



**Regio Groningen-Assen 2030**  
nationaal stedelijk netwerk



## **Kennis van wonen**

*Woonwensen van kenniswerkers in de regio Groningen-Assen*



rijksuniversiteit  
 groningen

faculteit ruimtelijke  
 wetenschappen





## Colofon

Titel	Kennis van wonen
Subtitel	Woonwensen van kenniswerkers in de regio Groningen-Assen
Student	Jorrit Sennema Postadres: Folkingestraat 27A 9711 JT Groningen Studentnummer: 1465538 T: 06 4611 4644 E: jtsennema@gmail.com
Opleiding	Rijksuniversiteit Groningen Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen Sociale Geografie en Planologie Master Planologie
Afstudeerbegeleiders	Drs. R. van Vliet (FRW) E: r.vanvliet@regiotram.groningen.nl J.B.R. Wijma (RGA) E: wijma@regiogroningenassen.nl R.C. van Paassen (RGA) E: vanpaassen@regiogroningenassen.nl
Afstudeerorganisatie	<b>Regio Groningen-Assen 2030</b> nationaal stedelijk netwerk T: 050 316 4289 (secretariaat) E: info@regiogroningenassen.nl W: www.regiogroningenassen.nl
Datum	juni 2009
Afbeelding titelblad	Schets van de website <a href="http://www.pro-werelddorp.nl">www.pro-werelddorp.nl</a>



## Voorwoord

Voor u ligt een onderzoek naar de woonwensen van kenniswerkers in de regio Groningen-Assen dat het resultaat is van de afstudeerscriptie Planologie. Daarmee vormt het tevens de afsluiting van mijn *Master of Science in Planning* aan de *Rijksuniversiteit Groningen*.

In de vorm van een onderzoeksstage heb ik vanaf september 2008 in opdracht van het projectbureau Regio Groningen-Assen 2030 onderzoek verricht naar de regio als toekomstig woon- en leefgebied. Daarbij is specifiek gefocust op de doelgroep kenniswerkers als woonconsumenten. Het verbinden van de thema's kenniseconomie en woonwensen was een dankbaar onderzoeksdoel aangezien er veel literatuur beschikbaar was over de afzonderlijke thema's. Zo wist dr. D. de Jonge in 1960 al te melden dat "woonwensen wortelen in de menselijke aard en de sociale omstandigheden, deels ook in tradities, welke hun oorsprong in vorige tijden vinden, omdat een zekere continuïteit in het sociale leven nu eenmaal onvermijdelijk is". Toch verschillen de woonwensen van nu aanzienlijk van die van vlak na de Tweede Wereldoorlog. Ook onderzoek waarin de thema's kenniseconomie en woonwensen werden gecombineerd was in redelijke mate beschikbaar. Voor de regio Groningen-Assen is een dergelijk onderzoek echter nog nooit uitgevoerd. Binnen de regio wordt de kenniseconomie grote potenties toegedicht, om de vereiste kenniswerkers aan te trekken of voor de regio te behouden is het zaak rekening te houden met de woonwensen van deze doelgroep. Voor het onderzoek is een *online* enquête gestuurd naar alle medewerkers en studenten van de RUG en het UMCG als belangrijkste regionale kennisinstellingen. Van de uitkomsten is dankbaar gebruik gemaakt.

Graag zou ik in dit voorwoord een aantal personen bedanken die mij hebben geholpen bij de totstandkoming van deze scriptie. In de eerste plaats wil ik mijn begeleider van de Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen Rob van Vliet bedanken voor zijn kritische blik en de efficiënte samenwerking. Verder wil ik alle overige stafleden van de Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen bedanken voor de informatie waar zij mij van hebben voorzien, met name aangaande statistische zaken. Daarnaast wil ik Jaap Wijma en Ronald van Paassen bedanken voor de mogelijkheid die zij mij hebben geboden om stage te lopen bij het projectbureau Regio Groningen-Assen 2030. Tenslotte wil ik alle overige medewerkers van het projectbureau bedanken voor het plezierige verblijf.

Jorrit Sennema,  
Groningen, juni 2009



## Samenvatting

***De Regio Groningen-Assen 2030 is een vrijwillig samenwerkingsverband waarbij over bestuurlijke grenzen tussen gemeenten en provincies wordt heengekeken. Deelnemers aan de geformuleerde Regiovisie zijn de provincies Drenthe en Groningen en de gemeenten Assen, Bedum, Groningen, Haren, Hoogezand-Sappemeer, Leek, Noordenveld, Slochteren, Ten Boer, Tynaarlo, Winsum en Zuidhorn. De Regio Groningen-Assen 2030 houdt zich bezig met de thema's wonen, werken, bereikbaarheid en landschap. Vanuit die hoedanigheid is zij geïnteresseerd in de relatie tussen kenniseconomie en wonen.***

De kennissector wordt wereldwijd beschouwd als de grootste macro-economische groeisector. Een economie die draait op kennis is duurzaam en leidt volgens de Nota Ruimte tot meer en betere banen. De overgang van arbeidsintensieve naar (hoogwaardige) dienstverlenende bedrijvigheid markeert het toenemende belang van de factor kennis in de economie. Kennis als productiefactor vormt de belangrijkste input van een kenniseconomie, naast klassieke productiefactoren als arbeid, kapitaal en natuurlijke hulpbronnen. In een kenniseconomie zijn hoogopgeleide arbeidskrachten vereist. Deze worden gevat onder de term kenniswerkers, personen met een afgeronde hbo- of universitaire opleiding. Een kenniseconomie vertoont sterke gelijkenissen met een netwerkeconomie. Kennis is *foot-loose* en wordt met behulp van ICT uitgewisseld door bedrijven en kennisinstellingen in netwerken. Dergelijke netwerken reageren snel op veranderende markten en technologieën. De regio Groningen-Assen is zo'n (stedelijk) netwerk met veel kennisinstellingen.

Kenniswerkers zijn een hoog mobiele groep en stellen daarom hoge eisen aan hun werk- en woonomgeving. Daarnaast heeft de veranderende economische en ruimtelijke structuur die voortvloeit uit de transitie van productie naar hoogwaardige diensten nadrukkelijke consequenties voor de eisen die aan de werk- en woonplek worden gesteld als gevolg van veranderende productieprocessen. Vergroting van de mobiliteit en nieuwe communicatietechnieken hebben de gebondenheid aan de plek doen afnemen. Sociale en zakelijke relaties reiken verder dan de grenzen van de stad. In een kenniseconomie ontstaan netwerken van deze relaties tot uiting komend in netwerksteden als knooppunten van ontmoetingen en uitwisselingen. In deze nieuwe kennis- en netwerkeconomie vormen de eigen woning en woonomgeving het functionele centrum van waaruit bewoners een groot ruimtelijk veld kunnen bestrijken. ICT vergemakkelijkt thuiswerken, waardoor woningen niet alleen meer een primaire functie in de zin van het bieden van onderdak vervullen, maar ook meer object worden van werk- en recreatieve functies. De invulling van thuis wordt steeds individualistischer en is gebonden aan leefstijlen. De inrichting van woning en woonwijk zou dan ook flexibeler moeten kunnen worden. Dit betekent dat door verschillende spelers aan de aanbodkant van de wo-

ningmarkt (ontwikkelaars, woningcorporaties, beleidsmakers) meer ingespeeld moet worden op de woonwensen van de gebruiker zodat deze daardoor centraal komt te staan.

Woonwensen liggen op een hoger niveau dan voorheen als gevolg van trends als thuiswerken, welvaartsstijging, toenemende aandacht voor duurzaamheid, vergrijzing, individualisering en de opkomst van leefstijlen. De woning wordt steeds meer een stijlproduct waarmee mensen zichzelf willen identificeren en onderscheiden. Er bestaat daarom een zekere behoefte aan vernieuwende woonconcepten en woonmilieus. Eisen die aan de woning en woonomgeving worden gesteld komen ondermeer tot uiting in de zin van omvang, voorzieningen, gebruiksgemak, comfortniveau, gedifferentieerder ruimtegebruik en aldus een hogere woonkwaliteit. Kenniswerkers hebben ondanks het afnemende belang van de gebondenheid aan de plek een overwegend stedelijke woonvoorkeur. Oorzaak is enerzijds dat arbeidsplaatsen veelal in steden gesitueerd zijn, anderzijds scoren stedelijke milieus hoog als het gaat om openheid, tolerantie, diversiteit en een breed cultureel leven. Kenniswerkers willen vooral daar wonen waar voorzieningen zijn. Wel is er een duidelijk verschil zichtbaar tussen studenten en medewerkers. Studenten hebben een grotere oriëntatie op stedelijke gemeenten dan medewerkers. Daarnaast bevinden studenten zich aan het begin van hun wooncarrière en lijken ze minder gebonden aan de regio Groningen-Assen dan medewerkers die hier al *gesettled* zijn.

Onder werkzame kenniswerkers bestaat vooral een behoefte aan ruime en flexibel in te delen woningen op ruime kavels. Onder studenten en jongere kenniswerkers die aan het begin van hun wooncarrière staan bestaat vooral een vraag naar (ruime) appartementen. Met name de grootte van de woning en het comfortniveau worden beschouwd als de belangrijkste kwaliteiten van een woning. De betaalbaarheid is daarbij van doorslaggevend belang. Qua voorzieningen worden vooral supermarkten, winkels en openbaar vervoer in de directe nabijheid gewenst. Wat betreft woonmilieus zijn met name de stedelijke locaties in trek. Het gaat dan zowel om centrumstedelijke milieus als nabij gelegen locaties. Opvallend hierbij is dat kenniswerkers met een bèta-achtergrond een kleinere kans hebben voor een centrumstedelijk woonmilieu te kiezen dan alfa's en gamma's. Tegelijkertijd is de kans dat zij voor een dorps woonmilieu kiezen groter dan voor alfa- en gammakenniswerkers. Toch blijkt dat alle groepen (potentiële) kenniswerkers een overwegend stedelijke oriëntatie vertonen.

Alleen het aanbieden van aantrekkelijke woongelegenheden is tenslotte niet voldoende, er moet vooral ook een redelijke kans bestaan op het vinden van een aantrekkelijke baan. Werk en inkomen vormen voor kenniswerkers in de regio Groningen-Assen namelijk de belangrijkste vestigingsvoorwaarde. Een hoogwaardige woningvoorraad in een aantrekkelijke woonomgeving vormt daarbij wel een *trigger* voor (potentiële) kenniswerkers.



## Inhoudsopgave

<b>Colofon</b> .....	3
<b>Voorwoord</b> .....	5
<b>Samenvatting</b> .....	6
<b>Inhoudsopgave</b> .....	8
<b>Hoofdstuk 1 Onderzoeksopzet</b> .....	12
<b><u>1.1 Aanleiding</u></b> .....	12
1.1.1 <i>Probleemstelling</i> .....	13
1.1.2 <i>Doelstelling</i> .....	13
1.1.3 <i>Vraagstelling</i> .....	13
<b><u>1.2 Conceptueel model</u></b> .....	15
<b><u>1.3 Methodologie</u></b> .....	15
<b><u>1.4 Relevantie</u></b> .....	17
1.4.1 <i>Maatschappelijke en economische context</i> .....	17
1.4.2 <i>Politieke en planninghistorische context</i> .....	17
1.4.3 <i>Wetenschappelijke context</i> .....	18
<b><u>1.5 Definities en begrippen</u></b> .....	19
<b><u>1.6 Leeswijzer</u></b> .....	20
<b>Hoofdstuk 2 Theoretisch kader</b> .....	21
<b><u>2.1 Planningtheorie</u></b> .....	21
2.1.1 <i>Technische rationaliteit</i> .....	22
2.1.2 <i>Communicatieve rationaliteit</i> .....	23
2.1.3 <i>Marktgerichte planningbenadering</i> .....	23
2.1.4 <i>Object, subject, contextbenadering</i> .....	25
<b><u>2.2 Vastgoedmarketingtheorie</u></b> .....	25
2.2.1 <i>Vastgoedmarketingmix</i> .....	26
2.2.2 <i>City- en regiomarketing</i> .....	27



2.3 Kenniseconomie en kenniswerkers.....	27
2.3.1 Kenniseconomie.....	27
2.3.2 Netwerk- en creatieve economie.....	28
2.3.3 Kenniswerkers.....	29
2.3.4 Ruimtelijke effecten van de kenniseconomie.....	30
2.3.5 Woonvoorkeuren van kenniswerkers.....	32
<b><u>2.4 Woonwensenonderzoek</u></b> .....	33
2.4.1 WoON, Primos en Socrates.....	34
<b><u>2.5 Leefstijlbenadering</u></b> .....	35
2.5.1 Mentality en motivational profiling.....	37
2.5.1 Leefstijlen versus woonmilieus.....	38
2.5.3 Leefstijlen van kenniswerkers.....	40
<b><u>2.6 Verhuisgedrag</u></b> .....	40
2.6.1 Levenscyclustheorie.....	41
2.6.2 Wooncarrièrecyclustheorie.....	42
<b><u>2.8 Resumé</u></b> .....	43
Hoofdstuk 3 Trends in de regio Groningen-Assen.....	44
<b><u>3.1 Demografische trends</u></b> .....	44
3.1.1 Bevolkingsgroei neemt af.....	45
3.1.2 Ontgroening, vergrijzing en migratie.....	45
3.1.3 Individualisering van de samenleving.....	46
<b><u>3.2 Economische trends</u></b> .....	46
3.2.1 Welvaartsgroei.....	46
3.2.2 Sectorale verschuiving: van productie naar diensten.....	47
3.2.3 Toenemend belang factor kennis.....	47
<b><u>3.3 Maatschappelijke trends</u></b> .....	47
3.3.1 Veranderende vrijetijdsbesteding.....	47
3.3.2 Veranderende verhoudingen tussen overheid, burger en markt.....	48



3.3.3 Toenemende internationalisering en opkomst van netwerken.....	48
<b><u>3.4 Ruimtelijke trends</u></b> .....	49
3.4.1 Toenemende aandacht voor duurzaamheid .....	49
3.4.2 Toenemende aandacht voor kwaliteit .....	49
3.4.3 Veranderende ruimtelijke structuur .....	50
<b><u>3.5 Resumé</u></b> .....	51
Hoofdstuk 4 Woningmarktanalyse regio Groningen-Assen .....	52
4.1 Kwantitatieve kenmerken van de woningmarkt .....	52
4.1.1 Huidige woningvoorraad .....	52
4.1.2 Woningbehoefte tot 2020 .....	54
4.2 Kwalitatieve kenmerken van de woningmarkt.....	55
4.2.1 Wooneconomie .....	56
4.2.2 Woonmilieu .....	57
4.2.3 Aanbod van woningen en woonmilieus .....	59
4.3 Afzetmogelijkheden en onderscheidend vermogen van te ontwikkelen woonproducten .....	60
4.3.1 Afzetmogelijkheden .....	61
4.3.2 Onderscheidend vermogen.....	62
<b><u>4.4 Resumé</u></b> .....	65
Hoofdstuk 5 Regionale visie en samenwerking.....	66
5.1 Achtergronden Regio Groningen-Assen 2030.....	66
5.1.1 De rol van de regiovisie .....	67
5.2 Het belang van de kenniseconomie in de regio .....	68
5.3 Regionaal woonbeleid .....	69
5.3.1 Regionale afstemming.....	70
5.3.2 Regionale vestigingsvoorwaarden .....	71
<b><u>5.4 Resumé</u></b> .....	72
Hoofdstuk 6 Enquêteresultaten: effecten kenniseconomie op woonwensen .....	73
<b><u>6.1 Enquêteontwerp</u></b> .....	73

6.1.1 Methodiek .....	73
6.1.2 Steekproefgrootte en respons .....	74
6.2 Achtergrondkenmerken respondenten.....	75
6.2.1 Toetsing aan de theorie.....	76
6.2.2 Toetsing aan het WoON 2006 .....	77
<b><u>6.3 Gewenste woonplek</u></b> .....	77
6.3.1 Toetsing aan de theorie.....	80
6.3.2 Toetsing aan het WoON 2006 .....	81
<b><u>6.4 Gewenste woonsituatie</u></b> .....	81
6.4.1 Toetsing aan de theorie.....	84
6.4.2 Toetsing aan het WoON 2006 .....	85
<b><u>6.5 Gewenst woningtype</u></b> .....	85
6.5.1 Toetsing aan de theorie.....	87
6.5.2 Toetsing aan het WoON 2006 .....	88
<b><u>6.6 Gewenste woonomgeving</u></b> .....	88
6.6.1 Toetsing aan de theorie.....	89
6.6.2 Toetsing aan het WoON 2006 .....	90
<b><u>6.7 Gewenst Woonmilieu</u></b> .....	90
6.7.1 Toetsing aan de theorie.....	94
6.7.2 Toetsing aan het WoON 2006 .....	94
Hoofdstuk 7 Conclusies, aanbevelingen en synthese .....	96
<b><u>7.1 Conclusies</u></b> .....	96
<b><u>7.2 Aanbevelingen</u></b> .....	101
<b><u>7.3 Synthese</u></b> .....	103
<b>Bibliografie</b> .....	104
<b>Bijlagen</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



## Hoofdstuk 1 Onderzoeksopzet

### *Inleiding*

Dit eerste hoofdstuk behandelt de opzet van het onderzoek naar toekomstige woonwensen en -producten in de regio Groningen-Assen. Allereerst wordt ingegaan op de aanleiding tot het onderzoek, daarna worden een probleem-, doel-, en vraagstelling geformuleerd. Daaruit wordt een conceptueel model gedestilleerd en vervolgens wordt toegelicht wat voor onderzoeksmethoden gehanteerd zullen worden. Daarna wordt de relevantie van het onderzoek toegelicht en tenslotte worden belangrijke definities en begrippen vermeld.

### **1.1 Aanleiding**

Dit onderzoek wordt verricht als afstudeerstage bij het projectbureau Regio Groningen-Assen 2030 in het kader van de master thesis voor de opleiding Planologie aan de *Rijksuniversiteit* Groningen. De regio Groningen-Assen probeert als nationaal stedelijk netwerk een bijdrage te leveren aan een integrale ontwikkeling van de regio. Op basis van vrijwillige samenwerking tussen gemeenten en provincies wordt over bestuurlijke grenzen heen gekeken. De geformuleerde regiovisie is een samenwerkingsprogramma van veertien regionale overheden op het gebied van wonen, werken, bereikbaarheid en landschap.

Dit onderzoek spitst zich toe op de regio als toekomstig woon- en leefgebied. Meer specifiek gaat het over de wensen van de woonconsument in relatie tot de ontwikkeling van de kenniseconomie. Hiermee wordt bedoeld dat de soort werkgelegenheid en daarmee de economische structuur verandert. Er vindt een verschuiving plaats van arbeidsintensieve naar kennisintensieve arbeid, waardoor hoogopgeleid arbeidspotentieel vereist is. Deze kenniseconomie wordt een groot belang toegedicht in de regio in de nabije toekomst. Daarom is het zaak inzicht te krijgen in de woonwensen van deze doelgroep, de kenniswerkers. Tot op heden is door verschillende partijen vooral voorzien in de woningbehoefte, maar minder in de woonbehoefte. Met andere woorden, het begrip kwantiteit domineert nog altijd het begrip kwaliteit. In de nabije toekomst echter, zullen consumenten naar verwachting in toenemende mate de plaats, indeling en inrichting van de woning gaan bepalen. Dit gegeven zal ongetwijfeld leiden tot nieuwe woonproducten.

### 1.1.1 Probleemstelling

De laatste jaren is de woningmarkt hevig in beweging. De behoefte aan woningen in verschillende segmenten neemt toe, ook in de regio Groningen-Assen. De verwachting is dat woningbouw in de nabije toekomst verschuift van een aanbod- naar een vraaggeoriënteerde activiteit. Oorzaak hiervan is ondermeer welvaartsgroei en een ruimer worden woningmarkt als gevolg van vergrijzing. Hierdoor liggen woonwensen op een hoger niveau dan vroeger. Belangrijk is de vraag of de werkgelegenheid die de kenniseconomie in deze regio genereert, leidt tot veranderende woonwensen en hoe hier door middel van regionale samenwerking op kan worden ingespeeld. Door de achterliggende processen te beschrijven en te verklaren is het wellicht mogelijk om de woonwensen en -producten van de toekomst te voorspellen.

### 1.1.2 Doelstelling

Doel van dit onderzoek is om de economische toekomstperspectieven van de kenniseconomie in het stedelijk netwerk Groningen-Assen te koppelen aan de woningmarkt en de toekomstige woonkwaliteiten. Met andere woorden, kan de regio Groningen-Assen door middel van het ontwikkelen van bepaalde woonconcepten kenniswerkers verleiden en uiteindelijk aan zich binden? Belangrijk hierbij is helder te krijgen wat nu eigenlijk die kenniseconomie is en of deze tot veranderende woonwensen leidt. Het schrijven van een scriptie in de wetenschappelijke context van de planologie is het middel om aan deze doelstelling te voldoen. Door achterliggende processen te beschrijven, te verklaren en te toetsen in de praktijk is het wellicht mogelijk om tot nieuwe inzichten te komen ten aanzien van toekomstige woonwensen in de regio.

### 1.1.3 Vraagstelling

Aan de hand van het voorgaande kan de volgende hoofdvraag worden geformuleerd:

***Wat zijn de effecten van de transitie naar een kenniseconomie - en daarmee een verandering in de werkgelegenheid - in de regio Groningen-Assen op de woonwensen van deze kenniswerkers en hoe kan hier door middel van regionaal beleid en samenwerking op in worden gespeeld?***

Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden is het noodzakelijk om een vijftal onderzoeksvragen op te stellen die weer zijn onderverdeeld in een aantal deelvragen.



**1. Wat voor aanknopingspunten biedt de wetenschappelijke theorie voor dit woonwensenonderzoek onder kenniswerkers in de regio Groningen-Assen?**

- Wat zijn de belangrijkste relevante ruimtelijke planningbenaderingen?
- Wat voor aanknopingspunten biedt (vastgoed)marketing?
- Wat is de kenniseconomie en wie zijn de kenniswerkers?
- Wat voor inzichten biedt bestaand woonwensen- en woningmarktonderzoek?
- In hoeverre geeft de leefstijlenbenadering inzicht in toekomstige woonwensen?
- Wat voor inzichten bieden theorieën ten aanzien van verhuisgedrag?

**2. Welke verwachte maatschappelijke, economische en technologische ontwikkelingen zijn van invloed op de regio Groningen-Assen als woongebied?**

- Wat zijn de demografische trends in de regio?
- Wat zijn de economische trends in de regio?
- Wat zijn de maatschappelijke trends in de regio?
- Wat zijn de ruimtelijke trends in de regio?

**3. Wat zijn de eigenschappen van de regio Groningen-Assen als woningmarktgebied?**

- Wat is de omvang en aard van de woningmarkt?
- Welke handreiking bieden de begrippen woonmilieu en wooneconomie?
- Wat is het bestaande aanbod aan woningtypen en woonmilieus?
- Wat zijn de afzetmogelijkheden van de te ontwikkelen woonproducten?
- Wat is het onderscheidend vermogen van de te ontwikkelen woonproducten?

**4. Wat is het belang van een regionaal beleid en samenwerking bij de planning en ontwikkeling van toekomstige woningen en woonmilieus?**

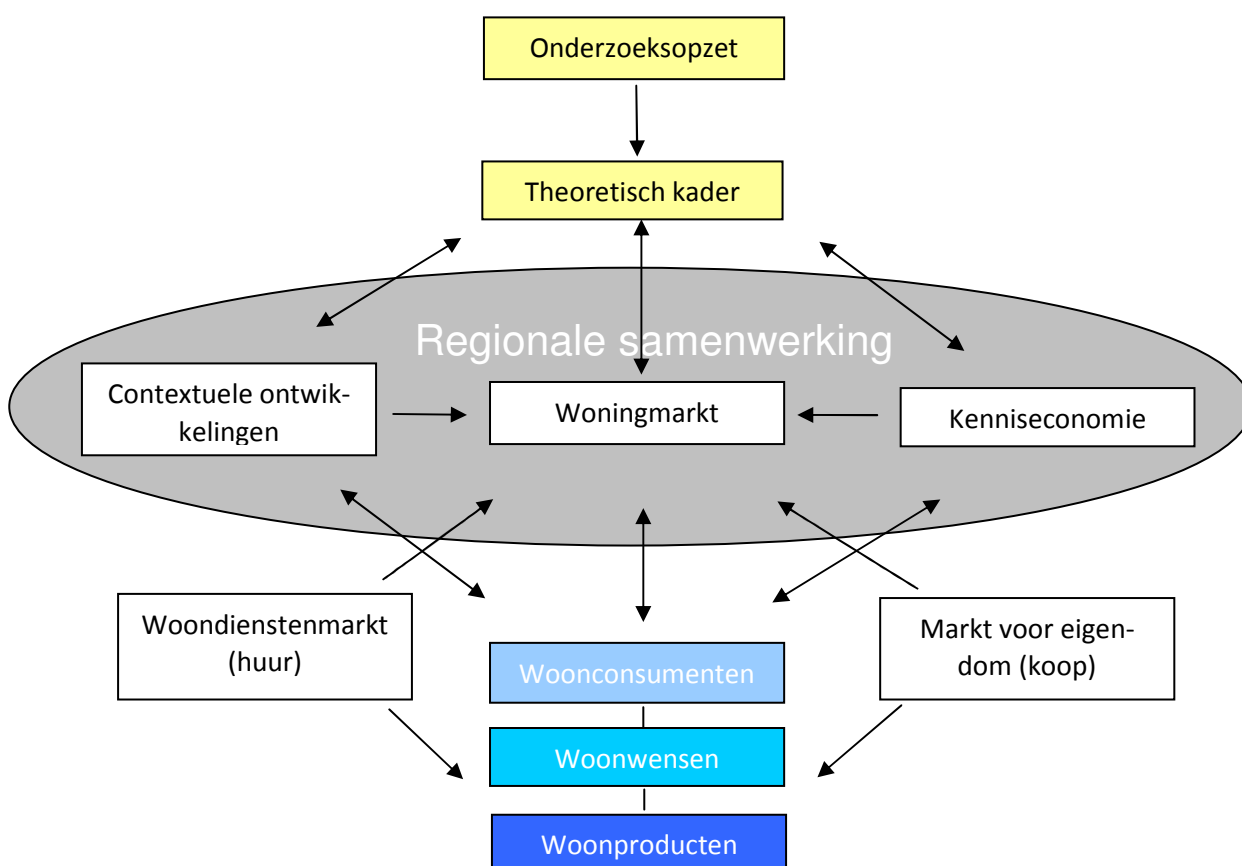
- Wat is de rol van de regiovisie en waar dient op gestuurd te worden?
- Hoe groot is het belang van de kenniseconomie in de regio?
- In hoeverre spelen beleidskeuzes een rol in de regionale woningmarkt?
- Wat is het belang van afstemming tussen de samenwerkende partijen?
- Wat zijn noodzakelijke voorwaarden om aan toekomstige woonwensen te voldoen?

**5. Wat zijn de effecten van de kenniseconomie op de vraag naar woningen en woonmilieus in de regio Groningen-Assen?**

- Hoe is de kenniseconomie gerelateerd aan het regionale productiemilieu?
- Wat is de omvang en wat zijn de woonwensen van de doelgroep kenniswerkers?

- Wat zijn de gewenste woningtypen en woonomgevingen in de regio?
- Wat zijn de gewenste woonlocaties in de regio?
- Wat zijn doorslaggevende rand- en vestigingsvoorwaarden voor de kenniswerkers?

## 1.2 Conceptueel model



Figuur 1BIC [1]: Conceptueel model

In figuur 1 is schematisch weergegeven hoe het onderzoek is opgezet en wat voor relaties er bestaan. De gele kaders vormen de onderbouwing van het onderzoek. De witte kaders geven de onderzoekselementen weer. De uitkomsten uit deze witte kaders moeten uiteindelijk leiden tot uitspraken over de blauwe kaders. Regionale samenwerking is het overkoepelende thema.

## 1.3 Methodologie

Deze scriptie is gebaseerd op eigen onderzoek in stageverband bij een praktijkinstelling, projectbureau Regio Groningen-Assen 2030. Het onderzoek is exploratief van aard en zal bestaan uit een combinatie van *deskresearch* en veldwerk. Met exploratief wordt bedoeld dat de nadruk in het onderzoek ligt op het onderscheiden van samenhangen en relaties in de waarneembare werkelijkheid. Bij



een exploratief onderzoek zijn er geen scherp geformuleerde hypothesen. Het onderzoek volgt de inductieve methode: waarnemen, probleemstelling, ongeordende feiten, definiëren, classificeren, meten, ordening van feiten, inductieve generalisering, constructie van theorie, wetten en modellen en tenslotte een verklaring als antwoord op de probleemstelling. De nadruk ligt op kwalitatief onderzoek, al zal dit ten dele worden onderbouwd door een cijfermatig, kwantitatief onderzoeksdeel.

#### *Deskresearch*

Om beter inzicht te krijgen in het onderwerp vindt deskresearch plaats in de vorm van literatuurstudie. Uit de literatuurstudie wordt een theoretisch kader afgeleid, hetgeen de basis vormt voor het verdere onderzoek. Het doel van het theoretisch kader is het instrumenteel gebruik van literatuur. Op deze wijze kan inzicht worden geboden in wat er plaatsvindt in de werkelijkheid. Uit de theorie dienen verder verwachte maatschappelijke trends te worden afgeleid die relevant zijn voor de woningmarkt.

#### *Diepte-interviews*

Het veldwerk is tweeledig en bestaat in de eerste plaats uit diepte-interviews met deskundigen. Deze worden afgenomen met praktijkexperts als beleidsmakers en woningmarktonderzoekers en zijn interessant als achtergrond en verdieping van het onderzoek. Aan de hand van hun visie kan waardevolle informatie naar voren komen voor deze scriptie. Een dergelijk diepte-interview is een intensief gesprek met één respondent van circa een uur waarbij gebruik wordt gemaakt van een gesprekspuntenlijst.

#### *Survey*

In de tweede plaats bestaat het veldwerk uit een *online survey* onder de doelgroep van het onderzoek, hoogopgeleide personen in de regio Groningen-Assen. Voornaamste doel is inzicht te krijgen in toekomstige woonwensen in de regio. Hierbij dienen woonconsumenten gecategoriseerd te worden. Daarbij is het de vraag of er verschillen in woongedrag waargenomen kunnen worden. Volgens Flowerdew en Martin (1997) zijn er drie soorten data die afgeleid kunnen worden uit enquêtes. Data die classificeert, data die gedrag weergeeft en data die relateert aan houdingen, meningen en inzichten. Al deze data zijn cruciaal om zinvolle uitspraken te kunnen doen over het onderzoek. De data dient met het *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) te worden geanalyseerd om daadwerkelijk conclusies te kunnen trekken. De gedane analyse dient uiteindelijk uit te monden in een verantwoorde synthese.



## **1.4 Relevantie**

### *1.4.1 Maatschappelijke en economische context*

Wonen is een primaire levensbehoefte in de zin van het bieden van onderdak. Wonen is in de Nederlandse grondwet dan ook opgenomen als een sociaal grondrecht. Overheden bemoeien zich uitdrukkelijk met de woningmarkt op basis van artikel 22 lid 2 van de grondwet (1983) die luidt: "Bevordering van voldoende woongelegenheden is een voorwerp van zorg der overheid". Wonen is iets dat iedereen doet, volgens Ekkers (2006) is het daarmee een 'handelingsbegrip' als in "langdurig ergens verblijven".

Wonen is kapitaalintensief van aard en de woningmarkt is voor veel nationale economieën een belangrijke aanjager. Het object woning vervult naast consumptiegoed ook een belangrijke rol als investeringsgoed. Dat wil zeggen dat woningen gebruikt worden als beleggingsobject om kasstromen te genereren en rendementen te behalen. Verder genereert de woningmarkt publieke inkomsten via belastingheffing en daarnaast ook werkgelegenheid. In Nederland houden vele actoren zich bezig met het begrip wonen. Publieke partijen uit verschillende bestuurslagen (rijk, regio's, provincies en gemeenten) ontwikkelen actief beleid om de huisvesting van het volk in goede banen te leiden. Private partijen als projectontwikkelaars, bouwers, woningcorporaties, financiers, beleggers en makelaars proberen daarnaast in te spelen op de behoeften van woonconsumenten.

Woningen hebben bovendien een duurzaam karakter. De levensduur van een woning kan in sommige gevallen oplopen tot enkele honderden jaren. Het is om deze reden en de fysieke binding aan de locatie (het niet-verplaatsbaar zijn) dat de planning van woningbouw zorgvuldig dient te gebeuren. De Nota Ruimte (2005) als richtinggevend ruimtelijk ontwikkelingskader benadrukt het belang van zorgvuldig ruimtegebruik en pleit daarom voor bundeling van verstedelijking en infrastructuur. Ook dient woningbouw opgevat te worden als een vorm van gebiedsontwikkeling. Woningen dienen integraal, dat wil zeggen in samenhang met de omgeving (landschap, natuur en water) ontwikkeld te worden.

