte biedt mogelijkheden voor diverse initiatieven op bijvoorbeeld het gebied van recreatie, educatie of sport. Per complex is er een grote diversiteit aan woningen. Het afwerkingniveau is hoogwaardig en luxueus. De appartementen zijn uitgerust met degelijk hang- en sluitwerk en zijn voorzien van een videfoon. Daarnaast zijn de woningen voorzien van comfort- en zorgdiensten. Het Altus Label biedt een plus aan senioren die comfort en service wensen bij het zelfstandig wonen. Finspong is hiermee een voorbeeld van de wijze waarop Altus Woonzorgdiensten een comfort- en zorgpakket realiseert. Het omvat een pakket ondersteunende diensten op het gebied van wonen, comfort en veiligheid. Dankzij dit pakket kunnen bewoners gerieflijk en zorgeloos wonen. Ieder complex kent een basispakket van comfort- en zorgdiensten voor alle bewoners, met daarnaast een nagenoeg onbegrensd aantal facultatieve diensten. Het basispakket omvat gewoonlijk de volgende voorzieningen:

- Woonzorgcoördinatie;
- Huismeester;
- Alarmering en alarmopvolging (24 uren);
- Huisvuilverwijdering;
- Reservering herinrichting algemene ruimten;
- Kwaliteitsbewaking door Altus.

Naast het basispakket dat door alle bewoners wordt afgenomen, wordt een aantal facultatieve diensten geboden. Immers, de een heeft behoefte aan een verpleegkundige, de ander aan huishoudelijke hulp. Weer een ander wenst een boodschappenhulp, maaltijdservice, schoonmaakdienst, pedicure, manicure, kapper, wachtlijstbemiddeling, bloemenbesteldienst e.d. Voor deze facultatieve diensten worden veelal raamcontracten gesloten met leveranciers. De woonzorgcoördinator kan de bewoners behulpzaam zijn bij het regelen van al deze diensten. Deze facultatieve diensten worden bij de bewoners individueel in rekening gebracht door de leveranciers en zijn dus niet verdisconteerd in het basisabonnement, want wie een appartement van Altus koopt, neemt 'automatisch' deel aan het Altus Label. De vergoeding hiervoor wordt naast de normale servicekosten bij de bewoner(s) in rekening gebracht. Het bedrag is afhankelijk van de inhoud en wordt jaarlijks aangepast. Vaak kan er voor de vergoeding van verpleging en/of verzorging een beroep gedaan worden op de AWBZ of op de particuliere ziektekostenverzekering van de bewoner.

Bijlage III - Figuren- en tabellenlijst

Figuren

- Figuur 1.1: *Conceptueel model.*
- Figuur 1.2: *Seniorenpiramide.*
- Figuur 1.3: *Onderzoeksmethodiek.*
- Figuur 2.1: *Specifiek voor senioren geschikte woningen in de nieuwbouw, 1990-2003.*
- Figuur 2.2: *Vraag en aanbodfactoren die bepalend zijn voor een implementatiestrategie.*
- Figuur 3.1: *Huishoudensprognose tot 2050.*
- Figuur 3.2: *Netto koop- en huurlasten van eigenaar-bewoners en huurders, 1990-2002 (in euro's).*
- Figuur 4.1: *De cases van de Multiple Case study.*
- Figuur 4.2: *Structuur uitwerking van de cases.*
- Figuur 4.3: *Sfeerimpressie Palisium Eerbeek.*
- Figuur 4.4: *Stedenbouwkundig plan locatie 3 in 1.*
- Figuur 4.5: *Oud Waterloo: Domaine de Villers.*
- Figuur 4.6: *Plattegrond buitenplaats Rhenendael.*
- Figuur 4.7: *Schiebroekse parkflat te Rotterdam.*
- Figuur 4.8: *Finspong te Zeist.*

Tabellen

- Tabel 2.1: *Ontwikkeling van eigen woningbezit bij senioren naar leeftijdscategorie, 1982-2002.*
- Tabel 2.2: *Aantal inwoners (in aantallen x 1000 en %) per provincie naar leeftijdsklasse, 2003.*
- Tabel 2.3: *Geslacht alleenstaanden naar leeftijdsklasse (in aantallen x 1000 en %), 2002.*
- Tabel 2.4: *Trendmatige opgave aantallen, behoefte en tekort aan geschikte huisvesting voor wonen en zorg 2003-2015.*
- Tabel 2.5: *Extra vraag naar toegankelijke woningen (x1000) in de periode 2003-2015.*
- Tabel 2.6: *Aanbod van geschikte huisvesting voor wonen met zorg en welzijn (in dzd) per provincie, 2002.*
- Tabel 3.1: *Seniorenpopulatie naar leeftijd, 2002.*
- Tabel 3.2: *Seniorenpopulatie naar leeftijd en huishoudinkomen, 2002.*
- Tabel 3.3: *Hypotheekgegevens van alle senioren en senioren met een bovenmodaal inkomen, 2002.*
- Tabel 3.4: *Huidige woningtype naar leeftijdscategorie en eigendomsvorm, 2002.*
- Tabel 3.5: *Waardeklassen naar WOZ-waarde en huurniveaus van door alle senioren en bovenmodale senioren betrokken woningen (in euro's), 2002.*
- Tabel 3.6: *Woonmilieus naar leeftijd van bovenmodale en alle senioren, 2002.*
- Tabel 3.7: *Aanwezige zorg-/servicevoorzieningen in seniorenwoningen onder alle senioren en bovenmodale senioren naar leeftijdsgroep, 2002.*
- Tabel 3.8: *Aandeel huishoudens met een verhuishwens binnen 2 jaar naar feitelijke en gewenste eigendomsvorm van huishoudens in 2000 (in %).*
- Tabel 3.9: *Verhuisplannen en verhuishwensen van alle senioren, 2002.*
- Tabel 3.10: *Verhuisplannen en verhuishwensen van bovenmodale senioren, 2002.*
- Tabel 3.11: *Huishoudens van 55-plussers die willen verhuizen maar niets kunnen vinden en de belangrijkste redenen naar leeftijd, 2002.*
- Tabel 3.12: *Verhuisredenen van modale en bovenmodale huishoudens die beslist of misschien willen verhuizen naar leeftijd, eigendomsvorm, 2002.*

-
- Tabel 3.13: *Redenen waarom senioren kozen voor woonruimte specifiek bestemd voor hen, 2002.*
- Tabel 3.14: *Geografische voorkeur van alle senioren, naar leeftijd, 2002.*
- Tabel 3.15: *Geografische voorkeur van bovenmodale senioren, naar leeftijd, 2002.*
- Tabel 3.16: *Gewenste woningtype naar leeftijd, eigendomsvorm van alle senioren, 2002.*
- Tabel 3.17: *Gewenste woningtype naar leeftijd, eigendomsvorm van bovenmodale senioren, 2002.*
- Tabel 3.18: *Woonvoorkeuren van alle senioren en bovenmodalen naar eigendomsvorm, leeftijd en inkomen, 2002.*
- Tabel 3.19: *Verhouding gewenste en huidige woonsituatie naar eigendomsvorm onder alle senioren en bovenmodalen, 2002.*
- Tabel 3.20: *Woonvoorkeur naar huurprijsniveau en kooprijksniveau van alle senioren en bovenmodale senioren, 2002.*
- Tabel 3.21: *Gewenste woonmilieu van bovenmodale senioren totaal en naar leeftijd, 2002.*
- Tabel 5.1: *Verdeling van concepten naar leeftijdsgroep, locatietype en onderzoekslocatie.*
- Tabel 6.1: *Kansen en bedreigingen in de woningmarkt van bovenmodalen.*
- Tabel 6.2: *Do's en dont's ten aanzien van woning en woonomgeving voor bovenmodalen.*
- Tabel 6.3: *Do's en dont's ten aanzien van dienstverlening voor bovenmodalen.*
- Tabel 6.4: *Aantal uitstellers en voorsorteerders onder bovenmodale senioren, 2002.*