### *1.4.2 Politieke en planninghistorische context*

De woningmarkt is al decennialang inzet van politieke twisten en het verwerven van kiezersstemmen. In 1901 begon de Nederlandse volkshuisvesting met de invoering van de woningwet. Deze was bedoeld om de volkshuisvesting te verbeteren en verplichtte grote en snel groeiende gemeenten tot



het opstellen van uitbreidingsplannen. De particuliere woningbouw bleef aanvankelijk dominant, maar vanaf 1910 werden onder leiding van woningcorporaties en gemeenten honderdduizenden sociale woningen gebouwd. Dit beleid was aanvankelijk zeer succesvol, maar heeft uiteindelijk geleid tot een gebrek aan kwalitatief hoogwaardiger koopwoningen in de voorraad. (van der Cammen en de Klerk, 2003)

De woningmarkt werd na de Tweede Wereldoorlog gekenmerkt door de sterke invloed van de overheid tijdens de wederopbouw. Onder regie van de gemeenten werd het merendeel van de nieuwe woningen gebouwd voor woningcorporaties. Deze boden de woningen te huur aan onder de kostprijs door middel van een ingewikkeld systeem van regelgeving en subsidies. Zodoende is bijna driekwart van de huurwoningen in Nederland in het bezit van woningcorporaties. Aan het begin van de jaren negentig is een einde gemaakt aan deze subsidiestromen, de zogenaamde bruteringsoperatie. (van Gool et al., 2007)

Met de komst van de Vierde Nota op de Ruimtelijke Ordening (VINO) en de Vierde Nota Extra (VINEX) aan het eind van de jaren tachtig van de vorige eeuw heeft er binnen de ruimtelijke ordening en het wonen - onder invloed van economische recessie en processen van deregulering, decentralisatie en privatisering - een verschuiving plaatsgevonden naar de markt. Toch bemoeit de overheid zich vandaag de dag nog steeds actief met de woningmarkt. Buurten krijgen dankzij een uitgebreid stelsel van regelgeving en subsidies niet de kans te verpauperen. Herstructurering en een actieve ruimtelijke ordening bij onder andere het aanwijzen van nieuwbouwlocaties vormen een belangrijk onderdeel van het gemeentelijk, provinciaal, regionaal en rijksbeleid. Daarnaast bemoeit de overheid zich uitdrukkelijk met de stimulering van het eigen woningbezit en de (stagnerende) doorstroming binnen de bestaande woningvoorraad. (Terpstra, 2003)

#### *1.4.3 Wetenschappelijke context*

Het wetenschappelijk belang van deze scriptie ligt in het verkrijgen van inzicht in toekomstige woonwensen en daaruit voortvloeiende woonproducten. Op de woningmarkt doen zich continu veranderingen voor die van invloed zijn op de vraag naar en het aanbod van woningen. Voorbeelden hiervan zijn schommelingen in het economisch klimaat, gewijzigde voorkeuren en leefpatronen en veranderingen in de bevolkingssamenstelling. In deze voortdurend veranderende maatschappij dienen woningen functioneel en waardevast blijven. Dat vereist inzicht van actoren als beleidsmakers, beleggers, ontwikkelaars, financiers en corporaties in de trends en ontwikkelingen die het beeld van de

toekomst gaan bepalen. Deze scriptie tracht vooral inzichten te verschaffen in de vraagzijde door de woonwensen van hoogopgeleiden in de regio Groningen-Assen te ontleden. (Ecorys, 2007)

De vraag naar woonruimte wordt onder andere bepaald door bevolkingsgroei, inkomensontwikkeling, consumentenvertrouwen, gezinssamenstellingen, trends als thuiswerken, huurprijzen en kooprijksniveaus. Factoren die het aanbod van woonruimte bepalen zijn onder andere het ruimtelijke ordeningsbeleid, economische en renteontwikkelingen, grond- en bouwkosten en verwachte huurprijzen- en waardeontwikkeling. (Van Gool et al., 2007)

De woningmarkt is altijd in beweging. Momenteel is er sprake van een behoefte aan woningen in verschillende segmenten aan zowel de boven- (dure koopwoningen) als onderkant (sociale huurwoningen) van de woningmarkt. Bovendien vindt er in de toekomst naar verwachting een verschuiving plaats van een aanbieders- naar een vragersmarkt als gevolg van een ruimer wordende woningmarkt (vergrijzing). Dit vereist meer inzicht in de specifieke woonwensen van de 'vragers'. De kwaliteit van de naoorlogse woningvoorraad sluit niet meer aan op de behoeften van 'doorstromers' en 'starters' in de markt. Desondanks komt grootschalige herontwikkeling nog maar moeizaam van de grond. Oorzaak hiervan is ondermeer de toegenomen regeldruk. Verder neemt het aantal hoogopgeleiden (en daarmee de kenniswerkers) in Nederland gestaag toe. Burgers zijn beter geïnformeerd, worden mondiger en veeleisender, ook op woningmarktgebied. Door de voornoemde processen aan de hand van wetenschappelijke methoden te beschrijven en verklaren is het wellicht mogelijk toekomstige ontwikkelingen te voorspellen en te beheersen.

## **1.5 Definities en begrippen**

### *Kenniseconomie*

Het gebruik van kennis in interactieve relaties tussen markt- en overige partijen bij het voortbrengen en gebruiken van goederen en diensten, vanaf het eerste idee tot en met het gebruik van het eindproduct. (Ruimtelijk Planbureau, 2004)

### *Kenniswerker*

Enge definitie: Innovatieve werknemer of hoogopgeleid persoon die met informatie, informatietechnologie en communicatietechnologie zijn brood verdient in vooral de dienstensectoren. (Ruimtelijke Planbureau, 2004)

Ruime definitie: Een persoon met een afgeronde hbo- of universitaire opleiding. (Lukey en van der Steenhoven, 2004)

### *Planologie*

Planologie is het gebied van wetenschapsbeoefening gericht op bezinning over en operationalisatie van de ruimtelijke ordening en planning. (Voogd, 2004)



### *Ruimtelijke ordening*

Het bewust interveniëren in de ruimtelijke orde via fysieke maatregelen en regelgeving, ten einde ruimtelijke kwaliteiten te behouden en waar mogelijk te verbeteren. (Voogd, 2004)

### *Ruimtelijke planning*

De systematische voorbereiding van beleidsvormende en -uitvoerende handelingen die gericht zijn op het bewust interveniëren in de ruimtelijke orde, en op de organisatie van deze interventies, ten einde ruimtelijke kwaliteiten te behouden en waar mogelijk te verbeteren. (Voogd, 2004)

### *Woning*

Een gebouw dat voor permanente bewoning gebruikt wordt of daartoe bestemd is. (Wet geluidhinder, 2007)

### *Wooneconomie*

Investeren in een hoge woonkwaliteit en daarmee bedrijven en hoogopgeleiden aantrekken die een bijdrage leveren aan economische ontwikkeling. (Ministerie van V&W, 2006)

### *Woningmarkt*

De markt voor woonruimten waar vraag naar en aanbod van huur- en koopwoningen bij elkaar komen. (Van Gool et al., 2007)

### *Woonmilieu*

Het geheel van de woning, de woonomgeving en de beleving van deze omgeving door bewoners en beleidsmakers. (OTB, 1994)

### *Woonconcept*

Een naar type, functie en/of ontwerp repeteerbaar woonproduct.<sup>1</sup>

### *Woonproduct*

De gematerialiseerde gedachte, toegesneden op de praktijksituatie.<sup>2</sup>

### *Woonwens*

De voorkeur van de consument ten aanzien van woning en woonomgeving, samenhangend met culturele, demografische en sociaaleconomische factoren.<sup>3</sup>

## **1.6 Leeswijzer**

De opbouw van deze master thesis is als volgt: hoofdstuk 1 vormt een introductie van het onderwerp en een afbakening van het studiegebied. Hierbij worden ondermeer een probleem-, doel- en vraagstelling geformuleerd. Hoofdstuk 2 vormt vervolgens het theoretisch kader voor de rest van het onderzoek. In hoofdstuk 3 worden algemene trends beschreven, maar wordt ook ingegaan op trends die specifiek op de regio Groningen-Assen van toepassing zijn. Hoofdstuk 4 geeft een woningmarktanalyse van de regio waarna in hoofdstuk 5 wordt ingegaan op het belang van regionale visie en samenwerking. Hoofdstuk 6 geeft de resultaten van de enquête weer. Hierbij worden de woonwensen van kenniswerkers in de regio Groningen-Assen getoetst aan de theorie uit hoofdstuk 2. De conclusies en aanbevelingen uit hoofdstuk 7 vormen de afsluiting van dit onderzoek. De lezer kan de hoofdpunten afleiden uit de samenvatting, de resumés en de conclusies en aanbevelingen.

<sup>1</sup> Bewerking definitie 'vastgoedconcept' Nozeman (2001)

<sup>2</sup> Bewerking definitie 'vastgoedproduct' Nozeman (2001)

<sup>3</sup> Bewerking definities van Ekkers (2006) en Hornstra (2002)

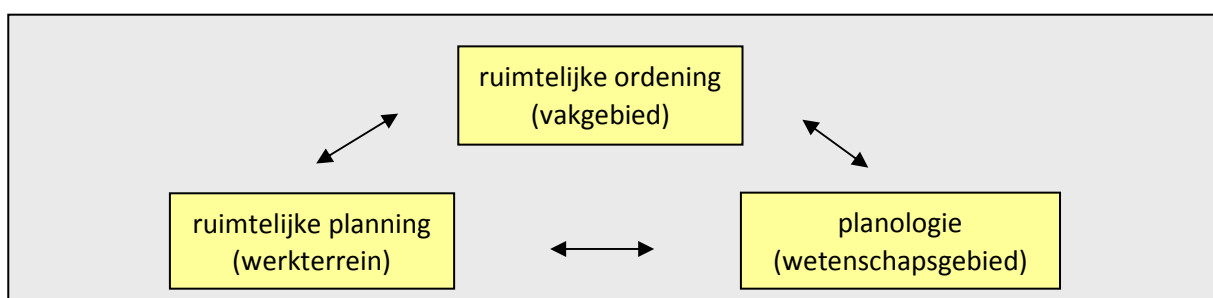
## Hoofdstuk 2 Theoretisch kader

### *Inleiding*

Het theoretisch kader begint met een beschrijving van de belangrijkste actuele planologische begrippen en benaderingen die toe te passen zijn op de behoeften van de woonconsument. Vervolgens wordt ingegaan op vastgoedmarketing als instrument om de doelgroep kenniswerkers te bereiken. Daarna wordt de aard van een woonwensenonderzoek beschreven. Verder komt de leefstijlbenadering aan bod, wordt deze gerelateerd aan kenniswerkers en woonmilieus en worden voorbeelden gegeven van leefstijlonderzoek. Tenslotte komen theorieën van verhuisgedrag en woonlocatie aan bod. Het idee van het theoretisch kader is om aangrijpingspunten te vinden voor de rest van het onderzoek. Daarbij wordt zowel het macroniveau (ontwikkelingen in de kenniseconomie en de woningmarkt) als het microniveau (gedrag van individuen) bekeken met als doel de literatuur instrumenteel te gebruiken.

### 2.1 Planningtheorie

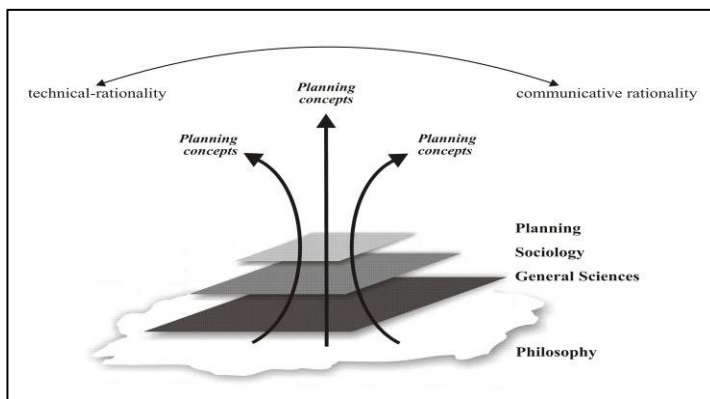
Volgens Voogd (2004) is planologie het gebied van wetenschapsbeoefening gericht op bezinning over en operationalisatie van de ruimtelijke ordening en planning. Planologie is anders gezegd de wetenschap die het bewust ingrijpen in de fysieke leefomgeving bestudeert. Ruimtelijke ordening is het daadwerkelijke ingrijpen in die leefomgeving en ruimtelijke planning is de voorbereiding hiervan. Figuur 2.1 geeft schematisch weer hoe de begrippen zich volgens Spit en Zoete (2003) tot elkaar verhouden.



Figuur 2.1: Planningsdriehoek (Spit en Zoete, 2003)

De wijze waarop naar de planologie gekeken wordt en daaruit voortvloeiend de wijze waarop de ruimtelijke ordening en planning bedreven worden is continu aan verandering onderhevig. De Roo en Voogd (2004) beschouwen de planologie als een theoretische én toegepaste wetenschap die voortdurend evolueert als gevolg van veranderende maatschappelijke opvattingen en de daarbij aan de

orde zijnde problematiek. De ontwikkeling houdt nadrukkelijk verband met transitie in filosofische discussies en andere sociale wetenschappen. Zo is er in de planningtheoretische discussie sprake van een dichotomie tussen enerzijds de klassieke of modernistische planologie, verwoord als een technisch rationele benadering, en anderzijds de communicatieve of postmoderne planologie waarbij een communicatief rationele benadering gepredikt wordt. In figuur 2.2 is het planologisch spectrum gevisualiseerd door middel van deze twee uitersten. Binnen dit spectrum zijn vele concepten en benaderingen van planning mogelijk. Ontwikkelingen in de filosofie, sociologie en algemene wetenschappen vormen het fundament voor planologische benaderingen.



Figuur 2.2: Planologisch spectrum (De Roo en Voogd, 2004)

### 2.1.1 Technische rationaliteit

Ruimtelijke ordening is decennialang een uitdrukkelijke overheidstaak geweest. Het van 'hoger hand' ingrijpen in de omgeving ontstond door het idee dat de samenleving 'maakbaar' was. Met name in de volkshuisvesting in de periode van wederopbouw na de tweede wereldoorlog werd iedere toevoeging en verandering door de overheid als een verbetering ervaren. De controle op de fysieke leefomgeving die in de jaren 1950 en '60 heerste wordt ook wel aangeduid als een technisch-rationele houding. Een dergelijke benadering van planning komt voort uit een behoefte aan zekerheid en controle en is gestoeld op het modernisme. Ratio, vooruitgang en empirie zijn hierbij kernbegrippen. (Allmendinger, 2002; Voogd, 2004)

Technisch-rationele planning wordt ook wel eindtoestand- of blauwdrukplanning genoemd omdat het resultaat en de weg ernaartoe van tevoren is vastgelegd. Bij een technisch-rationele aanpak is er dan ook sprake van volledige zekerheid, directe oorzakelijkheid en doelmaximalisatie. Omdat planingsvraagstukken in de werkelijkheid veelal complex van aard zijn, achten De Roo en Voogd (2004) een technisch-rationele benadering vooral geschikt voor routinematige situaties. "De benadering

gaat echter mank bij complexe vraagstukken waarbij belangenconflicten een rol spelen en waarbij de overheid beperkt of geen 'uitvoeringsmacht' heeft".

### 2.1.2 *Communicatieve rationaliteit*

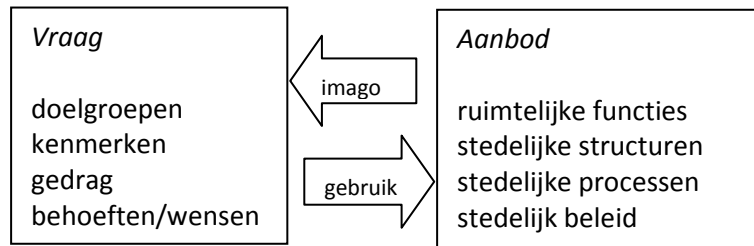
Politiek-bestuurlijke processen verlopen in werkelijkheid chaotischer dan in de technisch-rationele planningbenadering wordt aangenomen. Volgens Habermas (in Voogd, 2004) is planning primair een proces van communicatie. Het doel van planning is volgens hem een zo breed mogelijk draagvlak voor beslissingen te krijgen. De theorie van Habermas uit de jaren 1970 kwam twintig jaar later volop in de belangstelling te staan en was in feite een impliciete acceptatie van de factor onzekerheid. Planning zou een proces van communicatie moeten zijn, waarin alle deelnemers initiatieven kunnen ontplooiën. (De Roo en Voogd, 2004)

De communicatief-rationele benadering sluit aan bij het postmoderne gedachtegoed. Elementen uit het postmodernisme zijn onzekerheid, diversiteit, complexiteit en intersubjectiviteit. De benadering wordt ook wel gezien als participatieve of *collaborative* planning. Onderhandelen, argumenteren en het streven naar consensus zijn hierbij cruciaal. Samengevat is er bij een communicatief-rationele aanpak sprake van onzekerheid, verwijderde oorzakelijkheid en procesoptimalisatie. De benadering is daarmee geschikt voor zeer complexe en interactieve vraagstukken. Volgens De Roo en Voogd (2004) komt deze vorm van planning in de huidige praktijk ondermeer tot uitdrukking in de zogenoemde gebiedsgerichte aanpak, de omgevingsplanning en de ontwikkelingsplanologie.

### 2.1.3 *Marktgerichte planningbenadering*

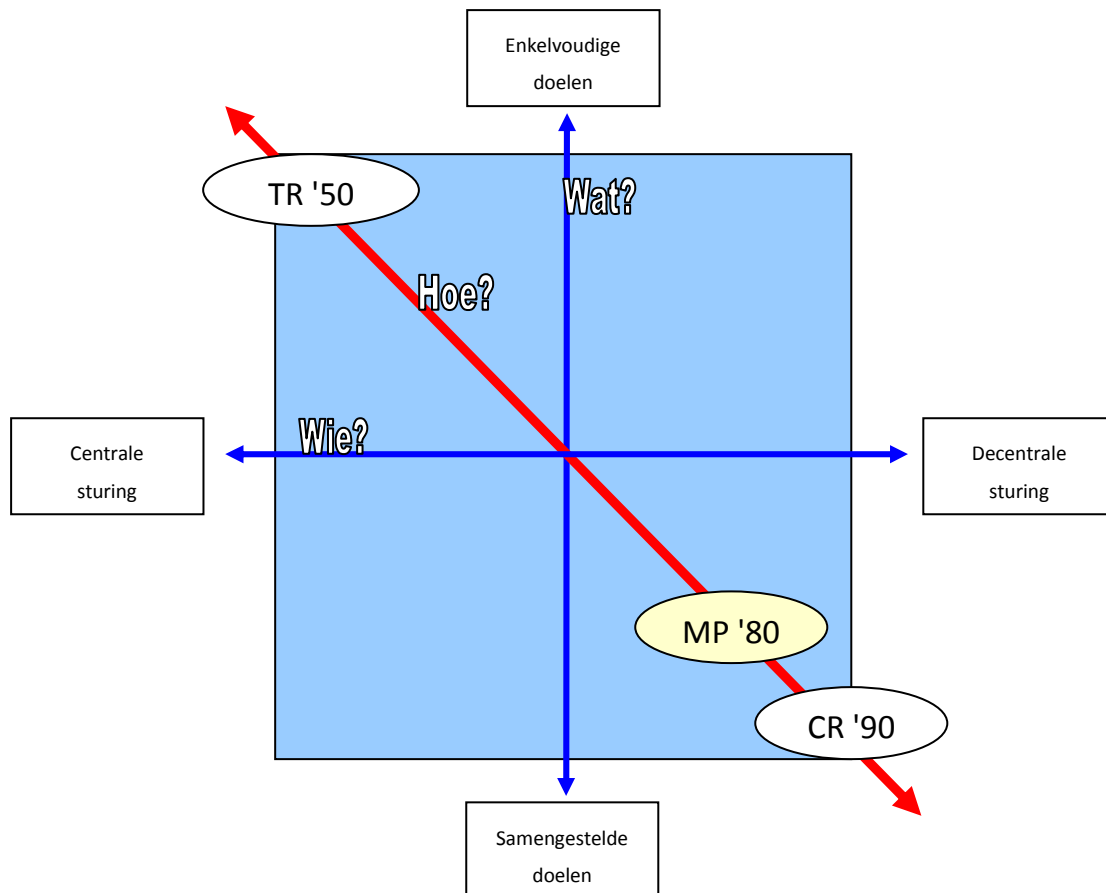
In de jaren tachtig van de vorige eeuw werd er - zoals beschreven in paragraaf 1.4.2 - beseft dat er meer rekening gehouden moest worden met marktprocessen. Processen van deregulering, decentralisatie en privatisering staan symbool voor de overgang van een aanbodgestuurde naar een vraaggestuurde planning. Concreet betekent dit meer aandacht voor wensen en behoeften van potentiële gebruikers van vastgoedproducten. In een dergelijke marktgerichte planningbenadering worden doelgroepen en deelmarkten onderscheiden. Het is immers niet zinvol producten onder de aandacht te brengen van groepen die hier geen behoefte aan hebben. Specifieke ruimtelijke producten (bv. appartementen) worden daarom onder de aandacht gebracht bij afgebakende potentiële consumenten. De marktgerichte benadering beoogt het maken van een kwaliteitsslag, het streven is om ruimtelijke producten zo goed mogelijk te laten aansluiten op de wensen van doelgroepen. Naast kwaliteit speelt perceptie of imago van deze ruimtelijke producten ook een belangrijke rol (figuur 2.3).

Met behulp van (city-)marketing wordt geprobeerd kwaliteit en imago van het aanbod aan ruimtelijke functies af te stemmen op de vraag. (Terpstra, 2003; Voogd, 2004)



Figuur 2.3: Marktgerichte benadering: afstemming vraag en aanbod (Voogd, 2004)

De marktgerichte benadering beoogt volgens Voogd (2004) niet specifiek uitvoering, maar dient vooral om actoren tot handelen aan te zetten. Ruimtelijke plannen zijn het middel voor het verwerven van draagvlak en dienen bijvoorbeeld om private investeringen uit te lokken. Een marktgerichte benadering van ruimtelijke planning betekent voor dit onderzoek een focus op de doelgroep kenniswerkers en inzicht verkrijgen in haar woonwensen. Daarbij wordt verondersteld dat de kenniswerker niet te sturen valt (zoals een technisch-rationele aanpak voorstaat), maar wel te verleiden is om in de regio Groningen-Assen te (blijven) wonen.



Figuur 2.4: De planningarena (De Roo, 2001 (eigen bewerking))



De marktgerichte planningbenadering vormt aldus de planningtheoretische leidraad voor dit onderzoek. In figuur 2.4 is te zien hoe deze benadering (MP) zich verhoudt tot de technisch-rationele (TR) en de communicatief-rationele (CR) aanpak.

#### 2.1.4 Object, subject, contextbenadering

Een aanvullend planningtheoretisch raamwerk waarbinnen dit onderzoek wordt uitgevoerd is de object, subject, contextbenadering. Dit zijn volgens Spit en Zoete (2003) de componenten die het werkveld van de planoloog structureren. Het object is datgene wat gepland wordt, het subject is de persoon of instantie die de ruimtelijke planning vormgeeft en de context wordt gevormd door maatschappelijke trends in de zin van culturele, demografische en economische ontwikkelingen. Doel van deze benadering is het beheersen, dan wel ordenen van de werkelijkheid. Toegepast op dit onderzoek kan het binden van kenniswerkers aan de regio Groningen-Assen door middel van het ontwikkelen van bepaalde woonproducten worden beschouwd als het object van planning. Het subject is hierbij de regio Groningen-Assen als plannende instantie, vertegenwoordigd door deelnemende gemeenten en provincies. De specifieke context van dit onderzoek wordt in hoofdstuk 3 beschreven. Een dergelijke instrumentele attitude is volgens Spit en Zoete (2003) onlosmakelijk verbonden aan planning, aangezien het beheersen van de werkelijkheid volgens hen een kernopgave van ruimtelijke planning is.

## 2.2 Vastgoedmarketingtheorie

De vastgoedsector en daarmee ook de woningbouwsector is van origine een aanbodgestuurde bedrijfstak. Ruimtelijke ontwikkeling is een politiek gevoelige bezigheid en daarnaast veelal complex van aard, ondermeer door de vaak grote aantallen belanghebbenden of *stakeholders*. Hierdoor liggen er volgens de Lathauwer (2005) beperkingen als het gaat om vrije marktwerking. "Dit ontslaat de sector, marktpartijen en de overheid er echter niet van om marktgericht vastgoed te ontwikkelen". Marketing is het instrument om in te spelen op de wensen van de consument, in dit geval de kenniswerker.

Marketing gaat in essentie om het op elkaar afstemmen van vraag en aanbod. Volgens de marketingtheorie ontlenen bedrijven hun bestaansrecht aan waardetoevoeging die plaatsvindt door behoeftebevrediging. "Een product is een bevrediging van een behoefte en een markt is een cluster van behoeften. De prijs is de beloning die iemand over heeft voor de bevrediging van een behoefte". (de Lathauwer, 2005)



Vastgoedmarketing is een begrip dat in de wetenschappelijke literatuur nog maar weinig aandacht krijgt. Toch is het cruciaal dat voor vastgoedproducten (woningen, winkels, kantoren etc.) gericht de markt en de vraag in beeld moeten zijn om op het juiste moment, het juiste product, tegen de juiste prijs, op de juiste locatie in een bepaalde markt te realiseren. Met gedegen kennis van de markt is het volgens Sentel (2008) mogelijk om product en markt op elkaar af te stemmen (positioneren) en daarmee succes af te dwingen. Hij definieert marketing als "een denkwijze en methodiek om het aanbod te baseren op de vraag waardoor de kans op niet- of onvoldoende afgestemd te zijn, kleiner wordt". Argumenten voor vastgoedmarketing zijn ondermeer het rekening houden met de heterogeniteit van vragers en de flexibiliteit van vastgoed. Hiermee wordt de mate waarin een gebouw aanpasbaar is aan gewijzigde behoeften bedoeld. Verder kan vastgoedmarketing zorgen voor risico-beheersing door in te spelen op de toenemende marktdynamiek en de steeds langer wordende doorlooptijd van ruimtelijke ingrepen. (Sentel, 2008)

### 2.2.1 Vastgoedmarketingmix

Vastgoed is een heterogeen product. Dit blijkt uit het feit dat bijvoorbeeld een woning niet-verplaatsbaar, dus locatiegebonden is. Daarnaast heeft ieder object een eigen prijsstelling, oppervlaktekenmerken en verschillende tijdstippen van beschikbaarheid. Tenslotte is er sprake van een lage (en tijdelijke) aankoopfrequentie en een lokale marktfocus. Marketing van een vastgoedproduct is met andere woorden complexer dan van bijvoorbeeld een zuivelproduct. De vastgoedmarketingmix<sup>4</sup> biedt daarom een kader waarbij markeigenschappen naar het vastgoedobject vertaald moeten worden. Het denken in termen van 'vastgoedconcepten' vormt de leidraad.

Stap 1. Visie: Allereerst is het zaak na te denken over de ambities. Gemeenten, woningcorporaties en ontwikkelaars dienen een beeld te hebben van wat men wil bereiken met bijvoorbeeld de aanleg van een nieuwe woonwijk. Gaat het om het bieden van kwantiteit of kwaliteit?

Stap 2. Concept: De volgende stap is de conceptuele uitwerking. Het gaat dan met name om de ruimtelijke en functionele mogelijkheden en beperkingen van een project. Is er enkel sprake van een woonfunctie of worden er woon-, werk- en winkelfuncties gemengd?

Stap 3. Markttoets: De vorige stappen krijgen een markttechnische onderbouwing. Hierbij gaat het om de *match* tussen de bestaande markt en het beoogde concept. Wat is bijvoorbeeld het onderscheidend vermogen van het concept (zoals door de markt gewenst)?

---

<sup>4</sup> Bewerking van Sentel (2008) in handboek Projectontwikkeling, Neprom (2008).

Stap 4. Objecteigenschappen: In deze laatste stap wordt gekeken of het concept past bij de wensen en eisen van de beoogde toekomstige gebruikers, de kenniswerkers. Wat is de gebruiks-, belevings- en toekomstwaarde van het project (zoals door de consument gewenst)?

### 2.2.2 City- en regiomarketing

Naast vastgoedmarketing bestaan er op een hoger schaalniveau ook city- en regiomarketing. Met citymarketing wordt beoogd zowel de kwaliteit als het imago van het stedelijk aanbod aan ruimtelijke functies beter aan te laten sluiten bij de vraag (zie figuur 2.3). Citymarketing is in feite een uiting van een marktgerichte planningbenadering zoals in paragraaf 2.1.3 beschreven. Volgens Voogd (2004) hangt het functioneren van een stad (of regio) samen met de marktsituatie, waaronder de concurrentiepositie, van stedelijke activiteiten. Met behulp van marketing kunnen beleidsmakers doelgroepen (kenniswerkers) zien te verleiden in de regio. Gemeenten en regio's proberen zich hierbij op hun sterke punten te profileren via wervende toekomstgerichte ruimtelijke plannen. Zo presenteert Groningen zich als een kennisstad en toonaangevende noordelijke metropool. Op het gebied van ICT, energie, duurzaamheid en kennisindustrie hoopt men volgens haar eigen structuurvisie 2008-2020 'Groningen, Stad op Scherp' straks internationaal voorop te lopen. (Gemeente Groningen, 2008)

## **2.3 Kenniseconomie en kenniswerkers**

De kennissector wordt beschouwd als de grootste macro-economische groeisector. Op EU-niveau is door nationale leiders tijdens de Lissabontop in 2000 de ambitie uitgesproken dat de Europese economie de meest concurrerende en dynamische kenniseconomie in de wereld moet worden. Een dergelijke economie is duurzaam en zal leiden tot meer en betere banen (Nota Ruimte, 2005). Maar wat deze kenniseconomie precies is wordt hierbij niet duidelijk. Daarnaast wordt de kenniseconomie vaak gekoppeld aan de creatieve economie en de netwerkeconomie, maar wat is nu eigenlijk het verschil en wie zijn de kenniswerkers?

### 2.3.1 Kenniseconomie

In de jaren dertig van de twintigste eeuw komt het begrip kennis naar voren in de economische theorie van Schumpeter die de factor kennis koppelt aan technologische doorbraken of innovaties. Innovatieve ondernemers staan volgens hem aan de basis van technologische doorbraken omdat zij de mogelijkheden van technische kennis inzien. De term kenniseconomie duikt voor het eerst op in de



jaren 1960<sup>5</sup> waarbij kennis volgens de neoklassieke groeitheorie wordt beschouwd als een belangrijke externe factor. Hiermee bedoelde men dat de toename van de productie niet volledig kon worden toegeschreven aan de factoren arbeid en kapitaal en dat daarom kennis (in de vorm van technologische vernieuwing) een belangrijke externe variabele zou zijn. Volgens het Ruimtelijk Planbureau (RPB, 2004) heeft kennis tegenwoordig een rol die bedrijven zelfstandig kunnen sturen in intensiteit en richting, bijvoorbeeld in de vorm van investeringen in *research* en *development* (R&D). Groeisectoren waarin kennis een belangrijke rol speelt zijn onder andere de chemische, biomedische, ICT- en hightech- en energiesector.

Kennis is dus de belangrijkste 'grondstof' van een kenniseconomie en speelt in de huidige maatschappij een steeds grotere rol. Kennis is volgens het RPB (2004) de toepassing en het gebruik van informatie. Door middel van communicatie - of informatieoverdracht - krijgt kennis betekenis. Kennis als productiefactor (naast klassieke factoren als arbeid, kapitaal en natuurlijke hulpbronnen) blijkt een doorslaggevende concurrentiefactor te zijn geworden. Bedrijven kiezen een vestigingslocatie voor een deel vanwege de daar aanwezige kennis, in de zin van het opleidingsniveau van de beroepsbevolking. Naast onderwijs wordt de aanwezige kennis in een gebied of regio ook afgemeten aan onderzoek, in de zin van technologische innovaties. "Een economie die op kennis draait groeit door innovatie. En voor innovatie heb je kennis nodig, die je krijgt door goed onderwijs en goed onderzoek". (Gemeente 's-Hertogenbosch, 2004)

Dat kennis in de economie een belangrijkere rol is gaan spelen lijkt evident. Het begrip kenniseconomie blijft echter abstract. Het Ruimtelijk Planbureau definieert de kenniseconomie als "het gebruik van kennis in interactieve relaties tussen markt- en overige partijen bij het voortbrengen en gebruiken van goederen en diensten, vanaf het eerste idee tot en met het gebruik van het eindproduct" (RPB, 2004). De Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling (OESO, 2008) ziet de kenniseconomie als "een economie die direct gebaseerd is op de productie, distributie en het gebruik van kennis en informatie". De Wereldbank (2008) tenslotte beschouwt een kenniseconomie als "een economie die kennis effectief gebruikt voor haar economische en sociale ontwikkeling".

### 2.3.2 Netwerk- en creatieve economie

Volgens het NICIS (2005: 10) zijn de interactieve relaties uit de definitie van het Ruimtelijk Planbureau cruciaal voor de aard van een kenniseconomie. "Het is voor bedrijven in toenemende mate van belang om te participeren in strategische netwerken. Een kenniseconomie wordt daarom ook vaak

---

<sup>5</sup> Machlup (1962) en Drucker (1959 en 1969)

een netwerkeconomie genoemd. Die netwerken kunnen sneller reageren op veranderende markten en technologieën". Kennisintensieve bedrijven redden het bovendien niet alleen. Bedrijven en kennisinstellingen clusteren daarom omdat dit zogeheten agglomeratievoordelen oplevert. Dergelijke clusters bestaan uit samenwerkende R&D-instellingen, producenten, toeleveranciers en dienstleveranciers. "In clusters worden ondernemingen, onderzoek, onderwijsinstellingen en overheden op systematische wijze samengebracht om de economische dynamiek een forse impuls te geven". (NICIS, 2005: 20)

De kenniseconomie wordt vaak geassocieerd met informatie- en communicatietechnologie. Daarnaast echter is creativiteit ook een invalshoek. Volgens de Amerikaanse econoom en socioloog Richard Florida (2002) is menselijke creativiteit de motor van de economie van de eenentwintigste eeuw. Creatieve kenniswerkers verbinden cultuur en economie tot een creatieve industrie. Volgens Florida bestaat de creatieve klasse behalve uit vormgevers, ook uit beroepen in de wetenschap en techniek, technologische bedrijvigheid en andere kennisintensieve beroepen (NICIS, 2005). Met deze filosofie van Florida wordt "de creatieve klasse en het denken over cultuur en creativiteit nadrukkelijk gekoppeld aan de economische transitie naar een kenniseconomie, de plaats van innovatieve milieus hierin en aan de opkomst van ICT". (RPB, 2004: 66)

### 2.3.3 Kenniswerkers

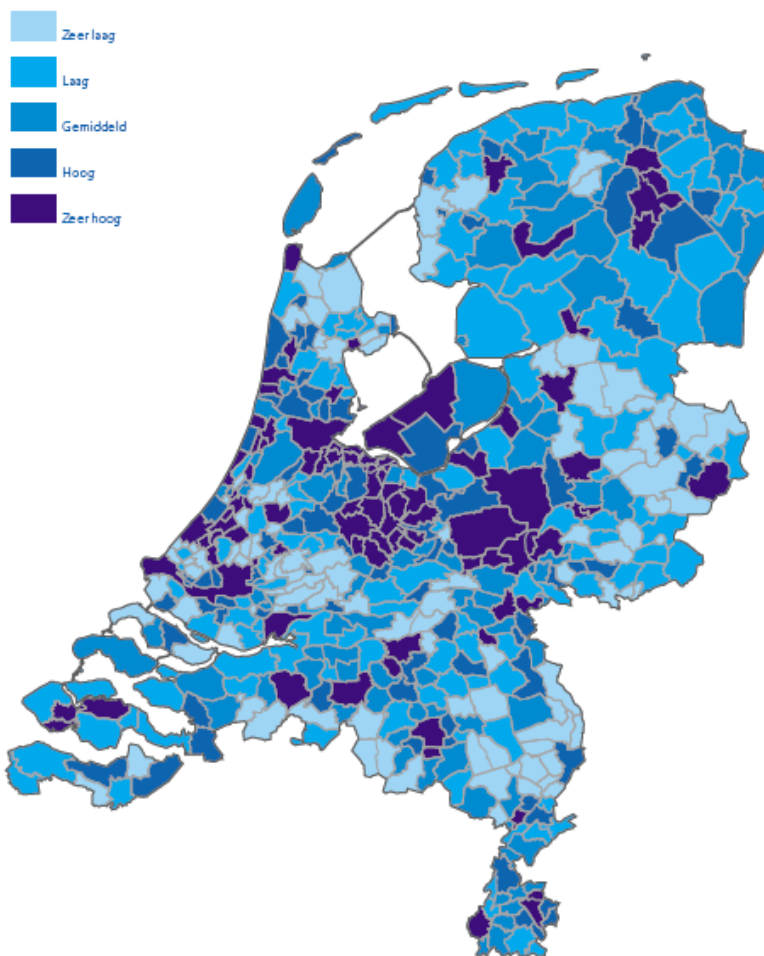
Nog breder dan het begrip kenniseconomie is het begrip kenniswerker. Een enge definitie geeft het RPB (2004) dat een kenniswerker beschouwt als een innovatieve werknemer die met informatie, informatietechnologie en communicatietechnologie zijn brood verdient in vooral de dienstsectoren. Volgens de ruime definitie van Lukey en van der Steenhoven (2004) is een kenniswerker een persoon met een afgeronde hbo- of universitaire opleiding. In 2006 was volgens het Centraal Bureau voor de Statistiek (hierna CBS) bijna eenderde van de werkzame personen in Nederland hoog opgeleid (d.w.z. in het bezit van een hbo- of wo-diploma). In figuur 2.5 is de spreiding van het aandeel kenniswerkers (hoger opgeleiden in de dienstensector) in de beroepsbevolking te zien. Hierbij valt een zekere stedelijk oriëntatie onder kenniswerkers waar te nemen.

Florida (2002) onderscheidt twee categorieën kenniswerkers. Enerzijds de *super-creative core* bestaande uit wetenschappers, ingenieurs, schrijvers, kunstenaars, ontwerpers en opiniemakers. Anderzijds de *creative professionals* werkzaam in beroepen variërend van high-tech en zakelijke dienstverlening tot gezondheidszorg. In dit onderzoek wordt een meer pragmatische indeling gehanteerd

die is afgeleid van Lukey en van der Steenhoven (2004) en Groenemeijer (2002). Hierbij worden drie typen kenniswerkers onderscheiden. Een dergelijke indeling blijft echter betwistbaar.

- Wetenschappelijke kenniswerkers (bijv. hoogleraren, medici);
- Professionele kenniswerkers (bijv. accountants, ambtenaren, ICT'ers);
- Creatieve kenniswerkers (bijv. architecten, kunstenaars, mediamakers).

Kenniswerkers houden zich zoals veelal verondersteld dus niet alleen bezig met ICT en techniek, "in de kenniseconomie gaat het vooral om het productief samenwerken met anderen en te begrijpen



hoe markten functioneren en zo tot productieve toepassingen van nieuwe technologie te komen" (Jacobs, 2000). Kenniswerkers zijn een hoog mobiele groep en stellen daarom volgens Groenemeijer (2002) hoge eisen aan hun werk- én woonomgeving. Uit hetzelfde onderzoek blijkt dat kenniswerkers een grotere oriëntatie op de stad hebben dan voorheen. Daarnaast zijn er aanwijzingen voor verschillen in leefstijl onder de brede groep kenniswerkers. In paragraaf 2.5 zal hier nader op worden ingegaan.

Figuur 2.5: Aandeel kenniswerkers in de beroepsbevolking (RPB, 2004)

### 2.3.4 Ruimtelijke effecten van de kenniseconomie

De ontwikkeling van de kenniseconomie leidt tot een veranderende economische structuur. De aard van de werkgelegenheid verschuift van arbeidsintensief naar kapitaal- en kennisintensief. Dit proces heeft ontegenzeggelijk ook gevolgen voor de ruimtelijke structuur. Zo zullen de eisen die gesteld

worden aan de werkomgeving wijzigen als gevolg van veranderende productieprocessen. Volgens van Engelsdorp Gastelaars en Hamers (2006) is er bijvoorbeeld in Nederlandse steden een contrast ontstaan tussen nieuwe kantorenclusters aan de stadsranden voor het kennisintensief grootbedrijf en het overwegend in de centrale oude stadsdelen gevestigde kleinbedrijf in het kenniswerk. Wegens ruimtegebrek in Nederlandse binnensteden zijn deze grootbedrijven uitwaarts verplaatst. De vraag die in dit onderzoek centraal staat is of ook de eisen die door kenniswerkers gesteld worden aan de woning en woonomgeving zullen veranderen. Alvorens daar op in te gaan wordt beschreven welke ruimtelijke invloeden de kenniseconomie heeft, bijvoorbeeld op steden in het algemeen en welke toekomstige ontwikkelingen zich hierbij kunnen voordoen. In kennissteden wordt kennis gebruikt, verwerkt, geproduceerd en geëxporteerd (Arnoldus, 2002). Steden worden dan ook beschouwd als 'motoren van de kenniseconomie'. Argumenten hiervoor zijn:

- De diversiteit aan mensen, bedrijven en culturen in stedelijke regio's die leiden tot creatieve ideeën, innovaties en productiviteitsgroei;
- Snellere kennisdiffusie door de fysieke nabijheid van kenniswerkers en kennisbedrijven. (van Winden, 2007)

Innovaties als gevolg van toenemende kennis hebben geleid tot het gebruik van moderne transport- en communicatiemiddelen. Vergroting van de mobiliteit en nieuwe communicatietechnieken hebben de gebondenheid aan de plek doen afnemen. Menselijke activiteiten reiken verder dan de grenzen van de stad. Er ontstaan netwerken van persoonlijke, sociale en zakelijke relaties tussen mensen en bedrijven, samenkomend in een netwerksamenleving. De ruimtelijke consequenties hiervan zijn netwerksteden als knooppunten van ontmoetingen en uitwisselingen. Deze steden proberen zichzelf als aantrekkelijk product aan te prijzen voor bedrijven, bewoners en toeristen. "Ontwerp en citymarketing worden gebruikt om steeds specifiekere kopers (in casu kenniswerkers) te verleiden. Steden, woonwijken en gebouwen zijn 'lifestyleproducten' geworden". (Venhoeven, 2006)

"In deze nieuwe netwerkeconomie vormen de eigen woning en de eigen woonomgeving het functionele centrum van waaruit bewoners een groot ruimtelijk veld kunnen bestrijken" (Stijnenbosch, 2004). Thuis wordt daarmee de basis voor alles. De invulling van thuis is individualistisch en gebonden aan leefstijlen, dit heeft tot gevolg dat de inrichting van woonwijken flexibeler zal moeten worden. Dit betekent dat door de verschillende spelers op de woningmarkt meer ingespeeld zal moeten worden op de woonwensen van de gebruiker en dat deze daardoor centraal zal komen te staan.



### 2.3.5 Woonvoorkeuren van kenniswerkers

Het Ruimtelijk Planbureau (2005) wijst op het feit dat de woning naast uitvalsbasis in de netwerkamenleving steeds belangrijker wordt als thuisbasis en rustpunt in het drukke dagelijks bestaan. De woning wordt zodoende “een hybride ruimte waarin niet alleen wordt gewoond, maar ook wordt gewerkt en vrije tijd wordt doorgebracht”. Er ontstaat als gevolg hiervan een grote vraag naar ruime woningen (zowel in oppervlakte als in aantal kamers) op ruime kavels. Men heeft behoefte aan ruime en flexibele woonruimtes voor wonen, werken en recreatie. Het RPB (2005) is van mening dat dit zorgt voor een nieuwe kijk op en nieuwe eisen aan de woonplek (woning, woonomgeving én woonlocatie). Lokale identiteiten en landschappen -in combinatie met de eigen leefstijl- als kenmerken van de woonomgeving zijn van toenemend belang in het woningkeuzeprocess. Consumenten zullen naar verwachting in toenemende mate de plaats, indeling en inrichting van de woning gaan bepalen. Onder druk van de behoeften van gebruikers zal dan ook het aanbod veranderen. Kenniswerkers vormen een veeleisende doelgroep die mede afhankelijk van imago en beleving hun woning en woonlocatie bepalen. Hermans en van Wijck (2006) zijn van mening dat hier voor overheden een rol weggelegd is om hun stad of regio te profileren door middel van city- of regiomarketing. Van Engelsdorp Gastelaars en Hamers (2006) vinden dat de overheid moet zorgen voor “voldoende goedkope woon- en werkruimten voor beginnende starters en luxe stedelijke woningen voor hun succesrijke oudere soortgenoten”. Volgens hen is er een stijgende behoefte aan relatief dure (hoog)stedelijke appartementen voor werknemers uit de kenniseconomie en de creatieve industrie. Bontje en Musterd (2005) vragen zich af in hoeverre de woonwensen van kenniswerkers afwijken. Hoe anders richten creatieve kenniswerkers hun woning in dan de doorsnee Nederlander, zou het verschil niet veel meer in de woonomgeving dan in de woning zitten is de vraag die zij zich stellen?

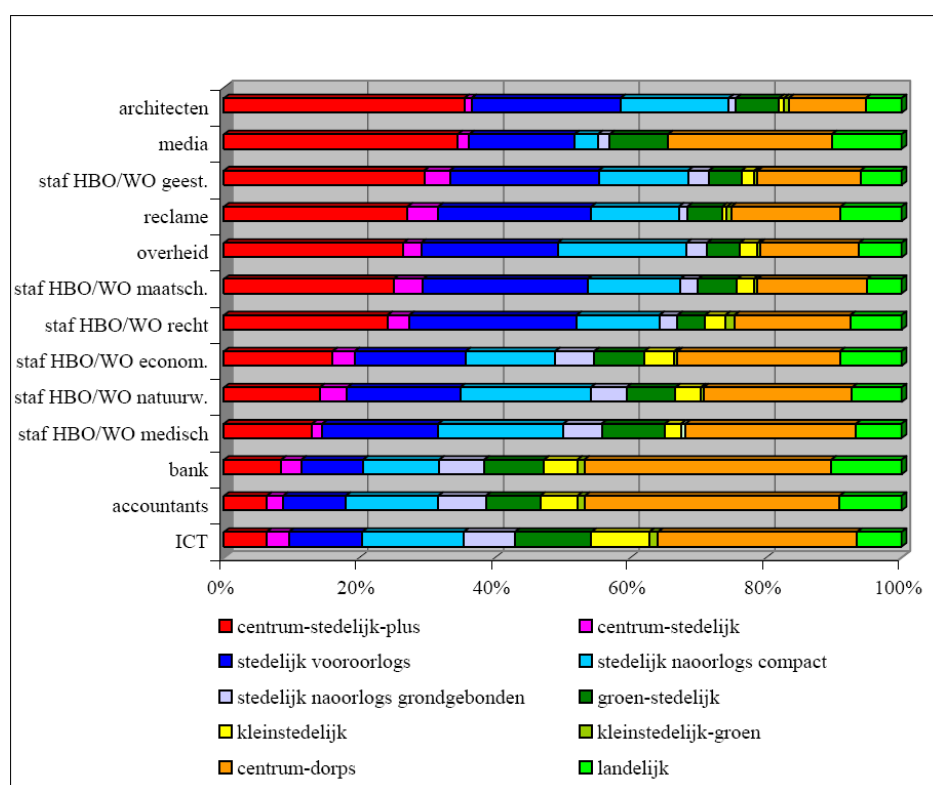
Als het gaat om de woonomgeving blijkt uit diverse publicaties<sup>6</sup> dat kenniswerkers - ondanks het hiervoor genoemde afnemende belang van de gebondenheid aan de plek - een stedelijke voorkeur hebben. Florida (2002) geeft hiervoor als redenen dat stedelijke milieus hoog scoren als het gaat om openheid, tolerantie, diversiteit en een breed cultureel leven. Creatieve kenniswerkers willen vooral daar wonen waar winkels, horeca en cultuur aanwezig zijn. Van Engelsdorp Gastelaars en Hamers (2006) concluderen hieruit dat de specifieke kwaliteit van het leefklimaat het succes van een stedelijk netwerk als kenniscentrum bepaalt. Onderzoek van Bontje en Musterd (2005) en Groenemeijer (2002) levert een ietwat ander beeld op. Zij onderzochten niet alleen de creatievelingen maar de brede doelgroep kenniswerkers. Concreet keken ze waar kenniswerkers werkzaam in Amsterdam

---

<sup>6</sup> Zie bijvoorbeeld Arnoldus (2002) voor een vergelijkende studie naar de woonvoorkeuren van kenniswerkers in Amsterdam, Barcelona en München.



woonden en kwamen tot de conclusie dat hét creatieve woonmilieu niet bestaat. "Zo breed en divers als de creatieve klasse is aan beroepsgroepen, zo uiteenlopend zijn ook hun woonmilieuvorkeuren". Wel laten zij zien dat architecten en werknemers uit de media en reclame sterk oververtegenwoordigd zijn in en vlakbij het stadscentrum, terwijl hoogleraren zowel centrumstedelijk als landelijk wonen en ICT'ers, accountants en bankmedewerkers een meer suburbane voorkeur vertonen (fig. 2.6).



Figuur 2.6: Woonmilieus van diverse groepen kennisswerkers werkzaam te Amsterdam in % (Groenemeijer, 2002)

## 2.4 Woonwensenonderzoek

In de jaren vijftig van de vorige eeuw werd het woningaanbod zoals reeds eerder beschreven gemonopoliseerd door de rijksoverheid. De bouw werd verzorgd door woningcorporaties en gemeentelijke bouwbedrijven en was gericht op het uitbannen van de naoorlogse woningnood. Naast kwantitatief woningmarktonderzoek was er ook toen al sprake van onderzoeken naar woonwensen, woonsatisfactie en naar woongedrag. Volgens Ekkers (2006) waren deze onderzoeken echter hoofdzakelijk beleidsgericht en werd er niet verder gekeken dan de korte termijn.

Bij overheden bestond de overtuiging dat de waardering van de woning hoofdzakelijk bepaald werd door de bruikbaarheid en niet door de woonvorm. Deze opvatting past naadloos in de modernistisch-functionalistische ideeën zoals deze in de jaren vijftig gebedigd werden. Het is de architect Louis Sul-



livan die gezien wordt als grondlegger van het functionalisme in de bouwkunst. Zijn adagium was: "*form follows function*" en betekent zoveel als dat de functie van een gebouw van primair belang is en dat de vorm daarvan slechts een resultante is. (LeGates en Stout, 2003)

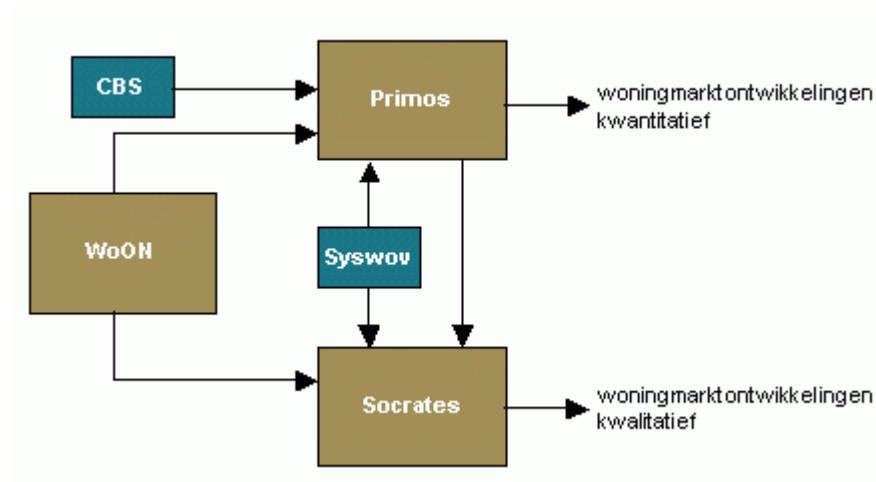
Als gevolg van wijzigende opvattingen en uiteenlopende trends zijn woonwensen veranderd. Door verdieping van kennis zijn bovendien ook de woonwensenonderzoeken veranderd. Volgens Ekkers (2006) levert een eenvoudige vraagstelling aan een x-tal respondenten, zoals in de jaren vijftig en zestig gebeurde, niet meer per definitie bruikbare informatie op. In plaats daarvan worden onderzoeken meer theoretisch onderbouwd, rekening houdend met intrinsieke en extrinsieke condities. Woonwensenonderzoek blijft echter belangrijk schrijft Ekkers, "mensen veranderen evenals hun sociale en economische levensomstandigheden en daarom waarschijnlijk ook hun denkbeelden over wat mogelijk is in hun preferenties".

In een onderzoek van Wassenberg et al. (1994) naar de woonwensen op VINEX-locaties in de Randstad worden de opvattingen van aanbieders (marktpartijen) en vragers (bewoners) met elkaar geconfronteerd. Het onderzoek is breed opgezet waarbij gebruik wordt gemaakt van verschillende onderzoeksmethoden. Meninge van belanghebbenden worden tegen elkaar afgezet en aan de hand daarvan worden conclusies en aanbevelingen geformuleerd. Een dergelijk woonwensenonderzoek is een goed middel voor de planning en opzet van nieuwe woningbouwlocaties. In een woonwensenonderzoek komen behalve het gewenste aanbod aan woningen meestal ook de omgevingskenmerken aan de orde. Wat betreft woningen gaat het onder andere om type, prijs, grootte, indeling, bouwstijl en buitenruimte. Met betrekking tot de woonomgeving gaat het vooral om de aanwezigheid van voorzieningen, zoals groen-, speel- en parkeervoorzieningen. (Right Marktonderzoek, 2008)

#### 2.4.1 WoON, Primos en Socrates

Het meest toonaangevende Nederlandse onderzoek naar woonwensen is het WoON (Woon Onderzoek Nederland). Dit onderzoek wordt uitgevoerd in opdracht van het ministerie van VROM en is in 2005 ontstaan uit een samenvoeging van het Woningbehoefte Onderzoek (WBO) en de Kwalitatieve Woningregistratie (KWR). Het onderzoek wordt om de drie jaar uitgevoerd waarbij er wordt gekeken naar verschillende modules als woningmarkt, woonomgeving en energie. Het WoON is deels kwantitatief (bevolkings- en huishoudenaantallen, woningprijzen) en deels kwalitatief (verhuismotieven, woningtypen, woonmilieus) van aard. Voor het eerste onderzoek uit 2006 zijn in totaal 62.000 personen geïnterviewd. Het WoON levert belangrijke input voor prognosemodellen als Primos en Socrates (zie figuur 2.7). Primos prognosticeert de woningbehoefte door te kijken naar de ontwikkeling van de

bevolking en huishoudens. Dit onderzoek is dan ook puur kwantitatief van aard. Socrates is een kwalitatief woningmarktsimulatiemodel waarbij ondermeer gewenste woningtypen en woonmilieus in beeld worden gebracht. Verdere input voor deze prognosemodellen wordt geleverd door het Centraal Bureau voor de Statistiek en SysWov, een door het ministerie van VROM opgezet informatiesysteem met betrekking tot woningvoorraadmutaties. (Ekkers, 2006; VROM, 2009)



Figuur 2.7: Samenhang WoON, Primos en Socrates (VROM, 2009)

## 2.5 Leefstijlbenadering

Het begrip leefstijl is geïntroduceerd door de socioloog Max Weber. In zijn oorspronkelijk uit 1922 stammende werk *Wirtschaft und Gesellschaft* beschrijft hij de 'stijl van leven' in een verhandeling over maatschappelijke klassen en standen. Als reactie op Karl Marx - die sociale verschillen toewijst aan economische klassen - betoogt Weber dat klassenverschillen behalve door materiele oorzaken ook tot stand komen door middel van een bepaald gedragspatroon van mensen. Op deze wijze zijn ze volgens Weber in staat om zich te identificeren met leden van dezelfde stand en zich te onderscheiden van andere standen. "Het geheel aan zichtbare gedragingen met deze communicatieve en symbolische functie wordt door Weber opgevat als een leefstijl". (Van Diepen en Arnoldus, 2003)

In het werk *Urbanism as a way of life* (1938) van de Amerikaanse socioloog Louis Wirth krijgt het leefstijlbegrip voor het eerst een ruimtelijke component. Wirth probeert een unieke, stedelijke manier van leven te duiden. Deze stedelijke leefstijl wordt verklaard door de relatief grote omvang, de hoge bevolkingsdichtheid en de heterogene bevolkingssamenstelling van een stad. Wirth koppelt de aard van een leefstijl zodoende aan een bepaalde ruimtelijke omgeving (Fyfe en Kenny, 2005). Toch ontbreekt hierbij een toelichting wat nu precies het stedelijke (of rurale) karakter van een leefstijl is. Onduidelijk is daarmee welke relaties bestaan tussen leefstijl en ruimtelijke kenmerken.



De wortels van de leefstijlbenadering liggen buiten de ruimtelijke wetenschappen. Toch duikt de leefstijlbenadering de laatste jaren veelvuldig op in ruimtelijk onderzoek. "Conventionele variabelen zoals huishoudensamenstelling, leeftijd en inkomen worden door een groeiend aantal wetenschappers en beleidsmakers niet langer als toereikend gezien voor het bepalen van de kwalitatieve vraag naar woningen". Van Diepen en Arnoldus (2003) zijn van mening dat onder invloed van maatschappelijke trends als individualisering, ontzuiling en toenemende consumptie sprake is geweest van een complexer wordende differentiatie van huishoudens. Het ruimtelijk gedrag en de woonvoorkeuren van huishoudens kregen daarom steeds meer aandacht dan de 'conventionele variabelen'. Het huidige discours is dus dat het gedrag van mensen op de woningmarkt niet meer alleen te achterhalen is door objectieve categorieën als huishoudensamenstelling, inkomen en leeftijd. Bij de keuze van de woning en woonomgeving en het gebruik van voorzieningen spelen culturele voorkeuren en sociale overwegingen een steeds belangrijkere rol. Factoren als imago, status en geborgenheid - oftewel de woonbeleving - spelen mee in de keuze voor een woonmilieu. Volgens Nio (2000) is het voordeel van het leefstijlconcept dat men er de voorkeuren van mensen beter mee kan omschrijven en verklaren dan met het objectief meetbare concept doelgroep, waarin mensen worden gecategoriseerd naar bijvoorbeeld leeftijd en inkomen. Nadeel van de leefstijlbenadering is volgens hem echter dat de definitie van het concept moeilijk kan worden afgebakend. Nio doet wel een poging om het concept te verduidelijken, een leefstijl heeft volgens hem twee dimensies: een functionele en een symbolische. De functionele kant heeft betrekking op de organisatie van het dagelijks leven, bijvoorbeeld waar men woont. De symbolische kant omvat daarentegen "het geheel van gedachten, gedragingen en voorkeuren van mensen, die het resultaat zijn van het economisch, cultureel en sociaal kapitaal dat zij verwerven in het sociale traject dat zij tijdens hun leven afleggen".

Verschillende andere auteurs<sup>7</sup> hebben geprobeerd het leefstijlconcept te definiëren. Het zijn vooral de termen waarden en leefregels, gedragskeuzen- en patronen en symboliek en smaak die terugkeren in de definities. Probleem van het concept is dat het gaat over gevoel en beleving en niet zozeer over rede of logica. Binnen de wetenschapsfilosofie wordt het domein van de beleving getypeerd als de fenomenologie (Van den Bersselaar, 2003). Het leefstijlconcept toegepast op het wonen komt dan ook vooral tot uiting in onderzoek in de hoek van de woonbeleving. Leefstijlen kunnen zodoende fungeren als instrument om woonwensen in beeld te krijgen. De VROM-raad (2004) noemt leefstijlen daarom een verklaringsgrond voor woonvoorkeuren. Wanneer het leefstijlconcept wordt toegepast op het wonen kan volgens Feenstra (2000) beter worden gesproken van woonstijl. Een woning is steeds

---

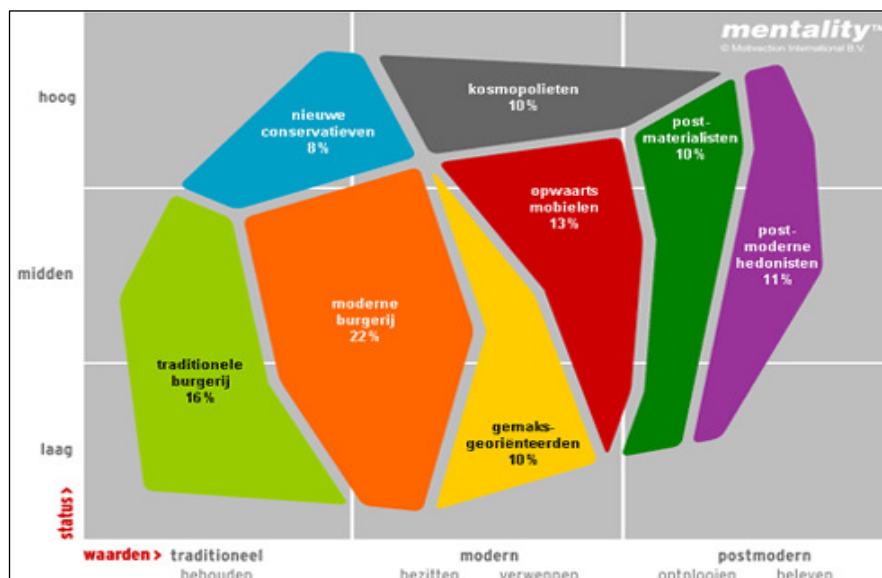
<sup>7</sup> Vijgen en van Engelsdorp Gastelaars (1986), Ganzeboom (1988), Driessen (1994), Nas en Prins (1991), De Wijs Mulkens (1999) en Feenstra (2000).

meer een product waarmee mensen zichzelf willen identificeren en onderscheiden. Een woning wordt daarmee een stijlproduct.

Een voortvloeiende uit de leefstijlbenadering in de woningmarkt is dat bewoners tegenwoordig worden beschouwd als woonconsumenten. Dit gegeven staat symbool voor de overgang van een aanbodgestuurde naar een vraaggestuurde woningbouw. Leef- en woonstijlen worden gebruikt als marketinginstrument in de ruimtelijke ordening. De woning wordt benaderd als een consumptieproduct en de woonconsument staat centraal. Aanbieders van woningen zoeken naar interessante productmarktcombinaties waarbij een specifiek woonmilieu wordt gezien als het product waar de woonconsument naar op zoek is. Men richt zich bewust op bepaalde doelgroepen en hun *way of life*, meer dan op leeftijd en inkomen. De overgang van een woning als primaire levensbehoefte naar consumptieproduct markeert de opkomst van leefstijlmarketing in de woningmarkt.

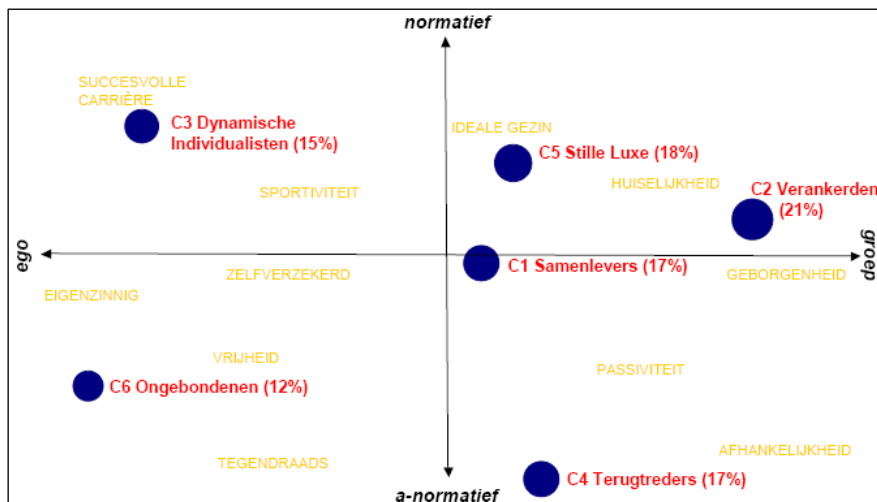
### 2.5.1 Mentality en motivational profiling

De leefstijlbenadering is door velen geoperationaliseerd. Motivaction is een onderzoeksbureau dat getracht heeft leefstijlen waar te nemen aan de hand van het Mentality-model. Door onderzoek te doen naar de belevingswereld van mensen is inzicht ontstaan in wat mensen beweegt, wat hun leefpatroon is en hoe trends ontstaan. Met het mentality-model groepeerde Motivaction (2008) mensen naar hun levensinstelling. Nederland kent zodoende acht sociale milieus die gedefinieerd zijn op basis van persoonlijke opvattingen en waarden die aan de levensstijl van mensen ten grondslag liggen (zie figuur 2.8). Aan de hand van deze sociale milieus kunnen woonpreferenties worden verwoord en kunnen woonconcepten worden ontwikkeld.



Figuur 2.8: Mentality als leefstijlonderzoek (Motivaction, 2008)

Motivational profiling is een andere methode om leefstijlen te benoemen. Met deze door The Smart Agent Company ontwikkelde methode worden consumenten gesegmenteerd op basis van motieven, waarden en normen. De methode wordt nadrukkelijk toegepast op de woningmarkt. Een voorbeeld is het onderzoek Woonbeleving 2000 dat is uitgevoerd in opdracht van ontwikkelaars, beleggers, corporaties en overheden. De methode pretendeert consumentengedrag te kunnen analyseren en voorspellen. Uitgangspunt is de veronderstelde relatie tussen consument, locatie en product. Respondenten aan het onderzoek konden zichzelf typeren op basis van een 140-tal aspecten. Aan de hand van clusteranalyse werden twee dimensies onderscheiden: een sociologische en een culturele dimensie. Uiteindelijk werden zes clusters consumenten onderscheiden die in figuur 2.9 in het rood zijn weergegeven. (Hagen 2001)



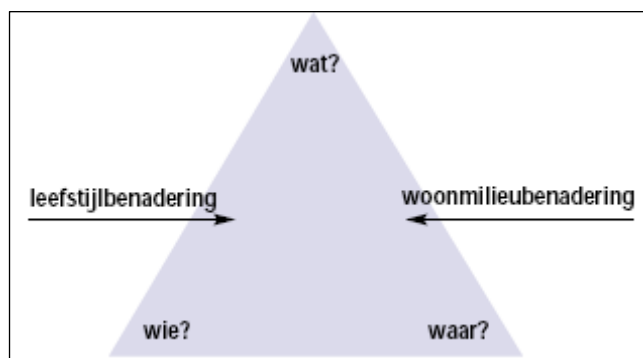
Figuur 2.9: Clusters en hun betekenisvelden (Hagen, 2001)

### 2.5.1 Leefstijlen versus woonmilieus

Het begrip leefstijl vormt zoals hiervoor geconstateerd een verklaringsgrond voor hoe mensen willen wonen. Leefstijl blijkt een drijfveer op grond waarvan mensen besluiten ergens te gaan wonen. Het begrip woonmilieu is een fysieke en sociale uiting van hoe mensen willen wonen. Onderzoeksbureau OTB (1994) definieert een woonmilieu als het geheel van de woning, de woonomgeving en de beleving van deze omgeving door bewoners en beleidsmakers. Met het begrip woonmilieu wordt aangegeven dat wonen meer omvat dan de woning zelf. Het gaat om de omgeving en de omstandigheden waaronder gewoond wordt. Van Diepen en Arnoldus (2003) spreken van een ruimtelijke *setting*.

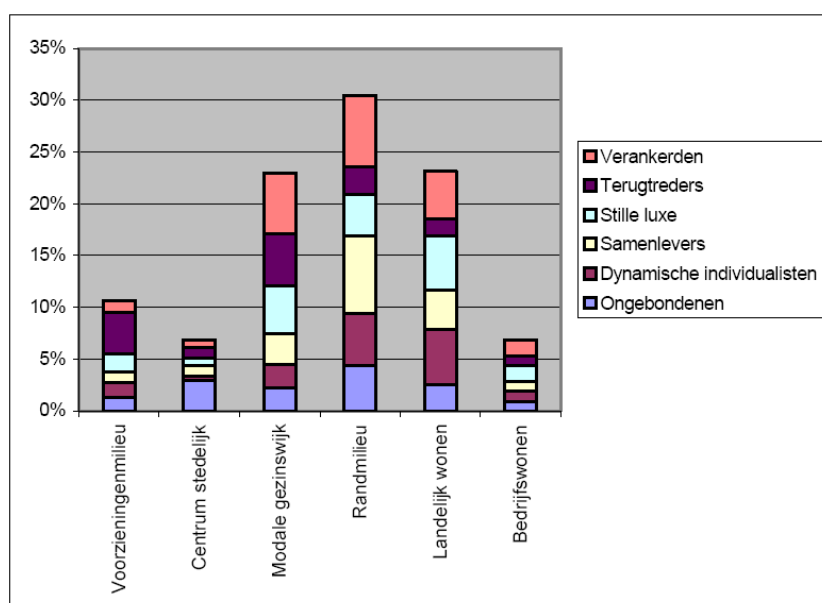
Buys (2001) maakt de relatie tussen leefstijl en woonmilieu concreet. Hij stelt hierbij de vraag hoe er van een optimale match tussen klanten (wie?), producten (wat?) en concrete locatie (waar?) sprake kan zijn. "Bij de leefstijlbenadering is de eerste ingang: wie is mijn klant, wat drijft hem en wat wil

hij"? De woonconsument wordt in dit geval als uitgangspunt genomen. De woonmilieubenadering redeneert echter andersom: "welke woonmilieus hebben we, hoe worden die beleefd en wat kan daar?" In figuur 2.10 zijn beide benaderingen schematisch weergegeven. Volgens Buys (2001) kunnen beide benaderingen helpen om woonmilieus beter in de markt te positioneren. "Beleving neemt de vorm aan van een intersubjectief oordeel namens de consument. In combinatie met marktgegevens over het vastgoed levert dit aanwijzingen op omtrent marktrisico's, noodzaak en gewenste schaal van investeren".



**Figuur 2.10: De invalshoeken van de leefstijlbenadering en de woonmilieubenadering (Buys, 2001)**

In het onderzoek Woonbeleving 2000 wordt de relatie tussen leefstijl en woonmilieu concreet gemaakt. De zes clusters consumenten uit figuur 2.6 worden gekoppeld aan een specifiek woonmilieu. Op deze manier ontstaan product-marktcombinaties (PMC's). Zo wordt duidelijk dat 'terugtreiders' oververtegenwoordigd zijn in het voorzieningenmilieu, 'ongebonden' het liefst wonen in een centrumstedelijk milieu en 'verankerden' een modale gezinswijk prefereren. 'Samenlevers' wonen graag in de randmilieus, 'dynamische individualisten' hebben een voorkeur voor zowel landelijke als randmilieus en het cluster 'stille luxe' heeft geen uitgesproken voorkeur en vertoeft graag in modale gezinswijken, landelijke en randmilieus. Figuur 2.11 geeft een visuele weergave.



**Figuur 2.11: PMC-aandelen (SmartAgent Company, 2000)**



### 2.5.3 Leefstijlen van kenniswerkers

Waar nu precies de kenniswerkers in deze modellen zitten is lastig aan te geven. In de eerste plaats omdat een leefstijl - en daarmee iemands gedragspatroon - gebonden is aan 'subjectieve' kenmerken zoals waarden, leefregels, imago, status en geborgenheid. Of iemand een kenniswerker is wordt bepaald door het objectieve kenmerk opleidingsniveau. En wat voor type kenniswerker iemand is wordt bepaald door de sector waarin deze werkzaam is. Dergelijk objectieve kenmerken vormen geen verklaring voor iemands leefstijl. Daarnaast blijft kenniswerker een breed begrip. Zo worden er ondermeer wetenschappelijke, professionele en creatieve kenniswerkers onderscheiden. Florida (2002) doet wel een poging om de leefstijl van creatieve kenniswerkers te definiëren. Deze is volgens hem gebaseerd op actieve participatie, vrijheid, onafhankelijkheid en eigen verantwoordelijkheid. Op basis hiervan zou men deze creatieve klasse volgens het model van Motivaction grofweg kunnen indelen bij de postmoderne hedonisten, de kosmopolieten of de postmaterialisten. Waarschijnlijk zijn er echter ook kenniswerkers (wetenschappelijk, professioneel of creatief) die er een heel andere leefstijl op na houden. Zo zullen er volgens het model van de Smart Agent Company (figuur 2.8) waarschijnlijk verankerde, teruggetreden, samenlevende, individualistische en ongebonden kenniswerkers zijn.

Concluderend kan gesteld worden dat leefstijl een lastig te operationaliseren begrip lijkt. Uit een onderzoek van Pinkster en van Kempen (2002) blijkt dat de traditionele variabelen (leeftijd, inkomen, huishoudensamenstelling) de woonvoorkeuren nog grotendeels kunnen verklaren en dat de leefstijlvariabelen deze verklaringskracht niet wegnemen. Het hebben van dezelfde leefstijl betekent daarnaast niet dat men ook in dezelfde woonsituatie verkeert. Andersom geldt ook dat eenzelfde woonsituatie niet hoeft te betekenen dat betreffende huishoudens ook dezelfde leefstijl hebben. (Ernste en Boekema, 2005)

## **2.6 Verhuisgedrag**

Het is onwaarschijnlijk dat de leefstijl van individuen een volledige verklaring biedt voor hun woonvoorkeuren. Een andere manier om naar woonvoorkeuren te kijken is door de verhuisredenen te beoordelen. De woningmarkt is een dynamische markt. Continu zijn mensen verhuisgeneigd en wordt een bepaald deel van de voorraad aangeboden. Het aanbod op de woningmarkt wordt bepaald door de beschikbaarheid en toegankelijkheid van woningen. Deze beschikbaarheid en toegankelijkheid van woningen op de woningmarkt is van invloed op het verhuisgedrag van individuen. Deze individuele verhuizingen leiden tot een onbedoeld collectief effect op macroniveau: doorstroming.



Met deze doorstroming zal bij het ontwikkelen van toekomstige woonmilieus rekening moeten worden gehouden. De keuze van de woning en de woonplek is de uitkomst van ingewikkelde afwegingen, die naast rationeel ook impulsief en cultureel van aard kunnen zijn.

### 2.6.1 Levenscyclustheorie

Een klassieke theorie die het verhuisgedrag van mensen tracht te verklaren is de levenscyclusbenadering van Rossi (1955). Leeftijd is in deze theorie het segmentatiecriterium om verschillen in woongedrag te duiden. Er wordt een verband verondersteld tussen de fase in de levenscyclus van het individu en de woonbehoefte. Het idee is dat de eisen die een persoon aan woning en woonomgeving stelt veranderen naarmate de levensfase verandert. In figuur 2.12 laat Short (1996) zien dat senioren andere wensen hebben dan adolescenten.

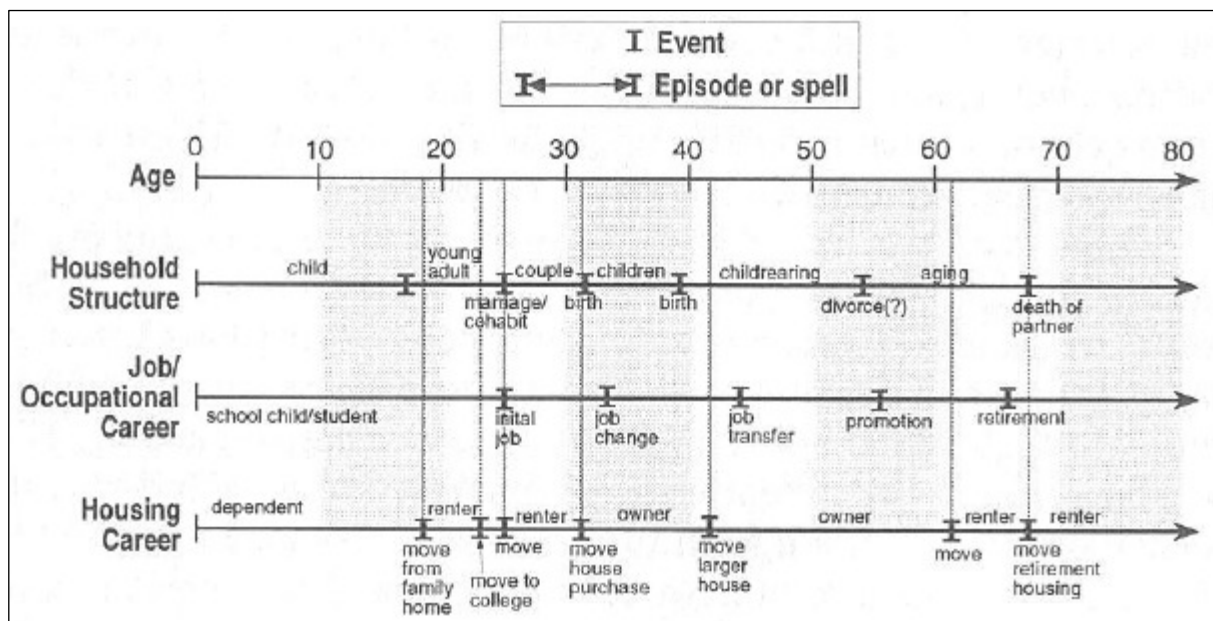
Fasen in de levenscyclus	Woningbehoefte / aspiratie
Pre-child stage	Goedkoop wonen in een appartement in binnenstedelijk gebied
Child-bearing	Huren van een eengezinswoning in de buurt van zone appartementen
Child-rearing	Koopwoning in relatief nieuw suburbaan gebied
Child-launching	Mogelijke koopwoning in een wijk of buurt met hogere status
Post-child	Residentiële stabiliteit
Later-life	Verzorgingshuis / seniorenwoning / wonen bij kinderen

Figuur 2.12: Woningbehoefte gerelateerd aan fase in de levenscyclus (Short, 1996)

De levenscyclustheorie heeft lange tijd een belangrijke rol gespeeld als verklaring voor het verhuisgedrag van huishoudens en daarmee ook in de planning van nieuwe woningbouw. Vandaag de dag wordt deze monocausale theorie ernstig in twijfel getrokken. Allereerst kan er gediscussieerd worden over de volledigheid van de geclassificeerde levenscycli. In de tweede plaats kunnen er vraagtekens gezet worden bij de daaruit voortvloeiende eenduidige woningbehoeften. Tenslotte kan er geconstateerd worden dat de samenleving complexer en dynamischer is geworden en woonwensen behalve door de levensfase ook bepaald worden door bijvoorbeeld economische en culturele indicatoren.

## 2.6.2 Wooncarrièrecyclustheorie

Een alternatief model dat meer rekening houdt met de dynamiek van huishoudens is de wooncarrière- of levensloopbenadering. Woningbehoeften veranderen door wijzigingen in inkomen, huishoudensamenstelling, maatschappelijke en politieke invloeden én leeftijd. De achterliggende gedachte is dat het individu zodoende een ontwikkeling in zijn wooncarrière doormaakt. De wooncarrière is hierbij de afhankelijke variabele. Inkomen, omvang en samenstelling van het huishouden, leeftijd en externe maatschappelijke en politieke factoren zijn de onafhankelijke variabelen. In figuur 2.13 is te zien dat de positie van het individu binnen de wooncarrière valt te verklaren door gebeurtenissen (*events*) in het gezinsleven (huwelijk, scheiding etc.) en de arbeidscarrière (promotie, ontslag etc.). (Clark en Dieleman, 1996)



Figuur 2.13: Levensloop en carrières (Clark en Dieleman, 1996)

De wooncarrièrecyclustheorie geeft een betere verklaring voor verhuisgedrag dan de klassieke levenscyclusstheorie. Er wordt met meerdere factoren rekening gehouden. Uit het model komt bijvoorbeeld beter de positie van studenten naar voren. Toch is ook dit model een simplistische voorstelling van de werkelijkheid (Hornstra, 2002). Het werkelijke woon- en verhuisgedrag van individuen wordt tegenwoordig bepaald door veel meer factoren dan huishoudensamenstelling, inkomen en leeftijd. Bij de keuze van de woning en woonomgeving en het gebruik van voorzieningen spelen zoals in de leefstijlbenadering reeds is betoogd culturele voorkeuren en sociale overwegingen een steeds belangrijkere rol. Factoren als imago, status en geborgenheid zijn wellicht even belangrijk als de hiervoor genoemde conventionele variabelen.

## 2.8 Resumé

De overgang in de planningtheorie van een technisch-rationele naar een communicatief-rationele en marktgerichte benadering in de ruimtelijke planning staat symbool voor de ontwikkelingsgang die de woningmarkt in Nederland heeft doorgemaakt. Waar woningen in de periode van wederopbouw vooral functioneel moesten zijn vindt er tegenwoordig een transitie plaats naar woningen die inspelen op de individuele wensen van de woonconsument en rekening houden met haar verschillende leefstijlen. Er vindt een omslag in het denken plaats van kwantiteit naar kwaliteit. Overheden dienen creatief om te gaan met de maatschappelijke pluraliteit en de daaruit volgende ambivalente ruimtelijke wensen. Aangezien de maatschappelijke wensen ten aanzien van de ruimte steeds gevarieerder worden, wordt omvattende planning steeds moeilijker.

Toch is het belangrijk dat samenhang in de planning wordt beoogd. De planning van woningbouw zou moeten worden opgevat als een gebiedsopgave waarbij specifieke woonmilieus worden ontwikkeld. Vastgoedmarketing biedt hierbij belangrijke aanknopingspunten. De focus ligt op doelgroepen en het inspelen op haar woonwensen met bepaalde concepten en producten. Het doel van marketing is het zicht krijgen op de voor dit onderzoek centraal staande doelgroep, namelijk de kenniswerkers. Deze veeleisende kenniswerkers moet men zien te verleiden in de regio, ondermeer door het onderscheidend vermogen van woonproducten. Woonwensen verschillen echter per individu en zijn een momentopname, "een tussenstation in een voortgaand traject". Ze worden bepaald door macrofactoren als de stand van de economie en het functioneren van de woningmarkt, maar ook door microfactoren zoals de gezinsfase waarin iemand zich bevindt of de leefstijl die hij of zij leidt. Achtergrond van het leefstijlonderzoek is om greep te krijgen op huidige en toekomstige woonwensen. Leefstijlen zijn echter even veranderlijk als woonwensen. Veranderende woonwensen werken verhuisgedrag in de hand. Verhuisgedrag wordt bepaald door de beschikbaarheid en toegankelijkheid van woningen. De keuze van de woning en de woonplek is zoals eerder genoemd de uitkomst van ingewikkelde afwegingen, die naast rationeel ook impulsief en cultureel van aard kunnen zijn.

Uit de theorie wordt duidelijk dat de consument belangrijker wordt en dat woningaanbieders serieus rekening dienen te houden met haar woonwensen. Het is de consument die in de toekomst bepaalt waar wordt gewoond. In de vervolghoofdstukken zal regelmatig worden teruggekoppeld naar de hiervoor besproken theorieën. De theorie vormt de leidraad voor de rest van het onderzoek. Onderzoeksresultaten verderop in deze scriptie worden dan ook getoetst aan de theorie. Dit resumé vormt de afsluiting van het theoretisch kader als wetenschappelijke ondergrond voor de rest van het onderzoek.

## Hoofdstuk 3 Trends in de regio Groningen-Assen

### Inleiding

Naast aandacht voor de individuele woonvoorkeuren van de kenniswerker spelen ook externe of omgevingsfactoren een belangrijke rol bij de planning en ontwikkeling van woonproducten. De vraag naar woonruimte wordt bijvoorbeeld ondermeer bepaald door bevolkingsgroei en gezinssamenstellingen, consumentenvertrouwen en inkomensontwikkeling, de opkomst van thuiswerken et cetera. Factoren die het aanbod van woonruimte bepalen zijn onder andere het ruimtelijke ordeningsbeleid, economische en renteontwikkelingen, grond- en bouwkosten en verwachte huurprijs- en waardeontwikkeling. Dit hoofdstuk bevat daarom een analyse van de trends<sup>8</sup> die relevant zijn voor de woningmarkt in de regio Groningen-Assen en daarmee voor de te ontwikkelen woonproducten. In figuur 3.1 is een trendmatrix weergegeven zoals deze is ontworpen door onderzoeksbureau Berenschot (2008). Inhoudelijke thema's worden geconfronteerd met trendmatige ontwikkelingen. In dit hoofdstuk wordt ingegaan op demografische, economische, maatschappelijke en ruimtelijke trends die van invloed zijn op het thema wonen. Dit is een andere dan de door Berenschot gehanteerde indeling in trends aangezien dit beter aansluit bij dit onderzoek.

	Wonen	Werken	Groen	Mobiliteit	Etc.
Ruimtelijke trends					
Economische trends					
Trends gericht op profilering					
Sociologische trends					
Bestuurlijke trends					
Internationaliserings-trends					

Figuur 3.1: Trendmatrix (Berenschot, 2008)

### 3.1 Demografische trends

Een trendanalyse is toekomstgericht en daarom per definitie onzeker. Trends gaan namelijk niet één richting op, zitten vaak complex in elkaar en zijn daarom lastig te voorspellen. Bovendien zijn trends

<sup>8</sup> De inhoud van dit hoofdstuk is grotendeels ontleend aan een trendanalyse, uitgevoerd door bureau Berenschot in opdracht van de regio Groningen-Assen. Het rapport is een analyse van ontwikkelingen op verschillende terreinen die op de regio Groningen-Assen afkomen.

vaak sterk regionaal bepaald. In de demografie wordt een onderscheid gemaakt tussen prognoses, projecties en scenario's. Een prognose is een voorspelling van de meest waarschijnlijke toekomst. Een projectie is de technische uitkomst van een model. Een scenario is een mogelijke denkbeeldige toekomst. (RIVM, 2008)

### 3.1.1 Bevolkingsgroei neemt af

Volgens recente bevolkingsprognoses, -projecties en -scenario's zal de Nederlandse bevolking in zijn totaliteit in 2035 haar hoogtepunt bereiken. Het inwonertal in Nederland zal dan ruim 17 miljoen bedragen (CBS, 2009). Vervolgens zal de bevolking langzaam gaan krimpen als gevolg van het wegval- len van een groot gedeelte van de babyboomgeneratie uit de bevolkingspiramide. Een aantal peri- feer gelegen regio's in Nederland heeft echter nu al te maken met bevolkingskrimp. Het gaat dan bijvoorbeeld om (delen van) Oost-Groningen, Zuid-Limburg en Zeeland. In de regio Groningen-Assen zal op termijn ook sprake zijn van krimp, deze doet zich door toedoen van de jonge bevolking van de stad Groningen echter veel later voor dan in de hiervoor genoemde perifere regio's.

### 3.1.2 Ontgroening, vergrijzing en migratie

Demografische ontwikkelingen zijn te onderscheiden in de componenten natuurlijke aanwas (ge- boorte en sterfte), binnenlandse migratie (vestiging en vertrek) en buitenlandse migratie (immigratie en emigratie). De landelijke trend is dat het aandeel ouderen (65-plussers) in de bevolking toeneemt, er is sprake van vergrijzing van de bevolking. Daarnaast treedt het verschijnsel ontgroening op door- dat er sprake is van een lagere natuurlijke aanwas. Men krijgt minder en op latere leeftijd kinderen (ABF Research, 2007). Ontgroening en vergrijzing doen zich ook in de regio Groningen-Assen voor. Er is echter sprake van een tweeledig beeld, in het landelijk gebied zijn beide processen veel sterker aan de orde dan in het stedelijk gebied. De effecten van zowel binnenlandse als buitenlandse migratie blijken niet direct uit de saldi. Beide saldi zijn marginaal. Wanneer er echter ingezoomd wordt op de binnenlandse migratie blijkt uit meerdere onderzoeken (o.a. van de Berg, 2008 en van Dijk, 2008) dat er wel sprake is van een *braindrain*. Ruim de helft van de afgestudeerde Groningse studenten ver- trekt uit de regio om elders te gaan werken. De uitstroom van deze aanstaande kenniswerkers komt niet in het binnenlandse migratiesaldo tot uitdrukking door de grote instroom van nieuwe studenten. De groep 20-24-jarigen is in de regio Groningen-Assen dan ook sterk vertegenwoordigd.



### 3.1.3 Individualisering van de samenleving

Een derde demografische trend is de toenemende individualisering van de samenleving. Mensen wonen langer alleen. Daarnaast neemt het aantal alleenstaande ouderen toe. Dit komt tot uiting in een toename van het aantal eenpersoonshuishoudens. De gemiddelde huishoudengrootte zal de komende decennia dalen tot minder dan 2 personen tegenover 2,3 in 2004. Door deze daling van de gemiddelde huishoudengrootte neemt het aantal huishoudens de komende jaren nog flink toe. Volgens Berenschot (2008) leidt de individualisering van de samenleving ertoe dat wonen, dienstverlening en recreatie een andere invulling krijgen. Een combinatie van gemeenschapsgevoel en identiteit, maar ook individuele vrijheid zijn voorwaarden bij deze invulling. Individualisering leidt daarnaast tot een toenemend divergerende smaak, oftewel differentiatie. Zodoende ontstaat er ook een behoefte aan gedifferentieerde woonmilieus en specifieke woonconcepten.

## **3.2 Economische trends**

Economie is een zeer breed onderzoeksterrein. Deze paragraaf is dan ook toegespitst op de trends die relevant zijn voor dit onderzoek. Naar ontwikkelingen op het gebied van conjuncturele werkloosheid of consumentenvertrouwen wordt dan ook niet direct verwezen, al zijn dit belangrijke indicatoren voor het voorspellen van de nabije economische toekomst. Het gaat hier met name om structurele trendmatige ontwikkelingen op economisch gebied.

### 3.2.1 Welvaartsgroei

Volgens Berenschot (2008) zet de welvaartsgroei van de afgelopen jaren zich gestaag door. Het gaat dan om de groei van de reële economie<sup>9</sup>. Welvaartsgroei of economische groei betekent zoveel als een grotere productie van goederen en diensten per hoofd van de bevolking. Indicatoren voor welvaartsgroei zijn het bruto binnenlands product (bbp) of bruto nationaal product (bnp). Als gevolg van de groeiende welvaart gaan consumenten steeds hogere eisen stellen aan producten en diensten. Diversificatie van deze producten en diensten en het ontstaan van marktniches zijn hier mogelijke gevolgen van. Uiteindelijk komt de klant hierdoor centraal te staan en ontstaat er een vraaggestuurde economie. De aanwezigheid van kennis zal daarbij steeds belangrijker worden.

---

<sup>9</sup> Hierbij wordt dus gemakshalve voorbijgegaan aan economische crises - zoals de 'kredietcrisis' - die het financieel-economische systeem aantasten, en daarmee uiteindelijk ook de reële economie beïnvloeden.

### *3.2.2 Sectorale verschuiving: van productie naar diensten*

Een trend die zich al eerder heeft ingezet maar waarvan nog steeds sprake is, is economische structuurverandering. De Nederlandse economie heeft in de afgelopen decennia een verschuiving laten zien van arbeidsintensieve naar dienstverlenende bedrijvigheid. Onderzoeksbureau Berenschot (2008) verwacht dat de opkomst van de kennis-, creatieve en belevingseconomie aanzetten zijn voor een volgende verschuiving vanuit de dienstverlening. Binnen de regio Groningen-Assen vindt ook een verschuiving plaats van traditionele sectoren (industrie, bouw etc.) naar dienstverlenende kennissectoren als zorg en ICT.

### *3.2.3 Toenemend belang factor kennis*

In navolging van de vorige paragraaf blijkt dat de productiefactor arbeid steeds meer dienstverlenend van aard zal worden. Het opleidingsniveau van de arbeider is daarbij cruciaal. "Hoger opgeleiden - gevat onder de naam kenniswerkers - hebben een positief effect op de innovatiekracht en de productiviteit van de economie en daarmee in de internationale concurrentie". Een hoog opgeleid arbeidspotentieel wordt dan ook een steeds belangrijkere factor voor bedrijven om zich ergens te vestigen. De aanwezigheid van kennisinstellingen draagt hier nadrukkelijk aan bij. In de regio Groningen-Assen zijn kennisinstellingen in de vorm van de *Rijksuniversiteit* en de *Hanzehogeschool* aanwezig. Voor de regio liggen er daarom kansen in de groeisectoren informatica en telematica, biomedische technologie, maatschappelijke zorg en energie. (Berenschot, 2008)

## **3.3 Maatschappelijke trends**

Maatschappelijke trends zijn er vele. Bovendien suggereert de term maatschappelijk iets veelomvattends. Welvaartsgroei is namelijk evengoed een maatschappelijke als een economische trend. Hetzelfde geldt voor vergrijzing, dat evengoed een maatschappelijk als een demografisch verschijnsel is. Toch wordt in deze paragraaf gesproken over maatschappelijke trends als verzamelnaam voor specifieke trends die van invloed zijn op dit onderzoek naar toekomstige woonwensen en woonproducten.

### *3.3.1 Veranderende vrijetijdsbesteding*

Gemiddeld gezien neemt de hoeveelheid vrije tijd in Nederland al een jaar of dertig af (Sociaal en Cultureel Planbureau, 2004). Deze geslonken hoeveelheid vrije tijd wordt echter wel steeds intensiever ingevuld en er wordt ook meer geld aan besteed. Het aanbod aan commerciële recreatieve func-



ties neemt dan ook toe. Het gaat dan om recreatie waarbij de 'wilde' beleving het uitgangspunt is, zoals op skibanen of in pretparken. Tegelijkertijd vragen burgers om een actievere beleving van rust, ruimte en ontspanning. Het is vooral het landelijk gebied dat zich hier goed voor leent. Beleidsmakers spelen hier op in door bijvoorbeeld de aanleg van fietspaden en het herstel van landschapskenmerken. De beleving van de vrije tijd is uitgegroeid tot een in economisch en technologisch opzicht belangrijke sector gevat onder de naam *leisure* (Berenschot, 2008). Tenslotte wordt er natuurlijk ook vrije tijd besteed in de woning. Woningen vervullen aldus niet meer alleen een primaire functie in de zin van het bieden van onderdak, maar zijn in een kenniseconomie veelal ook object van recreatieve en werkfuncties. Volgens Ekkers (2006) vraagt dit om een gedifferentieerder ruimtegebruik en een hogere woonkwaliteit.

### *3.3.2 Veranderende verhoudingen tussen overheid, burger en markt*

Volgens Bureau Berenschot (2008) vervagen de grenzen tussen het publieke domein en het private domein. Hiermee wordt bedoeld dat publieke partijen steeds vaker samenwerking zoeken met private partijen via zogeheten PPS-constructies. Aan deze samenwerking liggen veelal financiële en organisatorische argumenten ten grondslag. Concrete uitingen van deze samenwerkingsverbanden zijn gebiedsontwikkelingen op het terrein van woningbouw. Tegelijkertijd wenst de burger meer inspraak en een actievere rol in dergelijke ruimtelijke ontwikkelingen en planvorming. De burger wordt gezegd mondiger en wil steeds beter geïnformeerd worden door de overheid. Als antwoord hierop maken veel overheidsorganisaties een verandering door van aanbodgericht naar vraaggericht werken waarbij de burger en haar behoeftes centraal staan. Het Sociaal en Cultureel Planbureau (2000) spreekt van een toenemende verwevenheid en complexiteit binnen de samenleving waardoor de onzichtbaarheid en ongrijpbaarheid toeneemt. Een concreet voorbeeld hiervan is belangverstrengeling bij openbare aanbesteding. Daarom blijft er tegelijkertijd een sterke behoefte aan de scheiding van publiek en privaat.

### *3.3.3 Toenemende internationalisering en opkomst van netwerken*

Een trend die zich al langer voordoet maar die in toekomst nog evidentier zal zijn is internationalisering. Volgens het Sociaal en Cultureel Planbureau (2000) is in de economie, bevolking, cultuur en de politiek goed te zien dat kleine landen als Nederland niet aan nationale grenzen gebonden zijn. "Er ontwikkelt zich een internationale identiteit en de wereld wordt bepaald door globale spelers". Mede door de perifere ligging in Nederland heeft de regio Groningen-Assen te maken met toenemende



internationalisering. Dit uit zich ondermeer door het ontstaan van handels- en kennisnetwerken met steden in Noord-Duitsland, Scandinavië en de Baltische staten.

### **3.4 Ruimtelijke trends**

Wanneer het gaat over trends die van invloed zijn op de woningmarkt zijn het de ruimtelijke aspecten die wellicht het meest zichtbaar zullen zijn in de nabije toekomst. Ruimtelijke trends zijn fysieke processen die langzaam maar zeker zijn waar te nemen om ons heen. Ruimtelijke trends zijn de uitkomst van en worden gestuurd door economische, demografische en andere maatschappelijke ontwikkelingen.

#### *3.4.1 Toenemende aandacht voor duurzaamheid*

Duurzaamheid is een containerbegrip. Het kan gaan om ecologische, economische en sociaal-culturele duurzaamheid (Berenschot, 2008). In deze paragraaf gaat het over de samenhang tussen deze begrippen. Het meest voor de hand liggende aspect met betrekking tot duurzaamheid is klimaatverandering. Naar verwachting stijgt de zeespiegel, wijzigt de biodiversiteit en veranderen de neerslagpatronen en de temperatuur in Nederland. Klimaatverandering heeft daardoor nadrukkelijk gevolgen voor het wonen. Nieuwe bouwlocaties moeten zorgvuldig worden gekozen en het bouwproces zelf zal milieuvriendelijker worden. Hierbij kan gedacht worden aan CO<sub>2</sub>-neutraal bouwen en recycling van materialen (ondermeer via Cradle to Cradle). Daarnaast zal in de toekomst minder snel buitengebied worden aangetast als 'uitleglocatie' voor woningbouw en zal de nadruk liggen op herstructurering van en 'inbreiding' in bestaande woonwijken.

#### *3.4.2 Toenemende aandacht voor kwaliteit*

Een andere belangrijke ruimtelijke trend is de verschuiving in de aandacht van kwantiteit naar kwaliteit. De beleving en inrichting van landschap en woonmilieus zal naar verwachting steeds meer aandacht krijgen. Dit komt voort uit de onder velen bestaande indruk dat Nederland verrommelt. Onder verrommeling wordt verstaan: ongebreidelde uitbreiding of *urban sprawl*, het volbouwen van zichtassen en identiteitloze landschappen (Berenschot, 2008). Verrommeling vraagt om een andere benadering van de ruimte. Door functies (wonen, werken, winkelen, recreëren) te bundelen kan ongebreidelde groei worden tegengegaan en wordt de diversiteit van gebieden bevorderd. Functiemenging lijkt daarom een belangrijk instrument te zijn voor het bevorderen van ruimtelijke kwaliteit in landschap en woonmilieus.



### 3.4.3 Veranderende ruimtelijke structuur

Tenslotte zijn er nog een aantal ontwikkelingen die bijdragen aan een veranderende ruimtelijke structuur (Berenschot, 2008). Zo verdwijnt de herkenbare scheiding tussen stad en land langzamerhand. Ondanks restrictieve ruimtelijke ordening in het buitengebied en het stimuleren van herstructurering zijn dorpen en steden de afgelopen decennia steeds verder naar elkaar toegegroeid. Dit gegeven versterkt de hiervoor genoemde verrommeling. Door de uitwaartse groei van steden en de toegenomen mobiliteit leven burgers steeds minder in één plaats. Volgens het RPB (2007) zijn "de *daily urban systems* van burgers groter en regionaal geworden". Er ontstaat een metropolitaan stedelijk gebied of *urban field* waarbij afzonderlijke steden in netwerken opereren. Door de opkomst van ICT worden activiteiten *footloose*, hetgeen inhoudt dat het belang van het begrip locatie zal afnemen.

### **3.5 Resumé**

Zonder de pretentie te hebben volledig te zijn is in dit hoofdstuk geprobeerd een overzicht te geven van de trends die afkomen op de regio Groningen-Assen. Hierbij is grotendeels gebruikgemaakt van het rapport 'Onderzoek naar trendmatige ontwikkelingen en de gevolgen voor de regio Groningen-Assen' van Bureau Berenschot (2008). Voor dit hoofdstuk is echter alleen uitgegaan van specifieke trends die direct of indirect van invloed zijn op woonwensen, woonbehoeften en de woningmarkt.

Demografische trends zijn met name in kwantitatief opzicht cruciaal om de toekomstige woningbouwopgave in te kunnen schatten. Een teruglopende bevolkingsgroei en uiteindelijk een bevolkingsdaling betekent op termijn een afnemende woningbehoefte. Door gezinsverduunning en toename van het aantal eenpersoonshuishoudens wordt dit voorlopig echter gemaskeerd. Tegelijkertijd betekent gezinsverduunning - samen met ontgroening en vergrijzing - dat er andere eisen aan woningen worden gesteld. Hierbij kan gedacht worden aan omvang, voorzieningen en gebruiksgemak van woningen. In die zin hebben demografische trends ook gevolgen voor de kwalitatieve woningbehoefte.

Verwachte structurele economische trends zijn welvaartsgroei, sectorale verschuivingen en een toenemend belang van de factor kennis in de arbeidsmarkt. Wanneer de welvaart stijgt zullen naar verwachting ook de wensen van de woonconsument toenemen. Een verdere verschuiving van de productie- naar de dienstensector en een toename van kennis (in de zin van een groter aantal hoger opgeleiden) kan eveneens leiden tot nieuwe woonconcepten en woonmilieus. Tenslotte leiden ook maatschappelijke en ruimtelijke trends ertoe dat de woonconsument steeds hogere eisen stelt aan woning en woonomgeving. De woning vraagt om een gedifferentieerder ruimtegebruik en een hogere woonkwaliteit. Woningen vervullen niet meer alleen een primaire functie in de zin van het bieden van onderdak, maar zijn veelal ook object van recreatieve en werkfuncties. Door technologische ontwikkelingen in de communicatie zijn bovendien nieuwe activiteiten als e-work en e-shopping ontstaan. De afstand tussen woon- en werkplek wordt daarmee minder cruciaal. Het belang van de locatie voor de woning is hiermee afgenomen.

In de volgende hoofdstukken zal worden getracht te beschrijven wat voor specifieke woonwensen er bestaan onder de doelgroep van dit onderzoek, de hoger opgeleiden. Daaruit dient te worden afgeleid wat voor woonproducten er ontwikkeld zouden moeten worden. Om te beginnen wordt in hoofdstuk 4 een woningmarktanalyse van de regio Groningen-Assen gegeven. Hierbij wordt ondermeer gekeken naar het bestaande aanbod aan woonmilieus.



## Hoofdstuk 4 Woningmarktanalyse regio Groningen-Assen

### *Inleiding*

Om de woonvraag onder kenniswerkers in de regio Groningen-Assen te begrijpen is het zaak zicht te krijgen op het huidige aanbod aan woningen, woningtypen en woonmilieus. Dit hoofdstuk beschouwt dan ook zowel de kwantitatieve als de kwalitatieve componenten van de regionale woningmarkt. Allereerst zal worden ingegaan op de kwantitatieve aard en de omvang van de woningmarkt. Vervolgens zullen de begrippen wooneconomie en woonmilieu worden beschreven en wordt de regionale woningmarkt in kwalitatieve zin geanalyseerd. Daarnaast is het belangrijk om het lokale en regionale beleid ten aanzien van woningbouw te duiden, aangezien beleidskeuzes een grote invloed hebben op de te ontwikkelen woonproducten. Dit komt in hoofdstuk 5 aan bod waar ingegaan wordt op regionale visie en samenwerking op woningmarktgebied. De marktanalyse in dit hoofdstuk zal uiteindelijk getoetst worden in hoofdstuk 6 aan de hand van de uitkomsten van een enquête onder hoger opgeleiden in de regio Groningen-Assen.

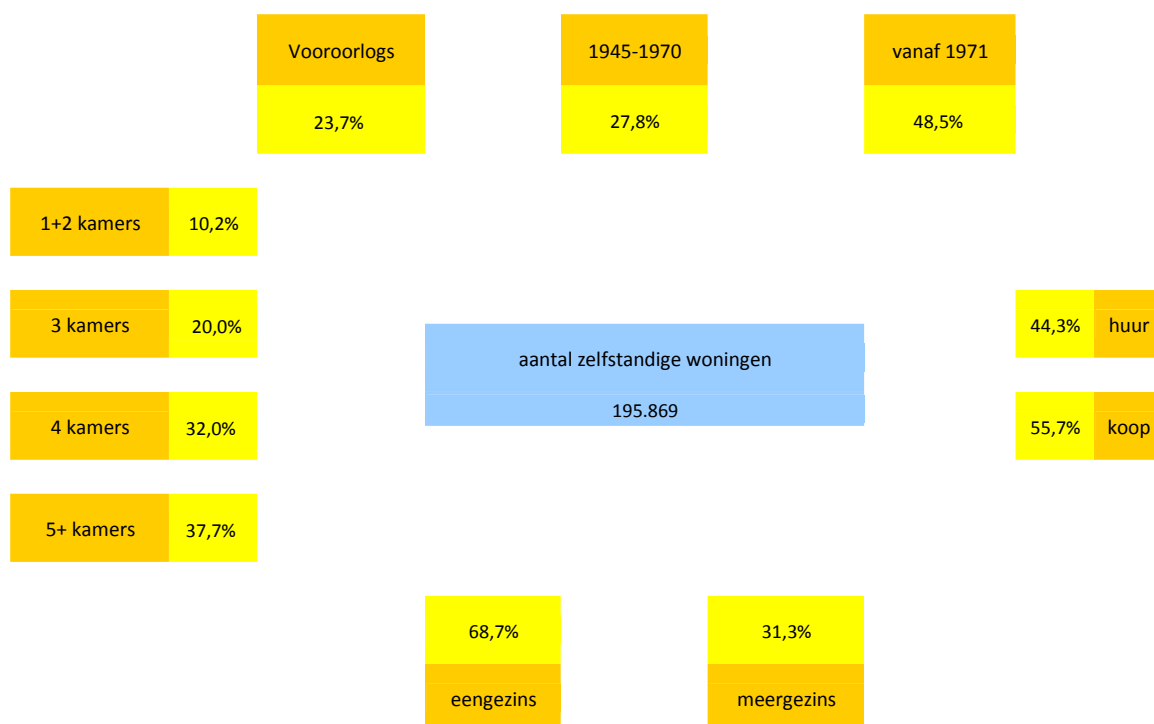
### **4.1 Kwantitatieve kenmerken van de woningmarkt**

In de regio Groningen-Assen is sprake van een kwantitatief en kwalitatief woningtekort. Kwantitatief in de zin dat de regio haar in overleg met het ministerie van VROM vastgestelde taakstelling (contingentering) niet haalt en kwalitatief doordat vraag en aanbod en de daarmee samenhangende prijsniveaus van woningen niet op elkaar aansluiten. Daarbij doen de grootste problemen zich voor in de stad Groningen. Oorzaak voor de achterblijvende woningproductie is een gebrek aan 'harde' plannen voor uitbreiding en veranderde cijfers in de woningbehoefte (Vastgoedrapport Groningen-Assen, 2008).

#### *4.1.1 Huidige woningvoorraad*

De woningvoorraad in de regio omvatte op 1 januari 2008 circa 196.000 wooneenheden. Dit is 43% van de voorraad van de provincies Groningen en Drenthe en een kleine 3% van de totale Nederlandse voorraad. Het inwonertal van de regio bedroeg op datzelfde moment bijna 450.000. De gemiddelde huishoudengrootte was zodoende 2,29. Dit getal is vrijwel gelijk aan het landelijk gemiddelde. Het aantal huishoudens is de laatste jaren vooral in het Groninger deel van de regio sneller gegroeid dan de woningvoorraad. Desondanks is er geen grote druk op de regionale woningmarkt ontstaan. Reden hiervoor is dat veel woningzoekenden woonruimte hebben gevonden buiten de reguliere woning-

markt, dat wil zeggen op de kamermarkt en in andere vormen van studentenhuisvesting. (ABF Research, 2007)



Figuur 4.1: Verdeling van de woningvoorraad in de regio Groningen-Assen op 1 januari 2008 (VROM/SysWov, 2008)

In bovenstaande figuur is te zien hoe de woningvoorraad in de regio is opgebouwd. De regio lijkt met deze verhoudingen een goede afspiegeling te vertonen van de totale Nederlandse voorraad. Zo geldt voor het Nederlandse totaalbeeld dat 21,2% van de voorraad vooroorlogs, 27,7% van 1945-1970 en 51,1% vanaf 1971 gebouwd is. Verder is de verdeling tussen koop en huur (56,6% tegenover 43,4%) vrijwel gelijk aan dat voor de regio en ook de verhouding tussen eengezins en meergezins verschilt niet noemenswaardig (71,1% tegenover 28,9%) met de regio Groningen-Assen.

Het gemiddelde prijsniveau van een woning in de regio Groningen-Assen lag in 2008 op €203.000. Daarmee lag het niveau 20,5% lager dan het landelijk gemiddelde (Vastgoedrapport Groningen-Assen, 2008). Recentere cijfers zijn niet beschikbaar, maar vanwege de huidige kredietcrisis zou dit percentage fors kunnen wijzigen. De woningmarkt is tot stilstand gekomen vanwege de gestegen rente en de terughoudendheid van financiële instellingen om leningen te verstrekken. Deze stagnatie op de woningmarkt komt dan ook zowel tot uiting aan de aanbodzijde (bouwers, ontwikkelaars) als de vraagzijde (beleggers, woningcorporaties, particulieren). De prijsdalingen die dit tot gevolg heeft bieden echter ook weer kansen voor starters op de woningmarkt en dragen bij aan de doorstroming. Voor dit onderzoek is het echter minder relevant om conjuncturele effecten te beschrijven. Belang-



rijker is om inzicht te krijgen in de structurele kenmerken van de regionale woningmarkt omdat woonwensen niet op (zeer) korte termijn gerealiseerd kunnen worden.

#### 4.1.2 Woningbehoefte tot 2020

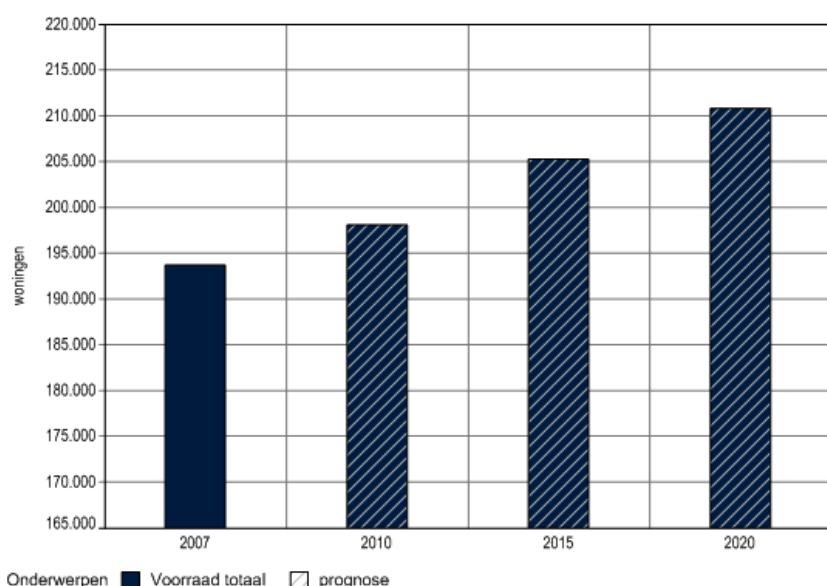
De woningbehoefte of woningvraag wordt grotendeels bepaald door demografische ontwikkelingen. Zoals in paragraaf 3.1 valt te lezen kunnen de volgende demografische componenten worden onderscheiden: natuurlijke aanwas (geboorte en sterfte), binnenlandse migratie (vestiging en vertrek) en buitenlandse migratie (immigratie en emigratie). Met name het saldo van de buitenlandse migratie is onzeker. Een andere demografische ontwikkeling is de individualisering van de samenleving. Mensen wonen langer alleen en het aantal alleenstaande ouderen neemt toe. Dit leidt tot een toename van het aantal eenpersoonshuishoudens en daarmee tot een daling van de gemiddelde huishoudengrootte. Daarnaast kan de woningbehoefte ook toenemen door een stijging van de welvaart. De hiervoor genoemde factoren vormen de uitbreidingsvraag. Een andere factor die de woningbehoefte beïnvloedt is de vervangingsvraag. Deze ontstaat door veroudering van het huidige woningbestand. Bij het begrip woningbehoefte dient overigens onderscheid te worden gemaakt tussen de subjectieve woningbehoefte (door woonconsumenten) en de normatieve woningbehoefte (naar het oordeel van de overheid als beleidsbepalende instantie). Niet iedere subjectieve woningbehoefte kan door de overheid erkend worden, zoals bijvoorbeeld de wens naar tweede woningen. Er kan dan ook beter gesproken worden van gewenste woningproductie in plaats van woningbehoefte. (Voogd, 2004)

Voor een raming van de gewenste woningproductie tot 2020 (de meeste modellen rekenen niet verder) zijn een aantal parameters van belang. Allereerst gaat het om de verandering in het aantal inwoners. Na correctie door de factor gezinsverdunding komt deze mutatie in het aantal inwoners tot uiting in een verandering in het aantal huishoudens. Deze factor is cruciaal voor het schatten van de woningbehoefte. Er wordt verondersteld dat het aantal woningen 1-op-1 dient toe te nemen met het aantal huishoudens. Volgens het prognosemodel Socrates dient te woningvoorraad van 2006 tot 2020 in de regio Groningen-Assen te groeien met 26.240 woningen (figuur 4.2). (ABF Research, 2007)

	2006-2012	2013-2020	Totaal 2006-2020
Stad Groningen	4990	6260	11240
Rest Regiovisiegebied Groningen	2870	4150	7010
Assen	1900	2270	4170
Rest Regiovisiegebied Drenthe	1710	2090	3800
Groninger deel Regiovisiegebied	7860	10410	18270
Drentse deel Regiovisiegebied	3610	4360	7970
Totaal Regiovisiegebied	11470	14770	26240

Figuur 4.2: Groei van de woningvoorraad per deelregio, 2006-2020 (Socrates, 2006)

Begin 2006 bestond de voorraad uit circa 192.000 woningen. Grofweg zou de woningvoorraad volgens het Socratesmodel in 2020 uit 218.000 woningen moeten bestaan. Het SysWov, een door het ministerie van VROM opgezet informatiesysteem met betrekking tot woningvoorraadmutaties, prognosticeert de gewenste woningvoorraad in 2020 echter op circa 211.000 woningen (figuur 4.3). Een aanzienlijk verschil van 7.000 woningen, terwijl in de prognose van Socrates al rekening was gehouden met een lagere instroom van buitenlandse migranten. Het verschil kan grotendeels verklaard worden daar het Socratesmodel de gewenste woningvoorraad becijfert aan de hand van de consumentenwensen. Het model confronteert vraag en aanbod en kwantificeert vervolgens tekorten of eventuele overschotten. SysWov daarentegen reconstrueert de woningvoorraadontwikkeling in het verleden en de ramingen van de toekomstige voorraad zijn vervolgens gebaseerd op extrapolatie van deze gegevens. Probleem is dat de voorraadontwikkeling in het verleden te laag was.



Figuur 4.3: Prognose woningvoorraad regio Groningen-Assen, 2007-2020 (SysWov, 2007)

Prognoses ten aanzien van bevolking en woningvoorraad zijn per definitie onzeker. Het verschijnsel bevolkingskrimp zal in de regio Groningen-Assen echter voorlopig niet zijn intrede doen. Duidelijk is daarom dat de woningvoorraad de komende jaren nog fors zal moeten groeien om aan de kwantitatieve consumentenvraag te kunnen voldoen.

#### **4.2 Kwalitatieve kenmerken van de woningmarkt**

In de navolgende paragrafen van dit hoofdstuk zullen de meer kwalitatieve aspecten van de regionale woningmarkt worden belicht. Het gaat dan vooral om het huidige aanbod aan woningtypen en



woonmilieus. In hoofdstuk 6 wordt dit aanbod getoetst aan de hand van de marktvraag onder kenniswerkers uit de regio Groningen-Assen. Alvorens hierop in te gaan zullen de begrippen wooneconomie en woonmilieu worden toegelicht.

#### 4.2.1 Wooneconomie

Niet alleen in de regio Groningen-Assen, maar landsbreed krijgt het kwantitatieve aspect van het wonen de meeste aandacht. Dit komt voort uit de naoorlogse jaren toen er sprake was van woningnood (zie paragraaf 1.4). Van belang in het huidige lokale en regionale beleid is vooral het halen van de taakstelling (contingentering) om vervolgens daarvoor de beloning te ontvangen in de vorm van subsidies van het rijk. Volgens Oprins (2006) volstaat een dergelijke kwantitatieve benadering niet meer, er wordt immers geen rekening gehouden met de wensen van bewoners. Zoals is gebleken uit de trendstudie in hoofdstuk 3 worden deze consumenten nou net veeleisender en is het daarom zaak het vraagstuk wonen op een kwalitatieve wijze te benaderen.

Het voorgaande grijpt terug op de in paragraaf 2.1 besproken planningtheorie. Een kwantitatieve aanpak sluit aan bij de technische-rationele benadering uit de jaren 1950 waarbij sprake is van eenvoudige doelen (contingentering) en een centrale sturing (vanuit het rijk). Door ondermeer economische en maatschappelijke trends is de context van planning echter complexer geworden en volstaat deze aanpak niet meer. De overgang van een technisch-rationele naar een marktgerichte en een communicatief-rationele benadering staat symbool voor een verschuiving van programmatisch rijksbeleid naar regionaal en gebiedsspecifiek beleid. Volgens de Roo (2006) dient niet het programma leidend te zijn, maar dient het vraagstuk (in casu wensen van de woonconsument) centraal te staan. "Deze vraagstukken zullen niet langer sectoraal worden opgelost, maar behoeven een integrale aanpak die wordt afgestemd op de lokale of regionale condities. Niet de generieke programma's maar het unieke van het vraagstuk doet er dan toe".

Eén van de concepten waarmee het kwalitatieve woningvraagstuk zou kunnen worden opgepakt is die van de wooneconomie. Wonen wordt in dat geval als een volwaardige economische functie gezien. De Roo (2006) ziet dit als "de in regio verankerde economie van alles wat met wonen van doen heeft, zoals het omarmen van de economie van productdiversificatie in het wonen, een ruim aanbod in diverse woningtypen, de ontwikkeling van woonlandschappen, versterken van een aantrekkelijke omgeving en promotie van de regio als woonregio. Marketing en planologie ontmoeten elkaar, zoals ook de bouwondernemer, het landschapsbeheer en het beleid van ecologie, water en lokale leefbaarheid elkaar zullen moeten vinden".



Wonen wordt in dat geval veel meer beschouwd als een competentie. Een kwaliteit die wordt ingezet als weloverwogen vorm van economische ontwikkeling (Oprins, 2006). Competenties zijn bijvoorbeeld rust, ruimte, water en groen. Het wooneconomieconcept veronderstelt dat de consument te verleiden valt om in Noord-Nederland (of meer specifiek de regio Groningen-Assen) te (komen) wonen. Het idee van een wooneconomie sluit dan ook aan bij een marktgerichte benadering van ruimtelijke planning waarbij – door middel van marketing - wordt ingespeeld op de wensen van de woonconsument, of meer specifiek de kenniswerkers.

In met name de zakelijke dienstverlening is er echter sprake van een spagaat voor veel hoogopgeleide werknemers. Enerzijds vindt men het wenselijk om in de drukke economische kernzones te wonen en te werken in de nabijheid van bedrijf en klant. Anderzijds is er de voorkeur om te wonen op een landelijke, rustige plek. Er ontstaat in deze wooneconomie hypothetisch gezien een situatie waarin het inkomen elders wordt verworven maar in het noorden wordt uitgegeven (van Zwieten en Elzinga, 2006).

Het ministerie van Verkeer en Waterstaat (2006) definieert een wooneconomie als volgt: "investeren in een hoge woonkwaliteit en daarmee bedrijven en hoogopgeleiden aantrekken die een bijdrage leveren aan economische ontwikkeling". Het gaat in deze wooneconomie dus om het uitbreiden van het woningbestand met aantrekkelijke woonconcepten, woningtypen en woonmilieus om zodoende werknemers en daarmee ook bedrijven te trekken, dan wel vast te houden. Wonen is in dit concept dus de belangrijkste vestigingsfactor. Uiteraard kunnen hier ook vraagtekens bij geplaatst worden omdat werk en inkomen wellicht een meer doorslaggevende vestigingsfactor is voor de in dit onderzoek relevante doelgroep kenniswerkers.

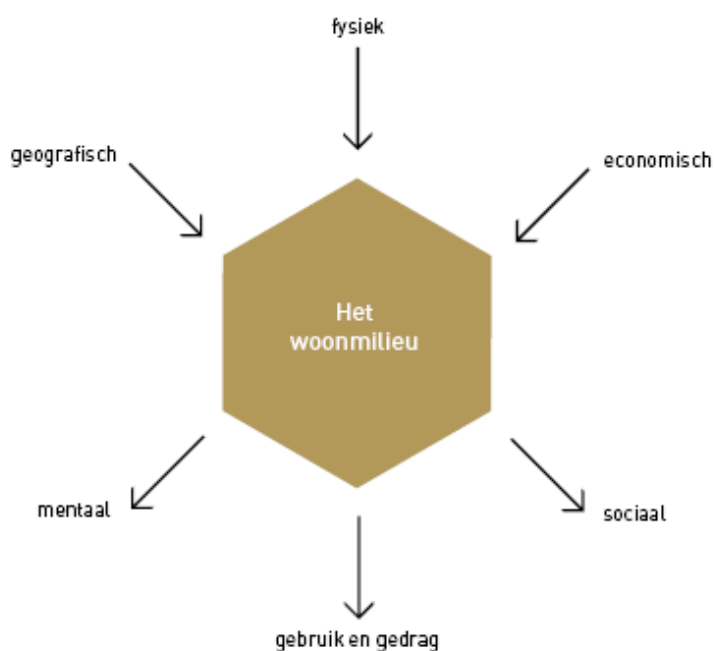
#### 4.2.2 Woonmilieu

Het begrip woonmilieu is inmiddels zijdelings al meermaals aan bod gekomen. Voordat het huidige aanbod aan woonmilieus in de regio Groningen-Assen wordt toegelicht is het van belang het begrip nader te definiëren en de verschillende woonmilieutyperingen aan te geven.

Het begrip woonmilieu is een algemene noemer om fysieke, sociale, culturele, economische, mentale, geografische en functionele kenmerken van woning en woonomgeving te duiden (figuur 4.4). Het gaat dan om objectieve gegevens als woningtype, bouwperiode, voorzieningen, hoeveelheid water en groen, bevolkingssamenstelling, werkloosheid, maar ook om meer subjectieve gegevens als woonbeleving en leefstijl (Ekkers, 2006). Onderzoeksinstituut OTB (1994) definieert een woonmilieu

als "het geheel van de woning, de woonomgeving en de beleving van deze omgeving door bewoners en beleidsmakers".

Het woonmilieu verwordt daarmee tot een containerbegrip. Duidelijk is wel dat wonen meer omvat dan de woning zelf. Het gaat om de omgeving en de omstandigheden waaronder gewoond wordt. Van Diepen en Arnoldus (2003: 11) spreken van een ruimtelijke *setting* die het geheel vormt van de eigenschappen van de omgeving die in verband staan met het wonen. "Het denken in termen van woonmilieus probeert de verschillende dimensies, en de processen die zich daarbij afspelen, in samenhang te vatten".



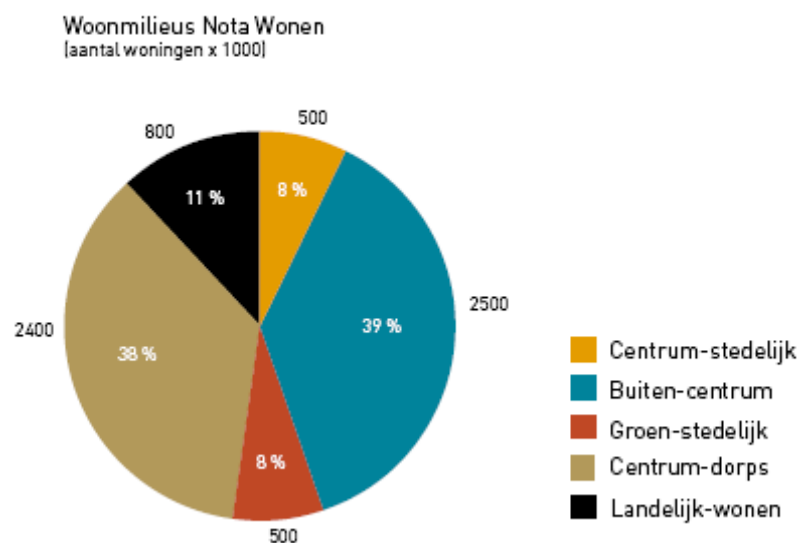
**Figuur 4.4:** De zes invalshoeken van de woonmilieuhexagoon (VROM, 2006)

Zoals ook besproken in paragraaf 2.5 van het theoretisch kader is de link tussen woonmilieu en leefstijl heel nadrukkelijk aanwezig. Echter, waar de woonmilieubenadering uitgaat van het bestaande aanbod aan woonmilieus, is de leefstijlbenadering actorgericht en past vanuit die optiek beter bij een vraaggestuurde woningmarkt. Leefstijlen worden gebruikt als marketinginstrument in de ruimtelijke ordening. De woning wordt benaderd als een consumptieproduct en de woonconsument staat centraal. Aanbieders van woningen zoeken naar interessante product-marktcombinaties waarbij een specifiek woonmilieu wordt gezien als het product waar de woonconsument naar op zoek is.

De bekendste woonmilieutypering die gehanteerd wordt is die van het WBO 1998. De typologie bestaat uit vier dimensies: dichtheid, bereikbaarheid, functiemenging en kwaliteit van de bebouwing. Deze dimensies leiden tot de volgende vijf woonmilieus:

1. Centrumstedelijk: historische binnensteden, centra van nieuwe steden en dergelijke;
2. Stedelijk buiten centrum: rondom centrum gelegen compact en monofunctioneel;
3. Groenstedelijk: monofunctioneel, uitbreiding aan de stad en groeikernen;
4. Centrumdorps: historische en nieuwe kernen, multifunctionele centra in kleinere kernen;
5. Landelijk wonen; lage bebouwingsdichtheid in een overwegend groengebied met weinig voorzieningen. (Ekkers, 2006)

In figuur 4.5 is in een cirkeldiagram de procentuele verdeling naar Nederlandse woonmilieus in 2000 gegeven. Op dat moment waren er in Nederland circa 6,7 miljoen woningen. Overigens worden er ook andere woonmilieutyperingen gehanteerd waarbij bijvoorbeeld onderscheid wordt gemaakt tussen stedelijk buiten het centrum vooroorlogs en naoorlogs. In andere indelingen worden daarnaast bijvoorbeeld landelijk bereikbaar en landelijk perifeer onderscheiden.

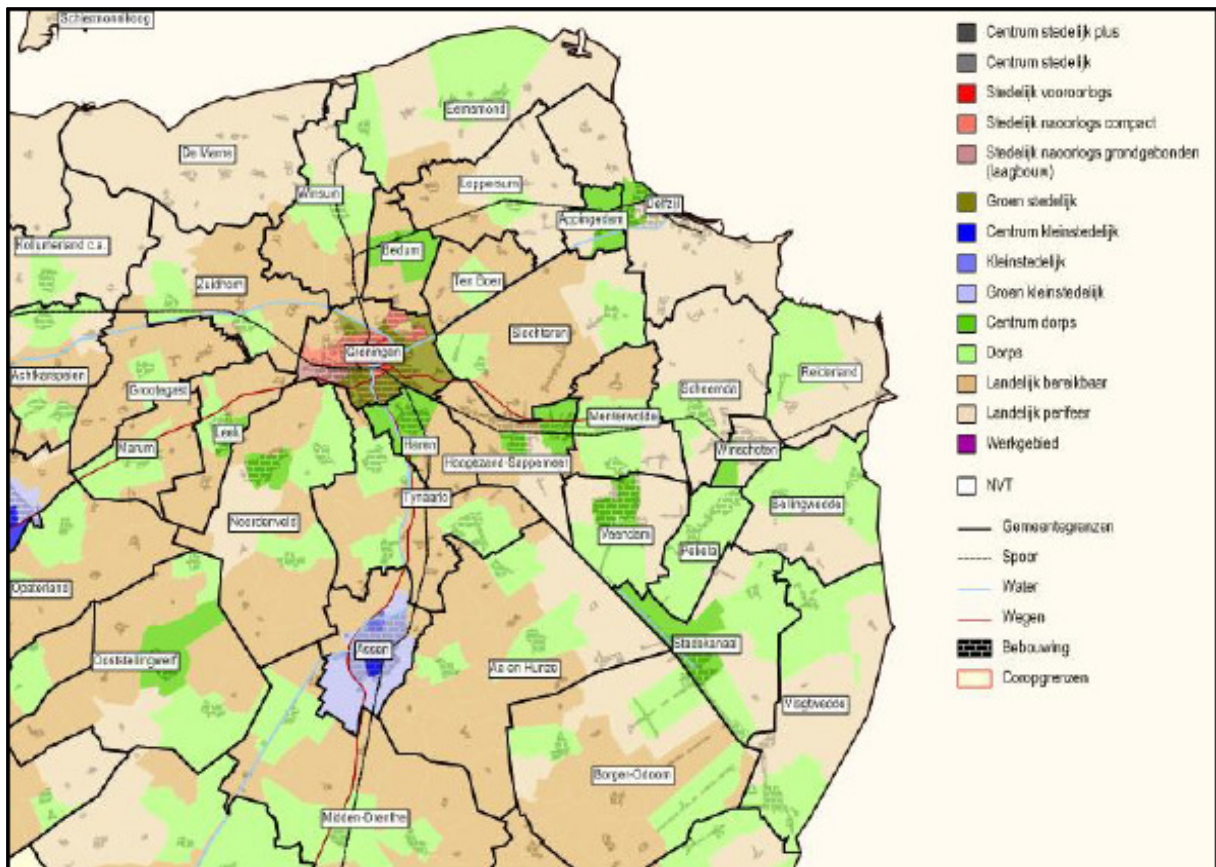


Figuur 4.5: Nederland ingedeeld in vijf typen woonmilieus (Nota Wonen, 2000)

#### 4.2.3 Aanbod van woningen en woonmilieus

Zoals in figuur 4.1 aangegeven telde de regio Groningen-Assen op 1 januari 2008 circa 196.000 woningen. Hiervan was 48% eengezins koop, 7% meergezins koop, 20% eengezins huur en 25% meergezins huur. Bijna eenderde van deze woningen had drie kamers of minder, eenderde had vier kamers en ruim eenderde had vijf of meer kamers. Circa een kwart van de woningvoorraad is vooroorlogs. Een verdere detaillering van het kwalitatieve woningaanbod geeft het WoON 2006 helaas niet.

De woonmilieus in de regio Groningen-Assen zijn overwegend '(centrum)dorps' of 'landelijk bereikbaar'. Deze woonmilieus in de zogeheten schakelgemeenten herbergen minder dan 13.000 huishoudens en hebben een woningdichtheid van minder dan 20 woningen per hectare. De gemeente Assen kent 'centrum- en groenkleinstedelijke' woonmilieus omdat het minder dan 27.500 maar meer dan 13.000 huishoudens telt. Groningen herbergt meerdere woonmilieus. Het historische centrum van de stad wordt aangeduid als een 'centrumstedelijk plus' woonmilieu. Plus staat hierbij voor het voorzieningenniveau dat als bovenregionaal kan worden beschouwd. Daarnaast herbergt Groningen 'groenstedelijke' en 'stedelijk buiten het centrum' (zowel voor- als naoorlogse) woonmilieus. De regio Groningen-Assen biedt in feite een divers aanbod aan woonmilieus. In figuur 4.6 is de spreiding van de woonmilieus in Noordoost-Nederland inzichtelijk gemaakt. In deze figuur wordt een gedifferentieerde indeling in dertien woonmilieus gehanteerd. (ABF Research, 2007)



Figuur 4.6: Woonmilieutypologie Noordoost-Nederland (ABF Research, 2007)

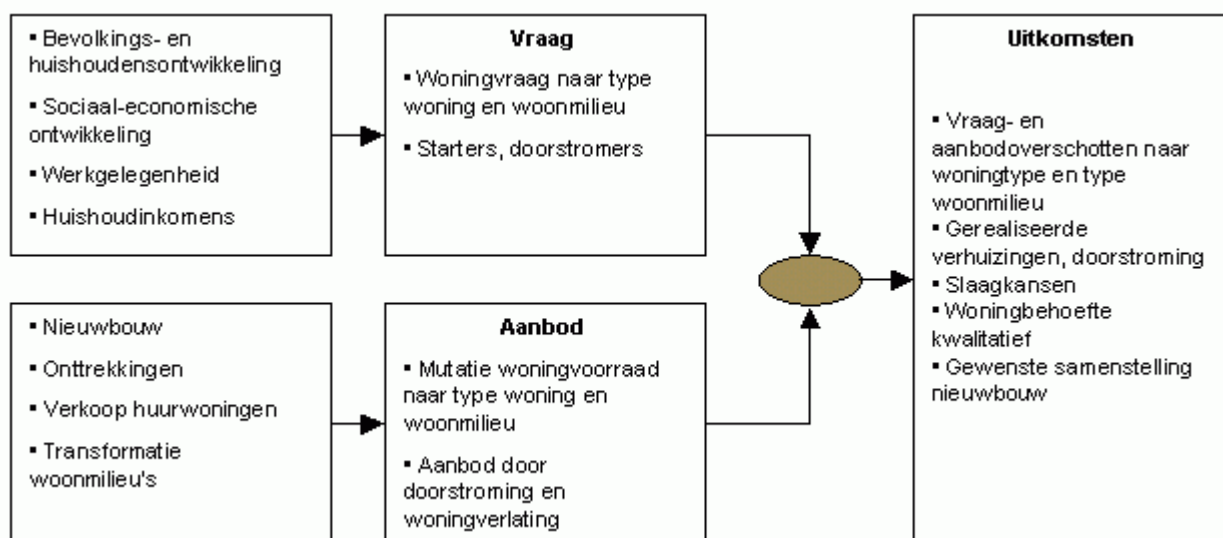
#### **4.3 Afzetmogelijkheden en onderscheidend vermogen van te ontwikkelen woonproducten**

Een volgende stap in deze regionale woningmarktanalyse is het in kaart brengen van de afzetmogelijkheden van de te bouwen woningen. Het gaat dan zowel om aantallen als soort woningen. Daarbij is het relevant te kijken naar het onderscheidend vermogen van deze woonproducten. De regio wil

immers woonconsumenten aantrekken en behouden en concurreert op dit vlak met andere woongebieden. De link met de in de theorie besproken marktgerichte planning en vastgoedmarketing zal in deze paragraaf dan ook worden gelegd. De uitkomsten van deze paragraaf zullen in hoofdstuk 6 getoetst worden aan de enquête die is uitgezet onder kenniswerkers in de regio Groningen-Assen omdat de cijfers van ABF Research geen inzicht geven in deze specifieke doelgroep.

#### 4.3.1 Afzetmogelijkheden

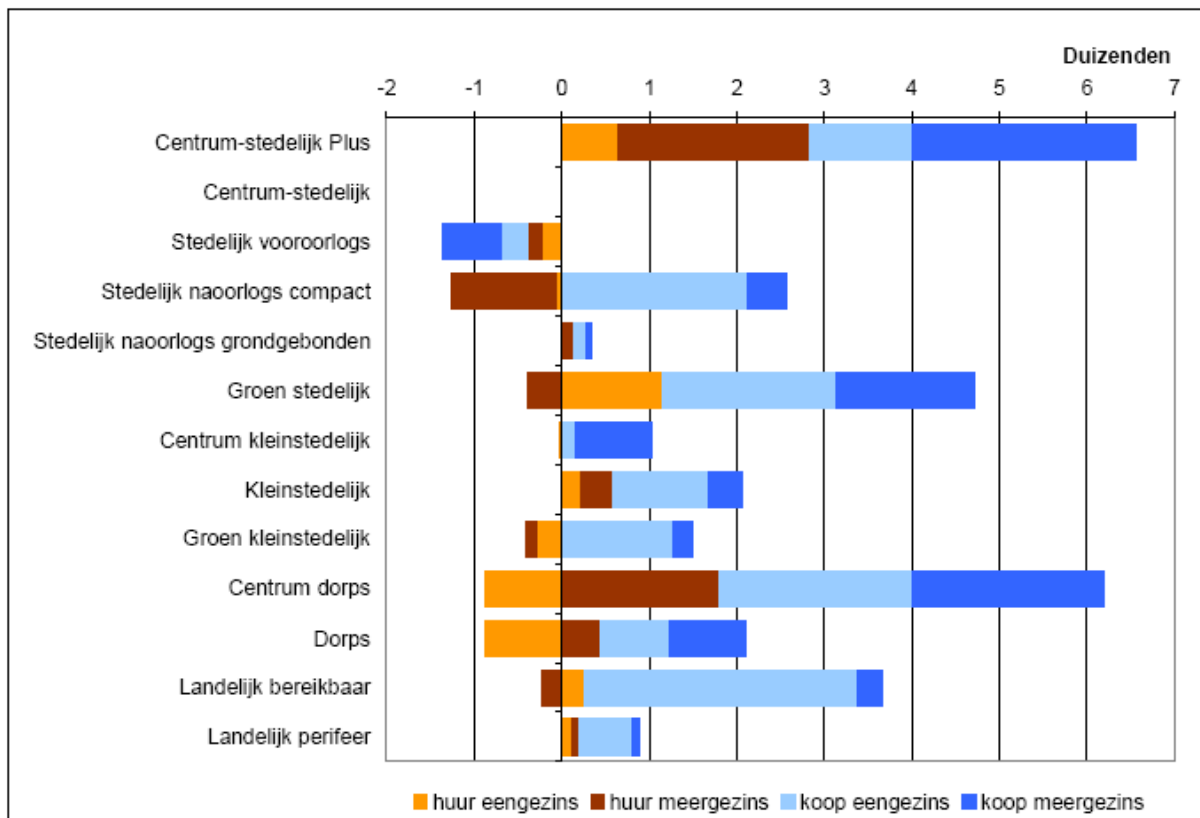
Om de gewenste toekomstige woningvoorraad - en daarmee de afzetmogelijkheden - van de te ontwikkelen woonproducten te beoordelen wordt gebruik gemaakt van het Socrates woningmarktsimulatiemodel. In figuur 4.7 is te zien wat de componenten van dit model zijn. Het model is een uiting van marktgerichte planning omdat het redeneert vanuit de wensen van de consument. Door afstemming van vraag en aanbod wordt een kwaliteitsslag gemaakt.



Figuur 4.7: Stappen in het Socrates woningmarktsimulatiemodel (VROM, 2009)

Een toekomstverkenning voor de regio Groningen-Assen van ABF Research (2007: 53) met behulp van Socrates leidt tot de conclusie dat jaarlijks tot 2015 in de stad Groningen behoefte is aan circa 1.200 woningen. Voor Assen geldt dat er jaarlijks 400 nieuwe woningen gebouwd kunnen worden en in alle overige gemeenten in het regiogebied tezamen is op jaarbasis behoefte aan circa 900 nieuwe woningen. Dat betekent dat er in totaal jaarlijks circa 2.500 nieuwe woningen bij moeten komen in het regiogebied tot 2015. Wel dienen er jaarlijks circa 700 verouderde woningen te worden gesloopt. Volgens het middenscenario dienen er dan ongeveer 1.800 woningen per jaar aan de voorraad te worden toegevoegd. Vermenigvuldiging van dit getal met veertien jaar (25.200 woningen tot 2020) komt redelijk overeen met de in paragraaf 4.1.2 genoemde gewenste groei van de voorraad met 26.240 woningen van 2006 tot 2020.

Variërend naar type woonmilieu worden verschillende woonproducten gevraagd (figuur 4.8). Vooral in het centrumstedelijk plus woonmilieu van de stad Groningen bestaat een grote woningvraag. Het gaat in dit woonmilieu voornamelijk om meergezins huur- en meergezins koopwoningen, oftewel appartementen. Verder bestaat er in de stedelijk naoorlogse en de groenstedelijke woonmilieus een forse vraag naar koopwoningen (zowel appartementen als rijtjes- en vrijstaande woningen). In de centrumdorps- en dorps woonmilieus lijken eengezins huurwoningen geen aftrek meer te vinden. Wel is er behoefte aan koopwoningen (zowel eengezins als meergezins) en huurappartementen.



Figuur 4.8: Gewenste per saldo toename van de woningvoorraad naar eigendom en woningtype per woonmilieu, 2006-2020 (ABF Research, 2007)

#### 4.3.2 Onderscheidend vermogen

Inmiddels is duidelijk wat de gewenste aantallen en typen woningen en woonmilieus zijn in de regio Groningen-Assen. Deze woonwensen zijn echter nog niet gespecificeerd naar de doelgroep kenniswerkers en bovendien vrij algemeen van aard. Woningen moeten behalve een gebruikswaarde en een belevingswaarde ook toekomstwaarde hebben. Deze trits is gevat onder de term ruimtelijke kwaliteit. Wanneer de ruimtelijke kwaliteit van een deel van de voorraad onvoldoende wordt bevonden, wordt verhuisgedrag in de hand gewerkt. Er moet dan ook sprake zijn van een zeker onderscheidend vermogen in het woningaanbod en de woonomgevingen om de woonconsument, maar

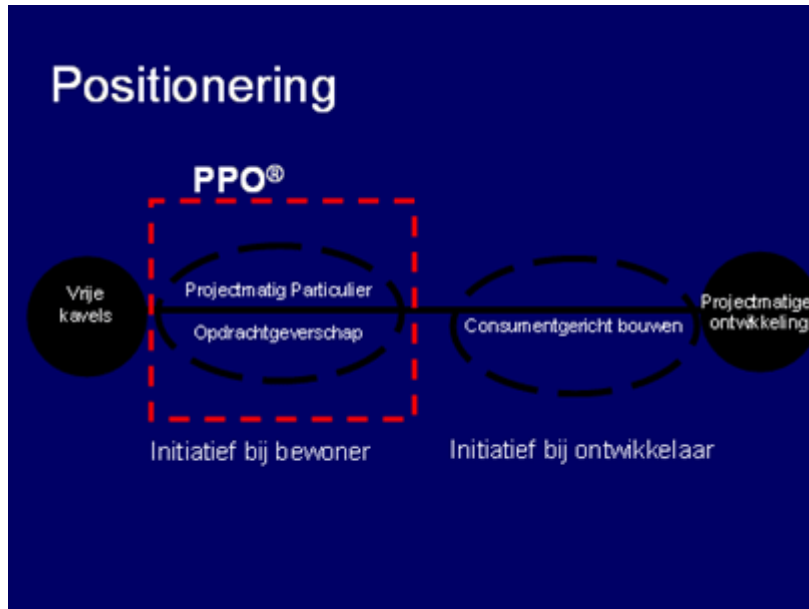
zeker de mobiele kenniswerker te verleiden of te behouden voor de regio. "Voor alle kenniswerkers geldt dat er voor hen aantrekkelijk onderwijs en werk-, woon- en leefmilieus aanwezig moeten zijn, luxe woonmilieus maar zeker ook goedkope en aanpasbare in een grote diversiteit. Die diversiteit is nu nog onvoldoende. Er moet daarom onder andere meer ruimte komen voor ongeplande ontwikkeling in de stad". (VROM-raad, 2004)

De VROM-raad geeft hiermee een aanzet tot de ontwikkeling van woonconcepten. Bij conceptontwikkeling wordt er gezocht naar de optimale vastgoedoplossing voor een locatie, rekening houdend met relevante trends en ontwikkelingen plus de wensen en eisen van de klanten (Sentel, 2008). Vastgoedmarketing is hierbij een onmisbaar instrument. De markt en de vraag moeten in beeld zijn om op het juiste moment, het juiste product, tegen de juiste prijs op de juiste locatie in een bepaalde markt te realiseren. Een van de trends is individualisering van de samenleving. Deze leidt tot een toenemend divergerende smaak, oftewel differentiatie. Zodoende ontstaat er ook een behoefte aan gedifferentieerde woonmilieus en specifieke woonconcepten. Een andere trend is dat de consument veeleisender wordt. De woningmarkt ontwikkelt zich van een aanbodgestuurde naar een vraaggestuurde markt. Ondermeer als gevolg van welvaartsgroei stelt de consument hogere eisen aan woning, woonomgeving en de woonbeleving.

Volgens het idee van de wooneconomie onderscheidt de regio Groningen-Assen zich vooral door de waarden rust, ruimte en groen. Deze eigenschappen komen terug in het lila-concept van de Roo (2006). Lila staat voor *living in leisure-rich areas* en typeert de specifieke planologie van Noord-Nederland. Volgens hem zouden wonen en *leisure* als volwaardige economische functies moeten worden beschouwd. Dit zou kunnen door productdiversificatie in het wonen, een ruim aanbod in diverse woningtypen, de ontwikkeling van woonlandschappen, versterken van een aantrekkelijke omgeving en promotie van de regio als woonregio. De regio Groningen-Assen zou zich verder kunnen onderscheiden van andere woonregio's door vernieuwende woonconcepten te ontwikkelen die duurzaam, futuristisch met bijzondere architectuur of op speciale locaties zijn gesitueerd.

Een voorbeeld van flexibiliteit, vernieuwing en productdiversificatie in het wonen bieden de projecten van KUUB. KUUB Centrum Particuliere Bouw begeleidt en adviseert particulieren bij de ontwikkeling van nieuwbouwlocaties. Toekomstige bewoners treden op als gezamenlijke ontwikkelaar van hun eigen woningen, hetgeen beter bekend staat als Projectmatig Particulier Opdrachtgeverschap (PPO). De vrijheid van particuliere kavelbouw wordt hierbij gecombineerd met de schaalvoordelen van projectmatig ontwikkelen. In tegenstelling tot consumentgericht bouwen, waarbij de ontwikkelaar initiatiefnemer is, ligt het initiatief bij de bewoners die participeren in een Vereniging Van Eigenaars.

naren (figuur 4.9). Voordelen van deze werkwijze zijn dat toekomstige bewoners invloed kunnen uitoefenen op de architectuur en de indeling van hun nieuwe woning. Daarnaast is er procesbegeleiding door KUUB en levert gezamenlijk ontwikkelen kostenvoordelen op. (KUUB, 2009)



Figuur 4.9: Positionering PPO (KUUB, 2009)

De werkwijze van KUUB biedt consumenten de mogelijkheid om hun woning binnen bepaalde marges (zoals het bouwbesluit) zelfstandig te ontwerpen en flexibel in te richten. Dit sluit aan bij de in de trends besproken ontwikkeling dat de consument veeleisender wordt en aanbieders van woonproducten meer rekening dienen te houden met haar woonwensen. De invulling van thuis wordt steeds individualistischer en is gebonden aan leefstijlen. De aanpak van KUUB biedt woonconsumenten de gelegenheid om de plaats, indeling en inrichting van de woning te bepalen. Met name voor kenniswerkers lijkt dit aantrekkelijk. Kenniswerkers vormen volgens de theorie een veeleisende doelgroep die mede afhankelijk van imago en beleving hun woning en woonlocatie bepalen. Bontje en Musterd (2005) concluderen echter dat het waarschijnlijk onmogelijk is alle woonconsumenten op hun wensen te bedienen. Grootschalige toepassing van de werkwijze van KUUB lijkt daarom een utopie. Niet iedereen is bijvoorbeeld kapitaalkrchtig genoeg. Het aanbieden van een palet aan passende woonmilieus op regionaal niveau is volgens hen een realistischer optie. Kenniswerkers lijken vanwege hun gemiddeld genomen gunstige inkomenspositie echter een niche in de markt te vormen voor een dergelijk vernieuwend woonconcept.



#### 4.4 Resumé

Geprobeerd is in dit hoofdstuk een bondige analyse te geven van de woningmarkt in de regio Groningen-Assen. De woningvoorraad bestond op 1 januari 2008 uit circa 196.000 woningen en zal naar verwachting in 2020 ongeveer 218.000 woningen herbergen. Er wordt dus nog een vrij forse groei van het inwonertal en het aantal huishoudens in de regio verwacht.

Concreet gezien zouden er in de regio Groningen-Assen jaarlijks 2.500 woningen bijgebouwd moeten worden om in de woningbehoefte te voorzien. Gemiddeld dienen er op jaarbasis circa 700 woningen te worden gesloopt waardoor de voorraad jaarlijks met ongeveer 1.800 woningen groeit. Er bestaat hoofdzakelijk behoefte aan woningen in de centrumstedelijke, stedelijk tegen het centrum en groenstedelijke woonmilieus van de stad Groningen. De woningbehoefte in de kleinstedelijke milieus van Assen is beperkt. Daarnaast bestaat er relatief gezien ook een forse woningvraag in de centrumdorpse woonmilieus. In de centrummilieus bestaat vooral vraag naar huur- en koopappartementen, voor de andere milieus geldt vooral een vraag naar eengezinskoopwoningen.

De nadruk op het kwantitatieve aspect van het wonen vanuit beleidsoogpunt zoals deze tot op heden de boventoon voert zal naar verwachting in de nabije toekomst verschuiven naar een meer kwalitatieve benadering. De consument bepaalt namelijk wat voor woningen en woonmilieus er in de toekomst ontwikkeld gaan worden. Voor de regio Groningen-Assen is het concept van de wooneconomie van belang. Hierbij wordt namelijk verondersteld dat de consument (in casu de kenniswerker) verleid kan worden om in de regio te komen of blijven wonen door het aanbieden van aantrekkelijke woonproducten. Of dit ook daadwerkelijk het geval is zal worden getoetst in hoofdstuk 6 aan de hand van een analyse van de enquêteresultaten afkomstig van kenniswerkers uit de regio Groningen-Assen. Een wooneconomiebeleid betekent volgens de theorie dat investeren in een hoge woonkwaliteit leidt tot het aantrekken van bedrijven en hoogopgeleiden die daarmee vervolgens een bijdrage leveren aan de regionale economische ontwikkeling.

Teruggrijpend op de theorie kan geconcludeerd worden dat bij de planning en ontwikkeling van toekomstige woonproducten geredeneerd moet worden vanuit de wensen van de consument. De woningvraag wordt door uiteenlopende leefstijlen en smaken wel steeds gedifferentieerder waardoor het vrijwel onmogelijk is aan alle woonwensen te voldoen. Het aanbieden van een aantal passende woonmilieus op regionaal niveau is daarom een meer pragmatische optie. Initiatieven als Projectmatig Particulier Opdrachtgeverschap bieden kapitaalkrachtige doelgroepen - zoals kenniswerkers - echter de mogelijkheid tot het naar eigen smaak en flexibel inrichten van de woning.



## Hoofdstuk 5 Regionale visie en samenwerking

### *Inleiding*

De regio Groningen-Assen is één van de zes gebieden die door het ministerie van VROM in de Nota Ruimte is aangewezen als nationaal stedelijk netwerk. Het ruimtelijk beleid van deze stedelijke netwerken richt zich op bundeling van economie, verstedelijking en infrastructuur. Achterliggende gedachte is dat samenwerkende gemeenten meer te bieden hebben dan ieder voor zich. De overige stedelijke netwerken zijn Randstad Holland, Brabantstad, Zuid-Limburg, Twente en Arnhem-Nijmegen. "Deze regio's zijn de belangrijkste grootstedelijke gebieden van Nederland, met de hoogste concentraties van bevolking, economische activiteiten, werkgelegenheid en culturele activiteiten". (VROM, 2006)

### **5.1 Achtergronden Regio Groningen-Assen 2030**

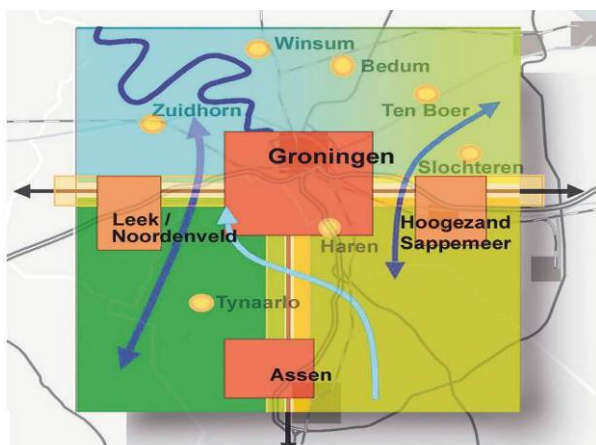
Regionale samenwerking is een voortvloeisel uit politiek-maatschappelijke en planningtheoretische transitie. Zoals in paragraaf 1.4.2 beschreven was er met de komst van de VINEX eind jaren tachtig van de vorige eeuw sprake van processen van deregulering, decentralisatie en privatisering. Dit betekende een overgang van nadrukkelijke centrale sturing vanuit de rijksoverheid naar decentrale sturing op gemeentelijk, provinciaal én regionaal niveau. Daarmee kwamen ook nieuwe planningtheoretische benaderingen op zoals de marktgerichte planning (figuur 2.4).

In 1996 is een vrijwillig samenwerkingsverband gestart waarbij over bestuurlijke grenzen tussen gemeenten en provincies wordt heen gekeken. Dit samenwerkingsverband is verder gegaan onder de naam 'Regio Groningen-Assen 2030'. Deelnemers aan de regio zijn de provincies Drenthe en Groningen en de gemeenten Assen, Bedum, Groningen, Haren, Hoogezand-Sappemeer, Leek, Noordenveld, Slochteren, Ten Boer, Tynaarlo, Winsum en Zuidhorn. 2030 vormt de tijdshorizon tot waar het beleid is vastgesteld. De samenwerking in Groningen en Drenthe is begonnen vanuit een regionale problematiek die vooral betrekking had op het gebied van wonen, werken en mobiliteit. Op deze terreinen is de afgelopen jaren vooral ingezet, resulterend in een verdeling van woningbouwtaakstellingen en het realiseren van gemeente- en provinciegrensoverschrijdende woningbouwlocaties. Om de regionale samenwerking gestalte te geven is een samenwerkingsconvenant opgesteld met daarin afspraken over de hoofdlijnen van de samenwerking, de organisatie, de uitvoering, de financiële aspecten, de evaluatie, de monitoring en de vervolgactiviteiten. Dit bindende document vormde de basis voor

een inhoudelijke toekomstvisie voor de regio op het gebied van wonen, werken, bereikbaarheid en landschap die door de deelnemers is vastgelegd in de 'regiovisie'. (Regio Groningen-Assen, 2009)

### 5.1.1 De rol van de regiovisie

De regiovisie is een strategisch ruimtelijk ontwikkelingsplan tot 2030 dat nader uitgewerkt is met kwalitatieve en kwantitatieve doelstellingen. Omdat de wereld steeds blijft veranderen (zie trendanalyse hoofdstuk 3) dient er steeds antwoord te worden gevonden op nieuwe vragen. De regiovisie wordt daarom om de paar jaren geëvalueerd en geactualiseerd. Deze regiovisie is geen ruimtelijk plan in de zin van de Wet Ruimtelijke Ordening, maar een samenwerkingsprogramma van de regionale overheden om te komen tot regionale ontwikkeling met behoud van de aanwezige kwaliteiten. "In de regiovisie geven de samenwerkingspartners hun visie op de ontwikkeling van de regio die zijn neerslag krijgt in plannen van provincies, gemeenten en waterschappen. De visie zal leiden tot investeringsbeslissingen bij marktpartijen en vele maatschappelijke organisaties. Indien het gedachtegoed van de regiovisie wordt vertaald in provinciale omgevingsplannen en structuurplannen, dan worden uiteraard de wettelijk vereiste milieu- en ruimtelijkeorderingsprocedures doorlopen". (Regio Groningen-Assen, 2004)



Figuur 5.1 De T-structuur van de regio Groningen-Assen (Regio Groningen-Assen, 2006)

Eén van de speerpunten van het regionale beleid is de keuze voor bundeling van verstedelijking volgens een T-structuur (figuur 5.1). Wonen, werken en mobiliteit in de regio dient zich te concentreren langs de infrastructuurassen A7 en A28 (de 'T') die als ontwikkelingscorridors van de regio beschouwd kunnen worden. "De keuze voor bundeling van het wonen en werken op de T-structuur is ingegeven door het zoveel mogelijk behouden van gebiedskwaliteiten die be-

trekking hebben op natuur en landschap. Zo worden de twee hoofddoelen van de regiovisie - economische ontwikkeling en behoud en versterking van gebiedskwaliteit - zo goed mogelijk zichtbaar". Een ander speerpunt is ervoor te zorgen dat de regio Groningen-Assen een koppeling vormt tussen de Europese kernzone, waar de Randstad deel van uitmaakt, en Noord-Europa. Daarmee vervult de regio een 'schrugnende' functie voor de Randstad. Kenmerken van de regio zouden moeten zijn de "waarde van de regio als kenniscentrum en laboratorium in combinatie met ontspannen groene stedelijkheid". (Regio Groningen-Assen, 2004)



## **5.2 Het belang van de kenniseconomie in de regio**

In 2006 was volgens het CBS bijna eenderde van de werkzame personen in Nederland hoogopgeleid (d.w.z. in het bezit van een hbo- of wo-diploma). In de regio Groningen-Assen ligt dit percentage aanmerkelijk hoger. Bijna de helft van de beroepsbevolking (alle personen van 15-65 jaar die tenminste twaalf uur per week kunnen of willen werken) in de regio heeft een hoog onderwijsniveau genoten. Eén van de oorzaken is de aanwezigheid van de *Rijksuniversiteit Groningen* als grote kennisverschaffer én werkgever. In het beleid van de regio Groningen-Assen is dan ook aandacht voor kennisintensieve werkgelegenheid. Naast traditionele economische mogelijkheden op het gebied van industrie, handel en transport liggen er volgens de Stuurgroep Regiovisie Groningen-Assen (2004) kansen op het gebied van hoogwaardige dienstverlening. Het gaat dan om ICT, zorg en een sterk energiegeërelateerde kennis- en industriecluster, bekend onder de naam 'Energy Valley'. Een andere kennisintensieve groeisector is de biomedische technologie. Vanuit het oogpunt van regiomarketing past deze economische strategie bij de doelstelling van de regio Groningen-Assen om te komen tot duurzame (economische) ontwikkeling met behoud van gebiedsspecifieke kwaliteiten als rust, ruimte en natuur. De regio tracht zich met deze combinatie te onderscheiden van andere gebieden.

Uit een studie van het RPB uit 2004 blijkt dat in een kenniseconomie de regio en geografische nabijheid van groot belang zijn. Kennisoverdracht is namelijk gebonden aan menselijke interactie. Het schaalniveau van de regio blijkt vanwege deze interacties ideaal te zijn voor een kenniseconomie omdat kennisrelaties gemeentegrensoverschrijdend zijn. Kennis wordt namelijk via regionale netwerken overgedragen. Uit datzelfde onderzoek komt naar voren dat "regio's en de veronderstelde ruimtelijke regimes waarin het bedrijfsleven sterk is gericht op hoogopgeleide en ICT-gevoelige werknemers met een hoge mate van sociaal kapitaal, beter presteren dan gebieden waar deze groep kenniswerkers ontbreekt". (RPB, 2004: 124) Met sociaal kapitaal wordt het communicatieve vermogen om met andere mensen om te gaan bedoeld. Vanwege de aanwezige kennisinstellingen in de regio Groningen-Assen is er dus een grondslag aanwezig om te investeren in de kenniseconomie.

De verwachting is dat van 2006 tot 2030 in de regio grofweg 60.000 nieuwe arbeidsplaatsen worden gecreëerd. Dit is gebaseerd op een economische groei van circa twee procent per jaar<sup>10</sup>. Een groot deel van deze nieuwe arbeidsplaatsen zal dienstverlenend en daarmee veelal kennisintensief van aard zijn. De productiefactoren arbeid en kennis worden voor bedrijven steeds belangrijker om zich ergens te vestigen. Volgens de regionale trendanalyse van Berenschot (2008) wordt de aansluiting op

---

<sup>10</sup> Deze cijfers zijn ramingen uit de sociaal-economische monitor ETIN van de regio Groningen-Assen uit 2006. Wellicht dat een meer actuele raming vanwege de kredietcrisis en de gevolgen hiervan een ander beeld laat zien.

kenniswerkers dan ook steeds belangrijker. De aanwezigheid van de *Rijksuniversiteit Groningen* en de Hanzehogeschool in de regio dragen bij aan haar innovatiekracht en concurrentiepositie. De regio Groningen-Assen is echter minder technisch georiënteerd dan bijvoorbeeld Brabantstad (met Eindhoven als *Brainport*) en Twente met hun technische universiteiten en daaraan gelieerde werkgelegenheid. Afgestudeerde studenten uit de regio Groningen-Assen hebben geen uitgesproken economische specialisatie. Studenten verlaten vaak na afloop van hun studie het noorden omdat de lokale arbeidsmarkt te klein is en niet biedt wat ze zoeken. Synergieën tussen brede universiteiten (zoals de RUG) en bedrijfsleven komen vaak moeizaam tot stand omdat deze universiteiten niet op het bedrijfsleven zijn gericht. (Van Winden, 2007)

Uit de trendanalyse van Berenschot (2008) komt verder naar voren dat de regio zich wel bewust is van het belang van kennisinstellingen, maar geen specifiek beleid voert gericht op de aansluiting bij kennisinstellingen of op het behouden van hoogopgeleiden. De regio Groningen-Assen wil echter wel van waarde zijn als kenniscentrum en zal hiervoor dan ook de nodige voorwaarden moeten creëren. Woning en woonomgeving zijn daarbij van groot belang. In paragraaf 5.3.2 zal hier nader op worden ingegaan. Of kenniswerkers afwijkende woonwensen hebben of niet wordt getoetst in het volgende hoofdstuk.

### **5.3 Regionaal woonbeleid**

Planning op het gebied van woningbouw is één van de aanleidingen geweest om te komen tot intergemeentelijke en -provinciale samenwerking in de regio Groningen-Assen. Concreet ging het daarbij om een verdeling van woningbouwtaakstellingen en het realiseren van gemeente- en provinciegrensoverschrijdende woningbouwlocaties. De regio heeft als doelstelling voor alle huishoudens een gevarieerd aanbod aan woningen en woonomgevingen aan te bieden. "Zo'n gevarieerd aanbod bestaat bijvoorbeeld uit kleine en grote woningen, woningen voor hoge en lage inkomens, koopwoningen en huurwoningen, woningen geschikt voor ouderen en voor jongeren, woningen dichtbij de voorzieningen in de stad en in het groene buitengebied". (Regio Groningen-Assen, 2004)

Voogd (2004: 148) geeft een aantal argumenten ten faveure van regionale samenwerking op het gebied van volkshuisvesting:

- "de schaalvergroting van ruimtelijke processen: een woningzoekende is vaak op zoek naar een woning in zowel zijn eigen als aangrenzende gemeenten;
- de aanwezigheid van specifieke regionale afstemmingsproblemen: het leveren van maatwerk op de pluriforme woningvraag is op regionale schaal beter mogelijk;



- de toenemende complexiteit van het volkshuisvestingsbeleid leidt ertoe dat dit beleid in een breder kader geplaatst moet worden: het regionale schaalniveau biedt een adequaat integratiekader".

In het achterhoofd dient te worden gehouden dat de regionale samenwerkingsvorm hier vrijwillig van aard is. Er is bewust niet gekozen voor een WGR-plus (Wet Gemeenschappelijke Regelingen) verband. Dit is een verplichtende samenwerkingsvorm tussen gemeenten met een verplichte uitvoering (VROM, 2009). Discussies over gemeentelijke herindelingen in de regio Groningen-Assen zijn in het verleden namelijk zeer moeizaam verlopen. Wel zijn er in het kader van allerlei subsidieregelingen van rijkswege afspraken gemaakt over een verdeling van de aantallen te bouwen woningen per gemeente. Een voorbeeld van een dergelijke regeling is het Besluit Locatiegebonden Subsidies (BLS) dat bedoeld is om de woningproductie op gang te brengen. Tot op heden is het woningbouwbeleid in de regio Groningen-Assen dan ook vooral kwantitatief van aard geweest.

Uit een in een opdracht van de regio Groningen-Assen uitgevoerd onderzoek door KAW uit 2005 komen vier belangrijke woningbouwopgaven voor de toekomst naar voren:

1. Realisering van de taakstelling (kwantiteit);
2. Meer differentiatie in het woningaanbod (kwaliteit);
3. Sterke steden in een vitale regio (sociaal-demografisch);
4. Ruimtelijke kwaliteit (architectuur, stedenbouw en landschap).

Het voert te ver om deze punten hier afzonderlijk toe te lichten. Duidelijk is wel dat de aandacht in het beleid langzaam verschuift naar de kwalitatieve aspecten van het wonen. De regio wil een hoogwaardig woonwerkgebied worden met meer huizen, maar minder ruimtegebruik. Daarnaast wordt woningbouw meer als een gebiedsopgave opgevat. "De afgelopen periode is gebleken dat meer aandacht nodig is voor bijvoorbeeld het bergen van water, het perspectief voor de landbouw, maar ook voor het investeren in het landschap voor toekomstige woningbouw. Vanuit deze context zet de stuurgroep in op de regionale projecten Regiopark en het voorinvesteren in het landschap voor toekomstige woningbouw". (Regio Groningen-Assen, 2004)

### *5.3.1 Regionale afstemming*

Afstemming lijkt het toverwoord als het gaat om regionale samenwerking. De gedachte achter de nationaal stedelijke netwerken uit de Nota Ruimte is dat samenwerkende gemeenten (en provincies) meer te bieden hebben dan wanneer iedere gemeente haar eigen beleid uitvoert. Op deze manier kunnen per gemeente of deelgebied de sterke punten van de regio worden benut. De regio Gronin-

gen-Assen heeft met haar T-structuur gekozen voor een bundeling van verstedelijking langs infrastructuurassen en het benutten van de landschappelijke kwaliteiten daarbuiten. Door woningbouw te concentreren in en rond Groningen, Assen, Hoogezand-Sappemeer en Leek/Roden wil men natuur en landschap in bijvoorbeeld Noord-Drenthe ontzien. Afstemming op het gebied van woningbouw vindt vooral plaats als het gaat om aantallen te bouwen woningen per locatie. Kwalitatief gezien is vastgelegd welke woonmilieus waar gerealiseerd zouden kunnen worden (figuur 5.2). Of dit aansluit op de wensen van kenniswerkers uit de regio wordt in hoofdstuk 6 getoetst.

	Groningen/ Haren	Assen	Leek/ Roden	Hoogezand- Sappemeer	schakelgemeenten en hoofdkernen Drenthe
centrum stedelijk plus	++				
vooorlogs	++	+			
naoorlogs compact	++	+			
naoorlogs grondgebonden	++	++			
groen-stedelijk	++	++	++	++	
klein-stedelijk (groen)		++	++	++	
centrum-dorps			++	++	++
landelijk wonen					++

Figuur 5.2: Verdeling kwalitatieve woningbouwopgave na 2010 (Regiovisie Groningen-Assen 2030, 2004)

### 5.3.2 Regionale vestigingsvoorwaarden

Het creëren van de ideale randvoorwaarden voor de vestiging van de specifieke doelgroep kenniswerkers is complex en niet volledig beïnvloedbaar. Volgens Berenschot (2008) zijn kenniswerkers flexibel, communicatief vaardig en dynamisch en trekken zij dienstverlenende bedrijven aan. Ze worden aan een regio gebonden door onder andere een bepaalde woonomgeving. Maar deze is volgens Berenschot niet leidend, er moet ook voldoende kans zijn op een baan. Bontje en Musterd (2005) draaien het om door te stellen dat het bij creatieve kennissteden meer nog dan om aantrekkelijke vestigingsvoorwaarden voor bedrijven, het draait om een aantrekkelijk woon- en leefklimaat voor het creatieve talent (de kenniswerker) waarvan de economie het moet hebben. De aanwezigheid van een kwalitatief hoogwaardige en kwantitatief voldoende grote woningvoorraad is daarbij van doorslaggevende betekenis. Hierbij dient aangetekend te worden dat het onderzoek van Bontje en Musterd van toepassing is op Amsterdam en het onderzoek van Berenschot over de regio Groningen-Assen gaat. Wat de belangrijkste specifieke voorwaarden voor noordelijke kenniswerkers zijn om te (blijven) wonen in de regio Groningen-Assen wordt beoordeeld in hoofdstuk 6 aan de hand van de eerdergenoemde enquête.



## 5.4 Resumé

De samenwerking in de regio Groningen-Assen is in 1996 ontstaan en is uitgegroeid tot een vrijwillig samenwerkingsverband tussen de provincies Groningen en Drenthe en twaalf hierbinnen gelegen gemeenten. In de regiovisie zijn inhoudelijke ambities geformuleerd op het gebied van wonen, werken, bereikbaarheid en landschap. De regio is in de Nota Ruimte aangewezen als één van de zes nationaal stedelijke netwerken in Nederland. Dit zijn de gebieden met de hoogste concentraties bevolking, economische activiteiten, werkgelegenheid en culturele activiteiten.

Met de keuze voor verstedelijking langs de infrastructuurassen A7 en A28 (T-structuur) wordt gekozen voor een bewuste scheiding van stad en land. Achterliggende gedachte is dat de kerncompetenties van het gebied zo het best worden aangewend. Economische activiteiten worden gebundeld in de kernzone, daarbuiten is er aandacht voor natuur- en landschapsontwikkeling. "Zo worden de twee hoofddoelen van de regiovisie - economische ontwikkeling en behoud en versterking van gebiedskwaliteit - zo goed mogelijk zichtbaar". Om beide hoofddoelen waar te maken is een balans nodig tussen economie, bereikbaarheid en leefbaarheid. Bedoeling is deze balans te behouden, ook als de dynamiek in de regio toeneemt.

Naar verwachting groeit de economie in de regio tot 2030 met circa twee procent per jaar. Op het gebied van werkgelegenheid ziet de regio met name kansen in de kenniseconomie. Bijna de helft van de beroepsbevolking is immers hoogopgeleid. Het gaat dan om sectoren als ICT, zorg, energie en biomedische technologie. Vanuit het oogpunt van regiomarketing en profilering past deze economische strategie bij de doelstelling van de regio Groningen-Assen om te komen tot duurzame ontwikkeling met behoud van gebiedsspecifieke kwaliteiten als rust, ruimte en natuur. De regio tracht zich met deze combinatie te onderscheiden van andere gebieden. Om kenniswerkers te behouden voor of te trekken naar de regio dienen voldoende (kwantitatief) en aantrekkelijke woningen en woonmilieus (kwalitatief) te worden ontwikkeld. De uitgesproken kwantitatieve doelstellingen zijn hierbij echter meer concreet dan de kwalitatieve. Verder is het creëren van de ideale randvoorwaarden voor de vestiging van de specifieke doelgroep kenniswerkers complex en niet volledig beïnvloedbaar. Alleen het aanbieden van aantrekkelijke woongelegenheden is niet voldoende, er moet vooral ook een redelijke kans bestaan op het vinden van een aantrekkelijke baan. In het navolgende hoofdstuk worden de woonwensen van kenniswerkers nader geanalyseerd aan de hand van een enquête onder medewerkers en studenten van noordelijke kennisinstellingen.



## Hoofdstuk 6 Enquêteresultaten: effecten kenniseconomie op woonwensen

### *Inleiding*

In februari 2009 is een woonwensenenquête verspreid onder medewerkers en studenten van de Rijksuniversiteit Groningen (RUG) en medewerkers van het Universitair Medisch Centrum Groningen (UMCG). Bedoeling van deze enquête was om een beeld te krijgen van de woonwensen onder kenniswerkers (hoogopgeleiden) uit de regio Groningen-Assen. In dit hoofdstuk zullen deze woonwensen worden geïnventariseerd. Daarnaast zullen ze worden getoetst aan het theoretisch kader en aan de uitkomsten van het Woon Onderzoek Nederland 2006 (WoON). In dit hoofdstuk wordt eerst een korte toelichting gegeven op de enquête, de analyse en de methodiek om vervolgens de resultaten toe te lichten.

### **6.1 Enquêteontwerp**

De verwachting is dat woningbouw in de nabije toekomst verschuift van een aanbod- naar een vraaggeoriënteerde activiteit. Woonwensen liggen hierdoor op een hoger niveau dan vroeger. De enquête moet meer inzicht geven in deze woonwensen. Daarbij is de centrale vraag of kenniswerkers andere woonwensen hebben dan de gemiddelde Nederlander uit het WoON. De enquête is opgebouwd via de volgende vraagcategorieën: persoonlijk, woonplek, woonsituatie, woningtype, woonomgeving en woonmilieu. In bijlage A is de uitgebreide enquête te vinden.

#### *6.1.1 Methodiek*

Volgens Flowerdew en Martin (1997) zijn er drie soorten data die afgeleid kunnen worden uit enquêtes. Data die classificeert, data die gedrag weergeeft en data die relateert aan houdingen, meningen en inzichten. De data is met het *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS 16.0) geanalyseerd om conclusies te kunnen trekken. Bij de verwerking van de data is vooral gebruik gemaakt van beschrijvende statistiek. Het gaat dan om procentuele voorkeuren voor bijvoorbeeld type woning of woonmilieu. Daarnaast is er ook gebruik gemaakt van verklarende statistiek met behulp van logistische regressieanalyse. Aan de hand van logistische regressie kan gekeken worden wat de invloed van één of meerdere onafhankelijke variabelen (bijvoorbeeld opleidingsrichting) is op een afhankelijke variabele (bijvoorbeeld woonlocatiekeuze). Deze techniek wordt gebruikt wanneer de afhankelijke variabele uit twee categorieën bestaat. De variabele is dan binair (men kiest wel of niet voor een bepaald woonmilieu). Bij logistische regressieanalyse worden de samenhangen tussen deze afhanke-



lijke variabele en de afzonderlijke onafhankelijke variabelen en eventuele interacties daartussen, uitgedrukt in onderlinge kansen voor de binnen de onafhankelijke variabelen onderscheiden categorieën (Boumeester, 2004). Logistische regressie is enkel van toepassing op nominale variabelen, dat wil zeggen een variabele waarbij geen sprake is van een rangorde. In bijlage B is meer te vinden over de werking van logistische regressieanalyse.

### 6.1.2 Steekproefgrootte en respons

De respondenten uit dit onderzoek zijn gekozen door twee noordelijke kennisinstellingen te selecteren in de veronderstelling hier relatief veel (potentiële) kenniswerkers te kunnen bereiken. Het selectie criterium was daarbij het opleidingsniveau (hbo of universitair). Onderscheid is gemaakt naar achtergrond (student of medewerker), geslacht, leeftijd, huishoudensituatie, inkomen en opleidingsrichting. De enquête is digitaal afgenomen via e-mail. Deelnemers kregen een link toegezonden naar de enquête. Voordeel hiervan was dat respondenten op ieder gewenst tijdstip de enquête konden invullen. Eventueel nadeel was dat het aandeel jongeren dat de enquête in zou vullen oververtegenwoordigd zou kunnen zijn. De totale populatie bedroeg circa 40.000, waarvan ongeveer 25.000 studenten en 15.000 medewerkers. Uiteindelijk is de enquête 1.996 keer ingevuld. De respons bedroeg aldus  $\pm 5\%$ . Van de 1.996 ingevulde enquêtes zijn uiteindelijk 1.555 (netto respons) overgebleven. De overige 441 voldeden niet aan het selectie criterium (opleidingsniveau hbo of universitair) of waren onjuist of onvolledig ingevuld.

De vereiste grootte van een steekproef wordt bepaald door de gekozen (on)nauwkeurigheid. Uitgegaan wordt van een betrouwbaarheidsniveau van 95%, oftewel een onnauwkeurigheid van 5%. Dit betekent dat wanneer 50% van de respondenten aangeeft verhuisgeneigd te zijn met 95% zekerheid kan worden aangenomen dat tussen de 45% en 55% van de respondenten dit ook daadwerkelijk is. In figuur 6.1 is te zien dat de minimale steekproefgrootte 384 dient te bedragen. Dit aantal is ruimschoots overtroffen.

$$z * \sqrt{p^2 / n} = \text{onnauwkeurigheid}$$

$$1,96 * \sqrt{(2500 / n)} = 5$$

$$n = 384$$

$z$  = betrouwbaarheid (de waarde van een standaard normaal verdeelde variabele bij een bepaalde zekerheid. Bij een betrouwbaarheid van 95% hoort een  $z$ -waarde van 1,96)

$p$  = 50%

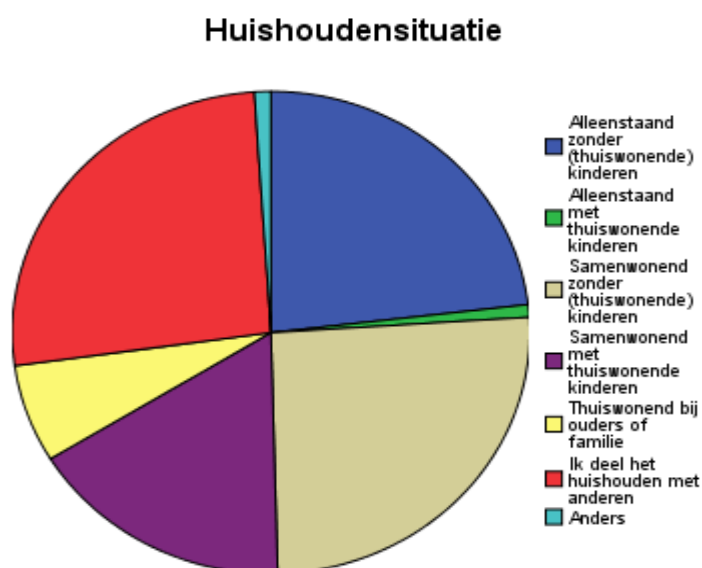
$n$  = steekproefgrootte

Figuur 6.1: Berekening van de steekproefgrootte (Uijlings, 2007)

## 6.2 Achtergrondkenmerken respondenten

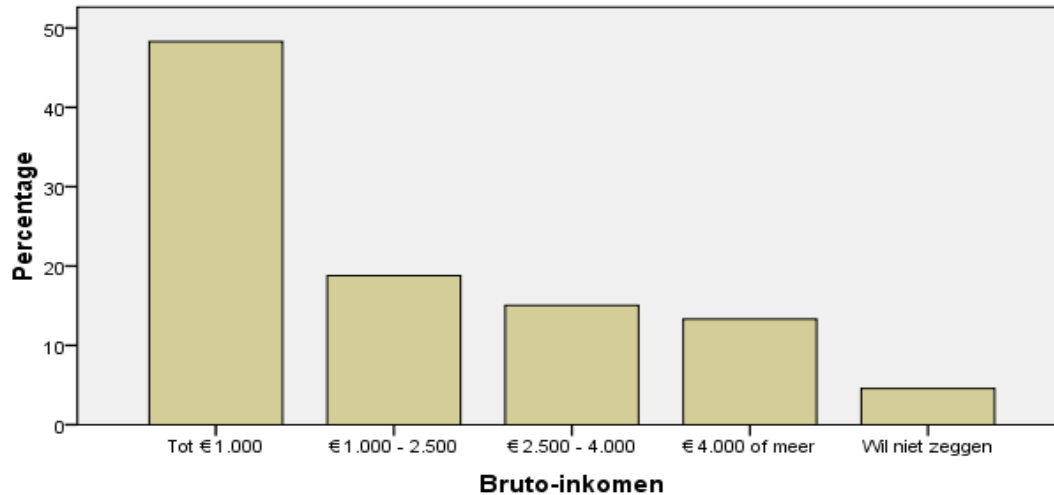
Van de 1.555 respondenten is 59% student en 41% medewerker. Het merendeel is dus nog niet als kenniswerker werkzaam. Met het oog op te ontwikkelen woonproducten in de toekomst is deze groep potentiële kenniswerkers echter wel interessant. 645 van de respondenten is man en 910 is vrouw. Door het grote aantal studenten was bijna de helft van de respondenten jonger dan 25 jaar. 35% zat in de leeftijdscategorie 25-45 jaar, 16% in de categorie 45-65 jaar en slechts 5 personen waren 65 jaar of ouder (0,3%).

Qua opleidingsrichting is er een onderscheid gemaakt naar alfa (filosofen, geschiedkundigen, taalkundigen etc.), bèta (biologen, natuur-, schei- en wiskundigen etc.) en gamma (economen, geografen, juristen, psychologen, sociologen etc.). 18% had een alfa-achtergrond, 33% was bèta en 44% gamma. De overige 5% had een combinatie van deze opleidingsrichtingen. Verderop in dit hoofdstuk wordt onderzocht of er verschillen in woonvoorkeuren bestaan tussen alfa-, bèta- of gammakenniswerkers.



Figuur 6.2: Huishoudensituatie respondenten (SPSS, 2009)

Bij de huishoudensituatie valt het grote aandeel gedeelde huishoudens op. Dit zijn studenten die 'op kamers' wonen in een eengezinswoning of bijvoorbeeld in een studentenflat waar de voorzieningen met meerdere personen gedeeld worden. Ook de categorie 'thuiswonend bij ouders of familie' duidt op studenten. In figuur 6.2 is de huishoudensituatie van de respondenten grafisch weergegeven.



Figuur 6.3: Bruto-inkomen respondenten (SPSS, 2009)

Ook in de inkomenssituatie is terug te zien dat het merendeel van de respondenten student is en dus op dit moment veelal een laag inkomen heeft. Bijna 300 respondenten hebben een bruto-inkomen variërend van €1.000 - €2.500 en bijna 450 hebben een inkomen van €2.500 of hoger. Circa vijf procent van de geënquêteerden doet geen uitspraken over zijn of haar inkomen.

### 6.2.1 Toetsing aan de theorie

Zoals in het theoretisch kader beschreven is het begrip kenniswerker nogal breed. In feite is iedere hoogopgeleide persoon een (potentiële) kenniswerker. Florida (2002) onderscheidt twee categorieën kenniswerkers. Enerzijds de *super-creative core* bestaande uit wetenschappers, ingenieurs, schrijvers, kunstenaars, ontwerpers en opiniemakers. Anderzijds de *creative professionals* werkzaam in beroepen variërend van high-tech en zakelijke dienstverlening tot gezondheidszorg. Een indeling die is afgeleid van Lukey en van der Steenhoven (2004) en Groenemeijer (2002) onderscheidt drie typen kenniswerkers:

- Wetenschappelijke kenniswerkers (bijv. hoogleraren, medici);
- Professionele kenniswerkers (bijv. accountants, ambtenaren, ICT'ers);
- Creatieve kenniswerkers (bijv. architecten, kunstenaars, mediamakers).

De respondenten die hebben meegewerkt aan dit onderzoek zijn vooral werkzaam als wetenschappelijke kenniswerkers. Studenten die de groep toekomstige kenniswerkers vormen, komen afhankelijk van hun opleidingsrichting waarschijnlijk ook in de andere categorieën terecht. Een relatie tussen

de trits alfa, bèta en gamma kan echter niet één-op-één gelegd worden met de trits wetenschappelijk, professioneel of creatief.

Woonwensen zijn een momentopname, "een tussenstation in een voortgaand traject". Deze woonwensen en het daaraan verbonden verhuisgedrag worden dan ook grotendeels bepaald door de levensfase waarin iemand verkeert (paragraaf 2.6). Volgens de levenscyclustheorie veranderen de eisen die een persoon aan woning en woonomgeving stelt naarmate de levensfase verandert. Zo heeft een student over het algemeen andere woonwensen dan een gezin met kinderen. Woonwensen veranderen daarnaast door wijzigingen in inkomen, huishoudensamenstelling, maatschappelijke en politieke invloeden én leeftijd. In de theorie van wooncarrièrecyclus wordt een link gelegd tussen werk en privé. Volgens deze theorie maakt een individu een ontwikkeling in zijn wooncarrière door als gevolg van *events* in het gezinsleven én de arbeidscarrière. Bij de verwerking van de gegevens uit de enquête is geprobeerd zoveel mogelijk rekening te houden met de verschillen in woonwensen naar variabelen als leeftijd en achtergrond.

### 6.2.2 Toetsing aan het WoON 2006

Het Woon Onderzoek Nederland vormt met een steekproef onder 62.000 personen een afspiegeling van de Nederlandse bevolking in zijn totaliteit. Deze respondenten zijn willekeurig gekozen en verzocht deel te nemen aan een vragenlijstonderzoek. De resultaten uit het WoON zijn niet uitgesplitst naar doelgroepen (deze zijn althans niet publiekelijk opvraagbaar). Het is daarom interessant om te zien of er verschillen in woonwensen zijn waar te nemen tussen de uitkomsten van de enquête onder hoogopgeleiden zoals deze voor dit onderzoek is uitgevoerd en de uitkomsten van het WoON 2006. Met andere woorden, verschillen de woonwensen van hoogopgeleiden uit de regio Groningen-Assen van de gemiddelde landelijke woonwensen? Niet alle uitkomsten kunnen echter tegen elkaar worden afgezet aangezien het WoON minder gedetailleerde uitkomsten bevat (over bijvoorbeeld woningtype) dan de voor dit onderzoek uitgevoerde enquête. Daarnaast is het WoON op een hoger schaalniveau uitgevoerd (landelijk) dan deze enquête (lokaal/regionaal).

## **6.3 Gewenste woonplek**

Van de 1.555 respondenten wonen 1.295 personen in de provincie Groningen, 150 in Drenthe en 49 in Friesland. Als gewenste provincie is eveneens Groningen dominant. 1.189 personen geven aan in de provincie Groningen te willen wonen. Dit zijn opmerkelijk genoeg minder mensen dan daadwerkelijk in Groningen woonachtig. Groningen als gewenste provincie wordt gevolgd door Drenthe (489



personen), Utrecht (360), Noord-Holland (268), Overijssel (264), Gelderland (236), Friesland (226), het buitenland (225) en Zuid-Holland (207). Sommering van deze aantallen overtreft ruimschoots het aantal van 1.555 respondenten. Men kon namelijk meer dan één gewenste provincie aangeven. Opvallend is ook het aantal personen dat het buitenland als gewenste woonplek heeft ingevuld. Bijna driekwart van deze personen is student.

Huidige gemeente	Aantal	%	Gewenste gemeente	Aantal	%
<i>Groningen</i>	1071	68,9	<i>Groningen</i>	774	49,8
<i>Assen</i>	46	3,0	Utrecht	158	10,2
<i>Haren</i>	40	2,6	Amsterdam	140	9,0
<i>Tynaarlo</i>	38	2,4	<i>Haren</i>	139	8,9
<i>Noordenveld</i>	29	1,9	Buitenland	126	8,1
Anders (buitenland)	28	1,8	Zwolle	106	6,8
<i>Zuidhorn</i>	25	1,6	Aa en Hunze	88	5,7
<i>Winsum</i>	21	1,4	<i>Assen</i>	83	5,3
<i>Slochteren</i>	16	1,0	Den Haag	73	4,7
<i>Hoogezand-Sappemeer</i>	15	1,0	<i>Tynaarlo</i>	69	4,4
Leeuwarden	13	,8	Arnhem	64	4,1
Aa en Hunze	12	,8	Amersfoort	58	3,7
<i>Bedum</i>	9	,6	<i>Noordenveld</i>	48	3,1
Grootegast	8	,5	Nijmegen	45	2,9
Smallingerland	8	,5	<i>Zuidhorn</i>	45	2,9
Borger-Odoorn	6	,4	Haarlem	42	2,7
Hoogeveen	6	,4	Apeldoorn	38	2,4
Loppersum	6	,4	Deventer	35	2,3
Midden-Drenthe	6	,4	Leiden	35	2,3
<i>Ten Boer</i>	6	,4	<i>Winsum</i>	35	2,3
Utrecht	6	,4	Rotterdam	31	2,0
Zwolle	6	,4	<i>Leek</i>	29	1,9
Appingedam	5	,3	Leeuwarden	27	1,7
Eemsmond	5	,3	Midden-Drenthe	27	1,7
Kollumerland en Nieuw-kruisland	5	,3	Meppel	26	1,7
Veendam	5	,3	<i>Bedum</i>	25	1,6
Westerveld	5	,3	<i>Hoogezand-Sappemeer</i>	25	1,6
Amsterdam	4	,3	Emmen	24	1,5
De Marne	4	,3	Enschede	24	1,5
<i>Leek</i>	4	,3	Borger Odoorn	22	1,4
Menterwolde	4	,3	Delft	20	1,3
Stadskanaal	4	,3	's Hertogenbosch	19	1,2
Tietjerksteradeel	4	,3	Hilversum	19	1,2

Figuur 6.4: Huidige en gewenste gemeente respondenten enquête (Eigen bewerking, 2009)

Kijken we naar de huidige en gewenste woongemeenten dan valt op dat het merendeel van alle respondenten woonachtig is in de regio Groningen-Assen. In figuur 6.4 zijn deze gemeenten geel ge-

markeerd. Met name de Friese gemeenten zijn ondervertegenwoordigd in deze steekproef. Oorzaak hiervan zou kunnen zijn dat de enquête verspreid is onder de noemer 'woonwensenonderzoek regio Groningen-Assen'. Verder valt weer op dat er minder mensen in Groningen willen wonen dan dat er daadwerkelijk wonen. Slechts de helft van alle kenniswerkers ziet Groningen ook daadwerkelijk als gewenste woongemeente. Naast het gebied van de regio Groningen-Assen zijn vooral de grote steden in de Randstad, het buitenland en ook Zwolle populaire woongemeenten. Binnen de regio Groningen-Assen zijn vooral de gemeenten Groningen, Haren, Assen en Tynaarlo in trek. De Gemeenten Slochteren en Ten Boer vallen buiten het lijstje gewenste gemeenten van hoogopgeleiden uit de regio.

Gewenste gemeente studenten	Aantal	%	Gewenste gemeente medewerkers	Aantal	%
<i>Groningen</i>	449	49,0	<i>Groningen</i>	325	50,9
Utrecht	126	13,7	<i>Haren</i>	80	12,5
Amsterdam	117	12,8	<i>Tynaarlo</i>	50	7,8
Zwolle	86	9,4	Buitenland	45	7,1
Buitenland	81	8,8	Aa en Hunze	45	7,1
Den Haag	62	6,8	<i>Noordenveld</i>	37	5,8
<i>Haren</i>	59	6,4	<i>Assen</i>	33	5,2
<i>Assen</i>	50	5,5	Utrecht	32	5,0
Arnhem	49	5,3	<i>Zuidhorn</i>	32	5,0
Amersfoort	46	5,0	Amsterdam	23	3,6
Aa en Hunze	43	4,7	Zwolle	20	3,1
Apeldoorn	35	3,8	<i>Winsum</i>	19	3,0
Nijmegen	31	3,4	Arnhem	15	2,4
Haarlem	30	3,3	<i>Leek</i>	15	2,4
Deventer	29	3,2	Nijmegen	14	2,2
Rotterdam	24	2,6	Amersfoort	12	1,9
Leiden	24	2,6	Haarlem	12	1,9
Meppel	22	2,4	<i>Bedum</i>	12	1,9
Enschede	21	2,3	Den Haag	11	1,7
<i>Tynaarlo</i>	19	2,1	Leiden	11	1,7
Leeuwarden	19	2,1	Midden-Drenthe	11	1,7
Emmen	19	2,1	Borger Odoorn	10	1,6
's Hertogenbosch	18	2,0	<i>Hoogezand-Sappemeer</i>	9	1,4
<i>Winsum</i>	16	1,7	Leeuwarden	8	1,3
Midden-Drenthe	16	1,7	Rotterdam	7	1,1
<i>Hoogezand-Sappemeer</i>	16	1,7	Delft	7	1,1
Hilversum	14	1,5	Deventer	6	,9
<i>Leek</i>	14	1,5	Hilversum	5	,8
<i>Zuidhorn</i>	13	1,4	Emmen	5	,8
<i>Bedum</i>	13	1,4	Meppel	4	,6
Delft	13	1,4	Apeldoorn	3	,5
Borger Odoorn	12	1,3	Enschede	3	,5
<i>Noordenveld</i>	11	1,2	's Hertogenbosch	1	,2

Figuur 6.5: Gewenste gemeente studenten versus medewerkers (Eigen bewerking, 2009)



Wanneer we studenten en medewerkers onderscheiden blijken de cijfers iets anders te liggen. Van alle medewerkers woont 'slechts' 55% in de gemeente Groningen, terwijl voor studenten geldt dat ruim 78% in de gemeente Groningen woonachtig is. Bijna 15% van de werkzame hoogopgeleiden woont in de gemeenten Haren, Tynaarlo of Assen, terwijl slechts 3,5% van de studenten hier gevestigd is. Splitsen we vervolgens ook de gewenste woongemeenten uit naar studenten en medewerkers dan zien we duidelijke verschillen (figuur 6.5). Groningen blijft voor beide deelpopulaties de populairste woongemeente. Voor studenten volgen daarna de grote steden in de Randstad, Zwolle en het buitenland. Het gebied dat de regio Groningen-Assen omvat is duidelijk minder in trek. Voor de reeds werkzame hoogopgeleiden geldt bijna het omgekeerde. Met name gemeenten in het zuidelijk deel van de regio Groningen-Assen zijn gewild, gevolgd door de Randstad en Zwolle. Ook onder medewerkers heeft het buitenland als gewenste woonplek een betrekkelijk hoge notering. Kenniswerkers lijken dan ook een mobiele groep. Voor hen die reeds werkzaam zijn geldt echter dat zij de gewenste woongemeente dichterbij hun werkplek vinden dan studenten die nog niet werkzaam zijn. Zij bevinden zich echter in een andere levensfase en zijn over het algemeen minder gebonden aan bijvoorbeeld werkplek, familie en partner. Geconcludeerd kan daarom worden dat studenten een hoogmobiele groep vormen.

### *6.3.1 Toetsing aan de theorie*

Kijken we naar de uitkomsten van de enquête als het gaat om de gewenste woonplek dan valt een voorkeur waar te nemen voor stedelijke gemeenten onder studenten en medewerkers en daarnaast forensengemeenten onder medewerkers. Uit een onderzoek uitgevoerd door het Ruimtelijk Planbureau uit 2004 komt naar voren dat het aandeel kenniswerkers in de beroepsbevolking ook een duidelijke stedelijke voorkeur heeft. Het gaat hier dus om de werkplek die in de dienstensector veelal in de (sub)stedelijke gebieden te vinden is. Reden hiervoor is de diversiteit aan mensen, bedrijven en culturen in stedelijke regio's die leiden tot creatieve ideeën, innovaties en productiviteitsgroei en snellere kennisdiffusie door de fysieke nabijheid van kenniswerkers en kennisbedrijven (van Winden, 2007). In figuur 2.5 is te zien dat kenniswerkers in de regio Groningen-Assen met name te vinden zijn in de gemeenten Groningen, Haren, Tynaarlo, Assen en Aa en Hunze. Dit vertoont sterke gelijkenissen met de woonplekvoorkeuren zoals hiervoor beschreven. Er kan dan ook worden aangenomen dat er een sterk verband bestaat tussen de woon- en werkplek van kenniswerkers in de regio Groningen-Assen. Daarnaast valt op dat de gewenste woongemeenten van studenten een grotere spreiding kennen dan die van medewerkers, die meer gesetteld zijn en het dichterbij hun huidige woon- en werkplek zoeken.



### 6.3.2 Toetsing aan het WoON 2006

Het Woon Onderzoek Nederland 2006 doet beperkt uitspraken over de meest populaire provincies en gemeenten om te wonen. Er wordt vooral ingegaan op de bestaande woningvoorraad en woonomgeving. Wel is de tabel uit figuur 6.6 beschikbaar. Hieruit kan worden afgeleid dat de Randstad het populairste woongebied is gevolgd door de provincies Gelderland en Noord-Brabant. Opgemerkt dient te worden dat het hierbij echter gaat om absolute aantallen.

		Gewenste provincie												tot.
		Gr.	Fr.	Dr.	Ov.	FL	Gld.	Utr.	N-H	Z-H	Z.	N-Br.	L.	
Huidige provincie	Gr.	*	3.000	*	*	1.500	2.500	4.000	1.500	*	*	*	*	14.000
	Fr.	1.500	*	1.000	*	*	1.500	*	2.000	*	*	*	*	9.000
	Dr.	4.000	*	*	*	*	1.000	*	*	*	*	*	*	9.000
	Ov.	*	*	1.500	*	*	5.500	4.000	3.500	2.500	*	*	*	19.500
	FL	*	*	*	*	*	1.000	1.500	5.500	*	*	*	*	11.500
	Gld.	*	*	1.500	5.000	*	*	7.500	5.000	3.500	*	5.500	2.500	32.500
	Utr.	1.500	*	*	2.000	*	6.000	*	7.000	3.000	*	3.000	1.500	26.000
	N-H	1.500	3.000	1.500	1.500	3.000	5.500	6.500	*	4.500	*	2.500	1.500	30.500
	Z-H	*	2.500	3.500	2.000	2.500	10.500	11.000	14.500	*	3.000	11.500	1.500	63.500
	Z.	*	*	*	*	*	*	*	*	2.000	*	1.500	*	4.500
	N-Br.	*	*	*	*	*	6.000	2.500	4.000	4.000	1.500	*	4.000	25.000
	L.	*	*	*	*	*	1.500	1.000	*	2.000	*	5.000	*	11.000
	tot.	11.000	9.500	14.000	15.500	8.500	40.000	38.000	47.000	23.500	6.000	32.000	11.500	256.000

*\* minder dan 1.000, deze cellen zijn wel meegeteld in de randtotalen*

Figuur 6.6: Door woningzoekende huishoudens gewenste interprovinciale migratie (VROM, 2007)

### 6.4 Gewenste woonsituatie

Van alle respondenten is bijna 60 procent huurder of medehuurder. Eenderde is eigenaar of mede-eigenaar van een woning, de rest is inwonend bij ouders of heeft een andere woonsituatie. Ruim tweederde van alle respondenten zou graag een eigen woning willen hebben terwijl nog geen derde wil huren. Bijna negentig procent van de reeds werkzame kenniswerkers zou graag een woning in eigendom willen hebben terwijl 'slechts' zeventig procent op dit moment eigenaar of mede-eigenaar van een woning is.

Van alle reeds werkzame kenniswerkers is ruim 25 procent verhuisgeneigd. Dat wil zeggen dat men van plan is binnen nu en twee jaar te verhuizen. Bijna 55 procent is niet verhuisgeneigd en 20 procent weet het niet. Onder studenten is de verhuisgeneigdheid veel groter, bijna tweederde is van plan binnen nu en twee jaar te gaan verhuizen. Belangrijkste reden om te gaan verhuizen is zowel voor studenten als medewerkers een verandering in werk of inkomen. Voor veel studenten zijn ook



studie, samenwonen of trouwen, zelfstandig wonen en ontevredenheid over woningtype belangrijke verhuismotieven. In mindere mate vormen ook ontevredenheid over de woonomgeving en huiseigendom een motief tot verhuizen (zie figuur 6.7). Voor reeds werkzame kenniswerkers zijn de verhuismotieven veel minder zwaarwegend dan voor studenten. Oorzaak hiervoor is de lagere verhuiseigeneidheid onder deze doelgroep. Eenderde van deze respondenten geeft een verandering in werk en inkomen aan als motief om te verhuizen. Daarnaast vormt ontevredenheid over het huidige woningtype een verhuismotief. Alle overige motieven zijn veel minder zwaarwegend om daadwerkelijk tot verhuizing over te gaan.

Verhuismotieven	Studenten	Medewerkers
Studie	38,4%	1,3%
Verandering in werk en inkomen	52,0%	32,8%
Samenwonen of trouwen	28,9%	6,9%
Nabijheid familie en vrienden	9,1%	5,3%
Verandering in de gezinssituatie	6,4%	11,1%
Zelfstandig wonen	31,7%	4,1%
Huidig woningtype voldoet niet	26,2%	19,3%
Huidige woonomgeving voldoet niet	15,3%	10,5%
Wil liever kopen	16,8%	12,4%
Wil liever huren	0,5%	0,5%

Figuur 6.7: Verhuismotieven kenniswerkers regio Groningen-Assen (Eigen bewerking, 2009)

Verhuismotieven vormen een indicatie van wat de woonconsument zoal verwacht van woning en woonomgeving. Ze geven een aanzet tot de daadwerkelijke vestigingsvoorwaarden die de consument stelt. De belangrijkste vestigingsvoorwaarde die de respondenten geven is werk, studie en inkomen. Bijna 90% vindt dit een belangrijke of zeer belangrijke reden om zich ergens te vestigen. Op de tweede plaats staat de aantrekkelijkheid van de woonomgeving (85%), gevolgd door aantrekkelijkheid en prijs van het woningaanbod (72%). Circa 65% vindt het voorzieningenaanbod een belangrijk of zeer belangrijk argument om zich ergens te vestigen. Nabijheid van familie en vrienden wordt door bijna 50% op waarde geschat.

Woning en woonomgeving vormen voor een ruime meerderheid van de (potentiële) kenniswerkers dus een belangrijke vestigingsvoorwaarde. Zijn zij echter ook bereid voor een aantrekkelijke woning en woonomgeving te betalen? Wanneer we inzoomen op de huidige netto woonlasten per maand<sup>11</sup> van alle respondenten dan valt op dat ruim de helft zich bevindt in de categorie lage woonlasten (tot de huurtoeslaggrens van €340 bij een leeftijd tot 23 jaar). Van de 1.555 respondenten heeft slechts 21% woonlasten (koop of huur) boven de huurliberalisatiegrens van €630. Filteren we alle studenten

<sup>11</sup> Exclusief belasting en onderhoud voor woonruimte koop of huur.

eruit dan is een evenwichtiger verdeling van de woonlasten te zien (figuur 6.8). Ruim 45% van de reeds werkzame kenniswerker heeft maandelijkse woonlasten van €630 of hoger. Opvallend genoeg is bijna 60% van deze groep bereid €630 of meer aan maandelijkse woonlasten te betalen. Dit biedt dus kansen voor het ontwikkelen van woonconcepten en -producten in het hogere segment. Men is namelijk bereid meer te betalen voor een woning die aan de woonwensen voldoet dan men op dit moment betaalt voor de huidige woonruimte.

**Huidige netto woonlasten per maand (medewerkers)**

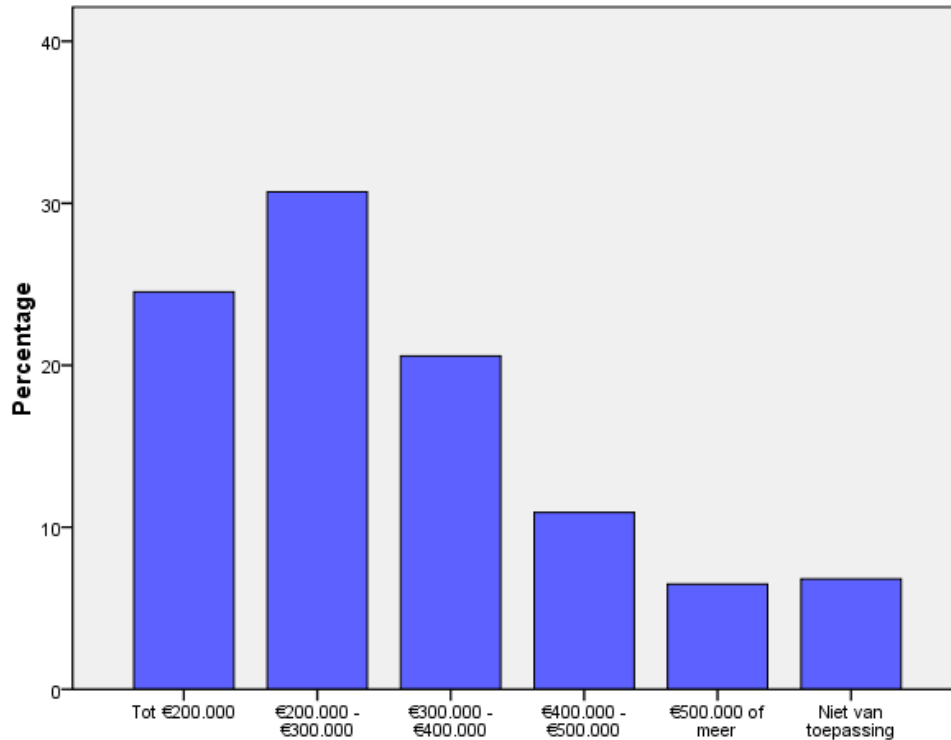
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tot €340	107	16,8	16,8	16,8
	€340 - €630	242	37,9	37,9	54,7
	€630 - €900	165	25,9	25,9	80,6
	€900 of meer	124	19,4	19,4	100,0
	Total	638	100,0	100,0	

**Woonlasten per maand bereid te betalen (medewerkers)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tot €340	52	8,2	8,2	8,2
	€340 - €630	209	32,8	32,8	40,9
	€630 - €900	230	36,1	36,1	77,0
	€900 of meer	147	23,0	23,0	100,0
	Total	638	100,0	100,0	

Figuur 6.8: Woonlasten werkzame kenniswerkers regio Groningen-Assen (Eigen bewerking, 2009)

Van alle respondenten geeft 56,2% aan een volgende woning te willen kopen. 24,6% wil een woning huren en 19,2% weet het nog niet. Van de werkzame respondenten geeft ruim driekwart (77,4%) aan een volgende woning te willen kopen. Dit hangt logischerwijs samen met de hogere inkomenspositie alsmede de hogere gemiddelde leeftijd (en daarmee andere levensfase) van deze doelgroep. Kijken we naar de koopprijs die deze groep bereid is te betalen dan zien we een piek in de prijscategorie €200.000-300.000 (figuur 6.9). Zoomen we verder in op deze groep en nemen we een steekproef van alle medewerkers die 45 jaar of ouder zijn dan blijkt dat deze groep bereid is een hogere woningprijs te betalen. Ruim 60% is bereid €300.000 of meer te betalen voor een koopwoning. Bijna 12% is zelfs bereid €500.000 of meer te betalen. Dat deze groep veel kapitaalcrachtiger is blijkt wel uit het feit dat 55% een maandelijks bruto-inkomen heeft van €4.000 of meer.



Figuur 6.9: Woningprijs bereid te betalen door werkzame kenniswerkers (Eigen bewerking, 2009)

#### 6.4.1 Toetsing aan de theorie

Door marktgerichte planning te bedrijven wordt rekening gehouden met de kenmerken van de doelgroep, de kenniswerkers. Uit het voorgaande blijkt dat kenniswerkers een meer dan gemiddelde inkomenspositie hebben en dat zij ook bereid zijn meer dan gemiddelde woonlasten te betalen. Voor beleidsmakers en woningontwikkelaars biedt dit mogelijkheden om woningen in het hogere segment te plannen. De marktgerichte benadering beoogt hiermee het maken van een kwaliteitsslag in het woningaanbod. De woningmarkt is echter een dynamische markt, continu zijn mensen verhuisgeneigd. Vooral studenten vormen een dynamische doelgroep, bijna tweederde is van plan binnen nu en twee jaar te gaan verhuizen. Daarbij zijn zij echter afhankelijk van het woningaanbod. Het aanbod wordt bepaald door de beschikbaarheid en toegankelijkheid van woningen. Deze beschikbaarheid en toegankelijkheid van woningen op de woningmarkt is van invloed op het uiteindelijke verhuisgedrag van individuen. Deze individuele verhuizingen leiden tot een onbedoeld collectief effect op macroniveau: doorstroming. Gezien het feit dat de gemiddelde kenniswerker bereid is meer te betalen aan woonlasten dan hij daadwerkelijk doet is er sprake van een discrepantie tussen vraag en aanbod en lijkt deze doorstroming te stikken. Het voorgaande kan ook weer getoetst worden aan de levenscyclusbenadering en de wooncarrièrecyclustheorie. Afhankelijk van leeftijd, levensfase en inkomen verschilt de verhuisgeneigdheid en de motivatie om te verhuizen. Met name de positie van

studenten in de wooncarrière komt in de enquêterespons tot uiting vanwege het feit dat het merendeel van deze groep huurt en niet bereid of in staat is om een woning in eigendom te hebben.

#### 6.4.2 Toetsing aan het WoON 2006

Uit het WoON 2006 (p. 34) blijkt dat ruim 50% van de woningvragers een koopwoning als gewenst beschouwt. Dit staat los van het feit of men ook (financieel) in staat is een eigen woning te betrekken. Onder de geënquêteerde kenniswerkers voor dit onderzoek ligt dit percentage hoger. Ruim tweederde zou een volgende woning graag willen kopen. Volgens het WoON is bijna 20% van alle kopers en ruim 30% van alle huurders verhuisgeneigd. Kijken we naar de uitkomsten van de enquête dan blijkt dat van alle reeds werkzame kenniswerkers ruim 25% verhuisgeneigd is. Dit verschilt dus niet noemenswaardig van het landelijk gemiddelde. Van de studenten is echter bijna tweederde verhuisgeneigd. Dit is dan ook een hoogdynamische groep die aan het begin van de wooncarrière staat. In het WoON (p. 42) vormt de huidige woning het belangrijkste verhuismotief, gevolgd door huwelijk of samenwonen, zelfstandig gaan wonen en de woonomgeving. Uit de voor dit onderzoek uitgevoerde enquête blijkt dat kenniswerkers andere verhuismotieven hebben. Een verandering in werk en inkomen is de belangrijkste reden, gevolgd door studie, ontevredenheid over de huidige woning, zelfstandig wonen en samenwonen of trouwen. Hieruit blijkt dat kenniswerkers meer gefocust zijn op hun carrière en/of studie dan de gemiddelde Nederlander. Tenslotte blijkt uit het WoON 2006 dat de gemiddelde Nederlandse huurder maandelijks €542 (voor de regio Groningen-Assen €508) aan netto woonlasten heeft en de gemiddelde Nederlandse koper €669 (voor de regio Groningen-Assen €573). Uit de enquête kunnen de gemiddelde woonlasten van kenniswerkers niet met grote zekerheid worden afgeleid omdat de woonlasten zijn ingedeeld in categorieën (figuur 6.7). Ter indicatie bedragen de woonlasten (koop of huur) van kenniswerkers in de regio Groningen-Assen netto €638 per maand.

#### **6.5 Gewenst woningtype**

Voordat we kijken naar de gewenste woningtypen van kenniswerkers werkzaam in de stad Groningen en grotendeels woonachtig in de regio Groningen-Assen is het relevant te kijken naar de huidige verdeling over woningtypen in de voorraad. Zoals in figuur 6.10 is te zien zijn er geen echte uitschieters naar boven onder deze doelgroep. Vrijstaande woningen worden hoofdzakelijk bewoond door kenniswerkers die ook daadwerkelijk al actief zijn op de arbeidsmarkt. Verder is er voor wat betreft woningtypen geen duidelijk onderscheid te maken tussen studenten en medewerkers. Kijken we



naar de woningtevredenheid dan blijkt 70% van de respondenten tevreden tot zeer tevreden te zijn met zijn of haar huidige woonruimte. Een kleine 10% is niet tot helemaal niet tevreden.

		Huidig woningtype			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rijtjeshuis	205	13,2	13,2	13,2
	Hoekwoning	80	5,1	5,1	18,3
	Twee-onder-één-kap	156	10,0	10,0	28,4
	Vrijstaande woning	209	13,4	13,4	41,8
	(Portiek)flat	125	8,0	8,0	49,8
	Boven- of benedenwoning	189	12,2	12,2	62,0
	Appartement	162	10,4	10,4	72,4
	Studentenflat met gedeelde voorzieningen	169	10,9	10,9	83,3
	Kamer / studio	208	13,4	13,4	96,7
	Seniorenwoning	1	,1	,1	96,7
	Anders	51	3,3	3,3	100,0
	Total	1555	100,0	100,0	

Figuur 6.10: Huidig woningtype kenniswerkers regio Groningen-Assen (Eigen bewerking, 2009)

Niet geheel verrassend heeft het merendeel van de kenniswerkers een voorkeur voor een vrijstaande woning. Ruim 60% van de respondenten ziet een vrijstaande woning als een gewenst toekomstig woningtype. Daarbij is er in de vraagstelling vanuit gegaan dat dit een realistische veronderstelling is. Bijna 42% ziet een appartement als gewenst woningtype, gevolg door een twee-onder-één-kapwoning (34%), een hoekwoning (26%), een rijtjeshuis (24%) en een boven- of benedenwoning (21%). Kamers, studio's, portiekflats, andersoortige studentenflats en seniorenwoningen zijn bij slechts een klein aantal respondenten in trek. Sommering van de percentages overtreft ruimschoots 100%. Respondenten konden dan ook meerdere voorkeuren voor een woningtype aangeven. Een verschil in woningvoorkeur tussen alfa-, bèta- en gammakenniswerkers kon niet worden waargenomen.

Maken we weer een uitsplitsing naar studenten en medewerkers dan is er opnieuw sprake van grote verschillen. Ruim 70% van de medewerkers wenst een vrijstaande woning tegenover 53% van de studenten. Appartementen worden door slechts een kwart van de medewerkers als gewenst beschouwd, terwijl 55% van de studenten in dit woningtype zou willen wonen. Behalve achtergrond (student of medewerker) is ook leeftijd hier een belangrijke verklarende variabele. Van de werkzame

kenniswerkers tot 25 jaar beschouwt namelijk bijna de helft een appartement wel als een gewenst woningtype. In de categorie 25-45 jaar ligt dit percentage weer op slechts een kwart. Bij de overige gewenste woningtypen bestaan nauwelijks verschillen tussen studenten en medewerkers.

Van de 1.555 respondenten heeft verder 60% een voorkeur voor een bestaande woning. Slechts 12% heeft een uitgesproken voorkeur voor een nieuw gebouwde woning. Het aandeel respondenten dat een voorkeur heeft voor bouwgrond, en aldus het zelfstandig ontwikkelen van een woning, is met slechts 2,5% marginaal. Bijna 25% heeft geen uitgesproken voorkeur. Voor wat betreft de bouwperiode wenst ruim 25% een vooroorlogse en bijna een derde een naoorlogse woning. Ruim 40% van de respondenten heeft geen voorkeur. Van alle respondenten vindt 84% de hoogte van de woonlasten belangrijk tot zeer belangrijk, gevolgd door het comfortniveau (82%) en de grootte van de woning (80%). Andere kwaliteiten die gevraagd worden van de woning zijn werkruimte (60%) en uitstraling (58%). Minder van belang is de grootte van de buitenruimte. Iets meer dan de helft vindt dit belangrijk tot zeer belangrijk. Tussen studenten en medewerkers bestaan hier geen grote verschillen. Aanwezigheid van werk- en buitenruimte wordt door medewerkers wel belangrijker gevonden dan door studenten.

### 6.5.1 Toetsing aan de theorie

Uit de theorie komt naar voren dat de eigen woning voor de kenniswerker het functionele centrum wordt van waaruit hij een groot ruimtelijk veld kan bestrijken. Concreet betekent dit dat kenniswerkers behoefte hebben aan hybride woningen waarin niet alleen wordt gewoond, maar ook gewerkt en vrije tijd wordt doorgebracht. Er ontstaat als gevolg hiervan een grote vraag naar ruime woningen (zowel in oppervlakte als in aantal kamers) op ruime kavels. Uit de theorie blijkt echter ook dat kenniswerkers veelal een voorkeur hebben voor (centrum)stedelijk wonen. Ruime woningen op ruime kavels zijn daar echter nauwelijks te vinden. Er zou daarom ook tegelijkertijd een stijgende behoefte zijn aan relatief dure centrumstedelijke appartementen. Kijken we naar de uitkomsten van de enquête dan blijkt de behoefte aan appartementen vooral te bestaan onder studenten en jongere werkmensen, ook wel *young urban professionals* ('yuppen') genoemd. Deze groep bevindt volgens de levenscyclustheorie in de *childbearing phase* en staat op het punt of is net begonnen aan haar eerste baan. Vraagtekens kunnen gezet worden bij de ruimte die nodig is om in te werken. Veelal zal het niet om meer gaan dan ruimte voor een pc of laptop en opbergruimte. Het gaat er vooral om dat een thuiswerkende kenniswerker mobiel en digitaal actief is. Bontje en Musterd (2005) stellen dan ook dat "het de kenniswerker eerder zal gaan om het feit dat er een ruimte is waar gewerkt kan worden en die hopelijk ook inspiratie biedt, dan om de specifieke vorm of grootte ervan. Soms zal het om één



bepaalde kamer gaan, soms om de woning als geheel". Wanneer we de enquête-uitkomsten bekijken blijkt dat vrijstaande woningen het meest populair zijn, gevolgd door appartementen en twee-onder-één-kapwoningen. Daarnaast wordt de grootte van de woning evenals het comfortniveau zeer belangrijk gevonden. Dit beschouwende zijn de resultaten van de enquête in overeenstemming met de theorie.

### 6.5.2 Toetsing aan het WoON 2006

Het WoON 2006 splitst de woningtypen uit naar eengezins en meergezins en koop en huur. Zodoende worden er vier woningtypen onderscheiden. Circa 40% van de gevraagde woningen is eengezinskoop en ruim 10% meergezinskoop. Bijna 20% van de woningzoekenden wil een eengezinshuurwoning en circa 30% een meergezinshuurwoning. Een vergelijking met de enquêteresultaten van dit onderzoek is lastig te trekken aangezien er meerdere gewenste woningtypen konden worden aangegeven en de woningtypen uit de enquête meer gedifferentieerd zijn dan in het WoON. Wel wil een meerderheid van de kenniswerkers uit de regio Groningen-Assen een volgende woning kopen terwijl bij de respondenten uit het WoON de verhouding tussen kopen en huren in evenwicht is. Eengezinswoningen (bv. vrijstaande en rijwoningen) zijn in het WoON populairder dan meergezinswoningen (bv. appartementen en studentenflats) en deze voorkeur geldt ook voor kenniswerkers uit de regio Groningen-Assen.

## **6.6 Gewenste woonomgeving**

De woonomgeving blijkt zoals hiervoor besproken na werk, studie en inkomen de belangrijkste vestigingsvoorwaarde te zijn voor kenniswerkers in de regio Groningen-Assen. Maar waar gaat het dan precies om bij deze woonomgeving? Respondenten geven aan dat groen in de buurt, sociale veiligheid en de aanwezigheid van voorzieningen de belangrijkste aspecten zijn waarin de woonomgeving moet voorzien. Een veilige verkeerssituatie wordt ook vrij belangrijk gevonden. Buurtbinding en de mogelijkheid om aan het water te wonen worden minder. Waar het gaat om de bewonerssamenstelling van de buurt heeft men geen uitgesproken voorkeur voor leeftijd, huishoudensamenstelling of afkomst en cultuur van buurtgenoten. Qua levenswijze en gedrag hoopt een meerderheid dat medebewoners dezelfde attitudes hebben. Zoomen we in op de aanwezigheid van voorzieningen in de woonomgeving dan blijkt dat een meerderheid van de respondenten supermarkten, winkels en openbaar vervoer op loopafstand wenst. Medische, studie en sportvoorzieningen, restaurants en parken heeft een meerderheid graag binnen het bereik van vijf kilometer (figuur 6.11). Circa 72% van de respondenten geeft aan tevreden tot zeer tevreden te zijn over zijn of haar huidige woonomge-



ving. Slechts 7,5% is niet of helemaal niet tevreden. Tussen studenten en medewerkers bestaan geen noemenswaardige verschillen als het gaat om de voorzieningen. Werkzame kenniswerkers wensen supermarkten en winkels niet per se op loopafstand. Een park, plantsoen of vijver wordt echter wel op loopafstand gewenst. 82% van de medewerkers is tevreden tot zeer tevreden met zijn of haar woonomgeving, bij studenten ligt dit percentage met 66% aanzienlijk lager. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat studenten vanwege hun over het algemeen lage inkomen in de kwalitatief laagwaardigere wijken wonen dan kenniswerkers met een baan en veelal bovengemiddeld inkomen.

Gewenste afstand tot in %	Loopafstand (<2km)	Fietsafstand (2-5km)	Niet belangrijk
huisarts/tandarts	7,1	56,5	35,9
supermarkt/winkelcentrum	50,8	42,7	6,0
openbaar vervoer	69,5	22,3	7,9
kinderopvang	6,5	23,0	70,1
café/bar/discotheek	8,3	38,5	52,7
snackbar/restaurant	13,4	43,2	42,9
buurthuis/wijkcentrum	4,6	15,6	79,2
bioscoop/theater	3,9	46,6	49,1
musea/kunstgalleries	2,2	29,2	67,9
kerk/religieus centrum	2,7	14,5	81,9
sportvoorzieningen	7,6	64,2	27,3
park/plantsoen/vijver	37,8	45,6	16,2
bibliotheek	7,0	56,0	36,1
school/onderwijs	16,6	55,1	27,7

Figuur 6.11: Gewenste nabijheid voorzieningen kenniswerkers regio Groningen-Assen (Eigen bewerking, 2009)

### 6.6.1 Toetsing aan de theorie

Kenniswerkers zijn een hoog mobiele groep en stellen daarom volgens Groenemeijer (2002) hoge eisen aan hun woonomgeving. Kijken we naar de eisen die kenniswerkers uit de regio Groningen-Assen volgens de uitkomsten van de enquête stellen dan valt het wel mee. De woonomgeving moet vooral 'groen' en veilig zijn. Daarnaast worden voorzieningen belangrijk gevonden. Echter het merendeel van de kenniswerkers eist deze voorzieningen niet in zijn of haar directe nabijheid (figuur 6.11). Wat dat betreft zijn kenniswerkers dus niet bijzonder veeleisend. Vanwege hun hogere inkomenspositie is het echter wel reëel te veronderstellen dat kenniswerkers meer kwaliteit eisen van woning en woonomgeving dan de gemiddelde Nederlander. Men is in staat en bereid (zo is gebleken) meer te betalen voor een woning dan de gemiddelde Nederlander. De woningprijs wordt mede bepaald door de woonomgeving. Kenniswerkers zullen dan ook in de kwalitatief betere wijken willen wonen. Verder blijkt uit de theorie dat creatieve kenniswerkers vooral daar (willen) wonen waar winkels, horeca en cultuur aanwezig zijn. Ook dit blijkt niet direct uit de uitkomsten van de enquête.



Winkels worden wel in de nabijheid gewenst, maar de afstand tot musea, bioscopen en theaters wordt veel minder belangrijk gevonden. Wellicht bestaat dit verschil doordat de respondenten aan dit onderzoek vooral tot de categorie wetenschappelijke kenniswerkers kunnen worden gerekend en minder tot de 'creatievellingen'.

#### *6.6.2 Toetsing aan het WoON 2006*

Het Woon Onderzoek Nederland gaat niet in detail in op de eisen die bewoners aan hun woonomgeving stellen. Wel is onderzocht dat van alle volwassen Nederlanders 86% tevreden (50%) tot zeer tevreden (36%) is met zijn woonomgeving. Voor kenniswerkers uit de regio Groningen-Assen geldt dat circa 72% tevreden (48%) tot zeer tevreden (24%) is met de woonomgeving. Waarschijnlijk heeft dit dan toch te maken met het feit dat kenniswerkers (vanwege hun hogere inkomen, opleidingsniveau etc.) hogere eisen stellen aan hun woonomgeving dan de gemiddelde Nederlander en daardoor minder tevreden zijn. Deelnemers aan het WoON zijn vooral tevreden over de basisscholen, crèches, winkelvoorzieningen en het groen in de woonomgeving.

### **6.7 Gewenst Woonmilieu**

Tenslotte gaan we in op het meest interessante aspect van dit woonwensenonderzoek onder kenniswerkers uit de regio Groningen-Assen, de gewenste woonmilieus. Allereerst is er aan de respondenten gevraagd een waardeoordeel te vellen over verschillende woonlocaties. Dit leverde een zeer divers beeld op. Zo wordt een centrumstedelijke locatie door bijna 60% van de studenten aantrekkelijk tot zeer aantrekkelijk gevonden tegenover slechts 42% van de medewerkers. Bovendien vindt een even groot percentage van hen dergelijke woonlocaties (zeer) onaantrekkelijk. Stedelijke woonlocaties tegen het centrum aan (zowel vooroorlogs als naoorlogs) wordt eveneens door circa 60% van de studenten aantrekkelijk tot zeer aantrekkelijk gevonden. Bij medewerkers ligt dit met een percentage van 53,5% vooroorlogs en 41,5% naoorlogs opnieuw lager. Groenstedelijke suburbane woonlocaties worden door ruim 46% van de kenniswerkers gewaardeerd, terwijl voor ruim 26% dit niet het geval is. Bij dit type woonlocatie bestaan nauwelijks verschillen tussen studenten en medewerkers. Centrumdorpse en landelijk dorpse locaties worden door studenten het minst gewaardeerd, respectievelijk 34% en 31% vindt deze locaties (zeer) aantrekkelijk. Bovendien vindt een groot deel van de studenten dergelijke woonlocaties onaantrekkelijk tot zeer onaantrekkelijk (respectievelijk 41% en 51%). Onder medewerkers worden dorpse en landelijke locaties hoger gewaardeerd. 40% van hen vindt centrumdorps wonen (zeer) aantrekkelijk en bijna de helft ziet een landelijk dorpse woonlocatie wel zitten. Kijken we naar de woonmilieus zoals verderop afgebeeld, dan strookt dit niet helemaal

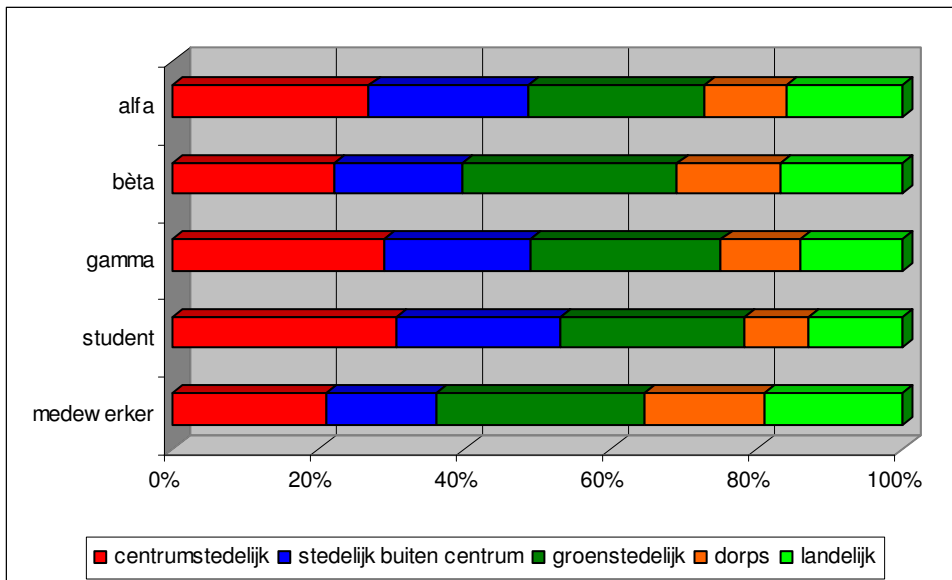
met de waardering en perceptie van de woonlocaties. Respondenten dienden twee woonmilieus te kiezen die hen het meeste aanspreken, waarbij de afbeeldingen zonder onderschrift werden getoond. Het centrumstedelijke milieu werd door de helft van de respondenten gekozen. De villabuurt sprak 40% het meeste aan, gevolgd door stedelijk tegen het centrum vooroorlogs met 35%. Dit is opvallend want dit milieu werd door het merendeel van de respondenten toch hoger gewaardeerd. Blijkbaar is de perceptie van de woonlocatie anders dan de bij het woonmilieu gekozen afbeelding. Landelijk vooroorlogse en dorpse woonmilieus spreken een kwart van de respondenten het meeste aan. Wonen bij winkels (7%), stedelijk tegen het centrum naoorlogs (6%), buitenwijk eengezins (17%), buitenwijk meergezins (7%) en landelijk naoorlogs (8%) kunnen op minder waardering van de respondenten rekenen. In de onderstaande figuur 6.12 is het verschil tussen studenten en medewerkers weergegeven. Daarbij valt op dat de urbane milieus studenten meer aanspreken dan medewerkers. Voor suburbane en rurale woonmilieus geldt juist het omgekeerde.

%	Studenten	Medewerkers
centrumstedelijk	57,4	39,7
wonen bij winkels	9,8	3,3
stedelijk tegen het centrum vooroorlogs	41,7	27
stedelijk tegen het centrum naoorlogs	7,9	4,2
villabuurt	38,9	41,2
buitenwijk (eengezins)	16,5	17,4
buitenwijk (meergezins)	6,5	6,6
landelijk (naoorlogs)	8	8
landelijk (vooroorlogs)	20,4	30,6
dorps	19,3	34

Figuur 6.12: Meest aansprekende woonmilieus kenniswerkers regio Groningen-Assen (Eigen bewerking, 2009)

Daarnaast blijkt leeftijd ook een verklarende factor. Hoe ouder men wordt, hoe meer men bereid is om voor een landelijk of centrumdorpse woonmilieu te kiezen. Ook de groenstedelijke woonmilieus worden populairder naarmate de leeftijd toeneemt. Voor de categorie 45-65 jaar geldt dat zij als enige deelpopulatie een landelijk of centrumdorpse woonlocatie verkiest boven een centrumstedelijke. De verschillen hiertussen zijn echter marginaal. Uit statistische analyse komt verder naar voren dat ook de opleidingsrichting van de kenniswerker van invloed is op de keuze voor een specifiek woonmilieu. Zo blijkt uit de frequenties dat kenniswerkers met een alfa- en gamma-achtergrond vaker in centrumstedelijke milieus willen wonen dan bèta's. Voor dorpse en landelijke locaties geldt het omgekeerde. Deze worden vaker aantrekkelijker gevonden door bèta's dan door alfa- en gammakenniswerkers. Of deze verschillen in waardering statistisch significant zijn kan worden beoordeeld aan de hand van logistische regressieanalyse. Bij deze analyse worden samenhangen tussen de woonmilieuvorkeur en de opleidingsrichtingen uitgedrukt in onderlinge kansen voor de binnen de onafhankelijke variabelen onderscheiden categorieën (alfa, bèta, gamma). Elke conclusie die wordt

getrokken uit een logistische analyse is echter relatief. Categorieën binnen een variabele (opleidingsrichting: alfa, bèta, gamma) verschillen altijd ten opzichte van één referentiecategorie (bv. gamma). Er kunnen dus geen uitspraken worden gedaan over de kans dat een alfastudent in een centrumstedelijk milieu gaat wonen, maar wel over hoe de kans verandert als deze student of kenniswerker een bèta-achtergrond heeft. Wanneer we de opleidingsrichtingen alfa en bèta afzetten tegen de referentiecategorie gamma, blijkt dat met 95% zekerheid gesteld kan worden dat bèta's een veertig procent lagere kans hebben om een centrumstedelijk woonmilieu te kiezen dan gamma's. Bèta's hebben met hetzelfde significantieniveau (<5%) een 32% kleinere kans om een centrumstedelijk woonmilieu te kiezen dan alfa's. Voor dorpse woonmilieus (zie afbeelding volgende pagina) geldt dat bèta's een 42% grotere kans hebben om daar voor te kiezen dan gamma's. Tenslotte blijken bèta's geen significant grotere kans te hebben voor een dorps woonmilieu te kiezen dan alfa's. In bijlage B staan de tabellen en de technische uitwerking van de logistische regressieanalyse.



Figuur 6.12: Meest aansprekende woonmilieus kenniswerkers regio Groningen-Assen (Eigen bewerking, 2009)

Tot slot is in figuur 6.12 visueel weergegeven hoe de woonmilieuvorkeuren van alfa's, bèta's, gamma's, studenten en medewerkers zich tot elkaar verhouden. Daarbij bestaan de eerste drie zowel uit studenten als medewerkers. In de grafiek is de woonmilieutypologie van het ministerie van VROM gehanteerd zoals in hoofdstuk 4 beschreven. Grote verschillen bestaan vooral tussen centrumstedelijke en dorpse woonmilieus. Onder studenten zijn stedelijke woonmilieus meer gewild dan onder medewerkers terwijl voor dorpse en landelijke woonmilieus het omgekeerde geldt. Daarnaast valt op dat bèta's - zoals hiervoor aan de hand van logistische regressie beschreven - het centrumstedelijke milieu minder aantrekkelijk vinden dan alfa's en gamma. Toch blijkt dat alle groepen een overwegend stedelijke oriëntatie vertonen, hetgeen zou kunnen samenhangen met de afstand tot werk- en studieplek die in het geval van deze kenniswerkers in stedelijk gebied gesitueerd is.



*Centrumstedelijk*



*Wonen bij winkels*



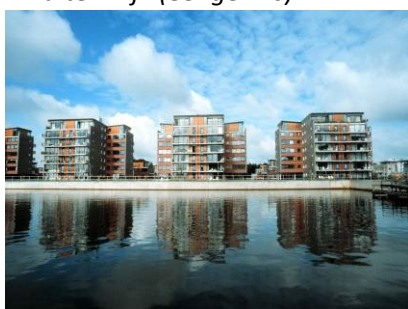
*Stedelijk tegen het centrum aan (vooroorlogs)    Stedelijk tegen het centrum aan (naoorlogs)*



*Buitenwijk (eengezins)*



*Landelijk (naoorlogs)*



*Buitenwijk (meergezins)*



*Villabuurt*



*Dorps*



*Landelijk (vooroorlogs)*



### 6.7.1 Toetsing aan de theorie

Eén van de meest concrete aannames die afgeleid kan worden uit de theorie is dat kenniswerkers een stedelijke woonvoorkeur hebben. Deze stedelijke milieus scoren hoog als het gaat om openheid, tolerantie, diversiteit en een breed cultureel leven. En kenniswerkers zouden vooral daar willen wonen waar winkels, horeca en cultuur aanwezig zijn. Het zou met name de stedelijke levensstijl zijn die kenniswerkers aantrekt. Culturele en sociale voorkeuren spelen namelijk een steeds belangrijkere rol in de woonplekkeuze. Factoren als imago, status en geborgenheid (leefstijl) zijn belangrijk in de keuze voor een bepaald woonmilieu. Toetsing van de enquêtegegevens wijst inderdaad uit dat stedelijke woonmilieus het meest populair zijn onder kenniswerkers uit de regio Groningen-Assen. Deze stedelijke milieus domineren echter niet de andere woonmilieus. Ook landelijke en dorpse milieus zijn (zij het in mindere mate) bij kenniswerkers in trek. Het milieu 'wonen bij winkels' blijkt daarnaast in tegenstelling tot wat de theorie veronderstelt onpopulair. Uit de theorie komt verder naar voren dat het vooral de creatieve kenniswerkers zijn die in de steden wonen. De leefstijl van deze creatieve kenniswerkers is volgens Florida (2002) gebaseerd op actieve participatie, vrijheid, onafhankelijkheid en eigen verantwoordelijkheid. Concreet gaat het bijvoorbeeld om architecten en medewerkers uit de reclame- en mediabranche. Bèta's als medici en ICT'ers zouden een meer suburbane of landelijke woonvoorkeur vertonen (van Engelsdorp Gastelaars en Hamers (2006) en De Wijs Mulkens (1999)). Uit de enquête blijkt inderdaad dat het merendeel van de bèta's niet in een centrumstedelijk milieu wil wonen terwijl voor alfa's en gamma's juist het omgekeerde geldt. Een meerderheid van de bèta's geeft echter ook aan niet in een dorps woonmilieu te willen wonen. Dit is dus niet in overeenstemming met de theorie. Wel is de kans dat een bèta voor een dorps woonmilieu kiest groter dan voor alfa's en gamma's. Personen met deze achtergrond willen dus nog minder graag in een dorp wonen. Hieruit blijkt wederom een overwegend (centrum)stedelijke woonvoorkeur van kenniswerkers.

### 6.7.2 Toetsing aan het WoON 2006

Volgens het WoON wenst 15% van de Nederlandse woningzoekenden een centrumstedelijk woonmilieu (tegenover 26% van de kenniswerkers uit deze enquête). Circa 30% wenst een stedelijk tegen het centrum gelegen woonlocatie (tegenover 19%) en 20% zou graag in een groenstedelijk milieu willen wonen (tegenover 27%). Ongeveer 25% van de deelnemers aan het WoON wenst een (centrum)dorps woonmilieu (tegenover 12%) en de resterende 10% woont graag landelijk (tegenover 16% uit dit onderzoek). Kenniswerkers uit de regio Groningen-Assen hebben dus afwijkende woonmilieuvorkeuren van de gemiddelde Nederlander, toch komen de woonmilieuvorkeuren redelijk overeen met de woning- en woonmilieuvraag in de regio zoals beschreven door het ABF in figuur 4.8.

## 6.8 Resumé

Zoals uit het vorige hoofdstuk gebleken is de beroepsbevolking in de regio Groningen-Assen hoger opgeleid dan het landelijk gemiddelde. Oorzaak is ondermeer de aanwezigheid van kennisinstellingen als de *Rijksuniversiteit Groningen* en de *Hanzehogeschool*. Deze zijn daarnaast van groot belang als werkgever, bovendien zijn er andere instellingen als het *Universitair Medisch Centrum Groningen* die in kennisintensieve werkgelegenheid voorzien. De deelnemers aan de enquête zijn dan ook afkomstig van de *RUG* en het *UMCG*. De respondenten zijn geselecteerd op basis van hun opleidingsniveau. In dit hoofdstuk is getracht om de woonwensen van kenniswerkers uit de regio Groningen-Assen in kaart te brengen en deze te toetsen aan de gemiddelde Nederlander uit het *Woon Onderzoek Nederland 2006* en de theorie.

Circa negentig procent van de respondenten is woonachtig in de regio Groningen-Assen. Hiervan woont driekwart in de gemeente Groningen. ‘Slechts’ de helft van alle respondenten ziet Groningen ook daadwerkelijk als gewenste woongemeente. Naast het gebied van de regio Groningen-Assen zijn vooral de grote steden in de Randstad, het ‘buitenland’ en ook Zwolle populaire gewenste woongemeenten. Binnen de regio Groningen-Assen zijn - naast Groningen - vooral de gemeenten Haren, Assen en Tynaarlo in trek. De Gemeenten Slochteren en Ten Boer vallen buiten het lijstje gewenste gemeenten van hoogopgeleiden uit de regio. Negen van de tien werkzame hoogopgeleiden wil graag een eigen woning. Een kwart van hen is verhuisgeneigd met als belangrijkste verhuismotieven verandering in werk en inkomen en ontevredenheid over het huidige woningtype. Toegang tot werk, studie en inkomen vormen dan ook de belangrijkste vestigingsvoorwaarden die de respondenten stellen, gevolgd door een aantrekkelijke woonomgeving en de prijs van het woningaanbod. Ook de kwaliteit en het aanbod van voorzieningen vormen een aanwijsbare reden voor kenniswerkers om zich ergens te vestigen. Kenniswerkers uit de regio Groningen-Assen zijn daarnaast bereid meer uit te geven aan woonlasten dan dat ze op dit moment doen. Dit biedt kansen voor het ontwikkelen van woonconcepten in het hogere marktsegment. Het gaat dan om vrijstaande woningen in landelijke en randstedelijke woonmilieus en appartementen in (centrum)stedelijke milieus. Belangrijkste eigenschappen die door de respondenten aan de woning worden gesteld zijn betaalbaarheid, comfortniveau en grootte van de woning. Qua voorzieningen wenst een meerderheid van de respondenten supermarkten, winkels en openbaar vervoer in haar directe nabijheid. Wat betreft woonmilieus zijn met name de stedelijke locaties in trek. Het gaat dan zowel om centrumstedelijke woonmilieus als nabij gelegen locaties. Opvallend hierbij is dat kenniswerkers met een bèta-achtergrond een kleinere kans hebben voor een centrumstedelijk woonmilieu te kiezen dan alfa’s en gamma’s. Tegelijkertijd is de kans dat zij voor een dorps woonmilieu kiezen groter dan voor alfa- en gammakenniswerkers.



## Hoofdstuk 7 Conclusies, aanbevelingen en synthese

### *Inleiding*

Deze scriptie over de woonwensen van kenniswerkers in de regio Groningen-Assen wordt afgesloten met conclusies, aanbevelingen en een synthese waarbij teruggekoppeld wordt naar de vorige hoofdstukken. De conclusies vormen een antwoord op de geformuleerde hoofdvraag uit hoofdstuk 1. Hieruit worden vervolgens aanbevelingen afgeleid voor het projectbureau Regio Groningen-Assen 2030 die meegenomen kunnen worden in het toekomstige regionale woningbouwbeleid. De scriptie eindigt tenslotte met een synthese waarin de verbanden tussen theorie, onderzoek en resultaten nogmaals kort worden aangeduid.

### **7.1 Conclusies**

De hoofdvraag van deze scriptie luidt als volgt:

***Wat zijn de effecten van de transitie naar een kenniseconomie - en daarmee een verandering in de werkgelegenheid - in de regio Groningen-Assen op de woonwensen van deze kenniswerkers en hoe kan hier door middel van regionaal beleid en samenwerking op in worden gespeeld?***

De kennissector wordt wereldwijd beschouwd als de grootste macro-economische groeisector. Een economie die draait op kennis is duurzaam en leidt volgens de Nota Ruimte tot meer en betere banen. De overgang van arbeidsintensieve naar dienstverlenende bedrijvigheid markeert het toenemende belang van de factor kennis in de economie. Kennis als productiefactor vormt de belangrijkste input van een kenniseconomie, naast klassieke productiefactoren als arbeid, kapitaal en natuurlijke hulpbronnen. Het zwaartepunt van de Nederlandse economie verschuift steeds meer richting hoogwaardige dienstverlening in de zorg-, ICT-, energie-, chemische en financiële sector waarvoor hoogopgeleide arbeidskrachten vereist zijn. Deze worden gevat onder de term kenniswerkers, personen met een afgeronde hbo- of universitaire opleiding. Een kenniseconomie is dus gebaseerd op hoogwaardige diensten. Daarbij vertoont een kenniseconomie sterke gelijkenissen met een netwerkeconomie. Kennis is *footloose* en wordt met behulp van ICT uitgewisseld door bedrijven en kennisinstellingen in netwerken. Dergelijke netwerken reageren snel op veranderende markten en technologieën. Kennisintensieve bedrijven redden het echter niet alleen en clusteren daarom in toenemende mate omdat dit kostenvoordelen oplevert. Zo ontstaan er knooppunten van kennis en verbindingen daartussen die tot uiting komen in internationale netwerken. De regio Groningen-Assen is zo'n knooppunt in een netwerk. Mede door de perifere ligging in Nederland heeft de regio Groningen-



Assen als nationaal stedelijk netwerk te maken met toenemende internationalisering. Dit uit zich ondermeer door het ontstaan van handels- en kennisnetwerken met steden in Noord-Duitsland, Scandinavië en de Baltische staten. Het beleid van de regio Groningen-Assen richt zich op duurzame economische ontwikkeling waarbij de innovatiekracht en concurrentiepositie van de regio versterkt wordt. Belangrijk is daarbij dat hoogopgeleiden (afkomstig van de Rijksuniversiteit Groningen en de Hanzehogeschool) voor de regio behouden blijven. Een hoogopgeleid arbeidspotentieel vormt namelijk een steeds belangrijkere vestigingsfactor voor bedrijven. In het beleid moeten daarom voorwaarden worden gecreëerd om studenten (potentiële kenniswerkers) te behouden voor de regionale arbeidsmarkt. Eén daarvan is een aantrekkelijk aanbod van woningen en woonmilieus. Vanwege de aanwezige kennisinstellingen in de regio Groningen-Assen is er zeker een grondslag aanwezig om te investeren in de kenniseconomie. Door het toepassen van kennis is innovatie in de economie van een stedelijk netwerk volgens de Nota Ruimte mogelijk, innovatie leidt tot nieuwe producten en diensten en daarmee wordt economische groei mogelijk gemaakt.

Een kenniseconomie wordt vaak geassocieerd met ICT. Daarnaast vormt creativiteit ook een invalshoek. Creatieve kenniswerkers verbinden cultuur en economie tot een creatieve industrie. De term kenniswerkers wordt hiermee verbreed. Zo kunnen er naast wetenschappelijke en professionele ook creatieve kenniswerkers worden onderscheiden. In een kenniseconomie gaat het vooral om het productief samenwerken met anderen en te begrijpen hoe markten functioneren om zo tot productieve toepassingen van nieuwe ideeën en technologie (innovaties) te komen. Kenniswerk is veelal gesitueerd in steden. Oorzaak hiervan is de diversiteit aan mensen, bedrijven en culturen die leiden tot creatieve ideeën, innovaties en productiviteitsgroei. In kennissteden wordt kennis gebruikt, verwerkt, geproduceerd en geëxporteerd. In steden vindt bovendien snelle kennisdiffusie plaats door de fysieke nabijheid van kenniswerkers en -bedrijven. Kenniswerkers zijn een hoog mobiele groep en stellen daarom hoge eisen aan hun werk- en woonomgeving. Daarnaast heeft de veranderende economische en ruimtelijke structuur die voortvloeit uit de transitie van productie naar (hoogwaardige) diensten nadrukkelijke consequenties voor de eisen die aan de werk- en woonplek worden gesteld als gevolg van veranderende productieprocessen. Vergroting van de mobiliteit en nieuwe communicatietechnieken hebben de gebondenheid aan de plek doen afnemen. Sociale en zakelijke relaties reiken verder dan de grenzen van de stad. In een kenniseconomie ontstaan netwerken van deze relaties tot uiting komend in netwerksteden als knooppunten van ontmoetingen en uitwisselingen.

In deze nieuwe kennis- en netwerkeconomie vormen de eigen woning en woonomgeving het functionele centrum van waaruit bewoners een groot ruimtelijk veld kunnen bestrijken. ICT vergemakkelijkt thuiswerken, waardoor woningen niet alleen meer een primaire functie in de zin van het bieden



van onderdak vervullen, maar ook meer object worden van werk- en recreatieve functies. De invulling van thuis wordt steeds individualistischer en is gebonden aan leefstijlen. De inrichting van woning en woonwijk zou dan ook flexibeler moeten kunnen worden. Dit betekent dat door verschillende spelers aan de aanbodkant van de woningmarkt (ontwikkelaars, woningcorporaties, beleidsmakers) meer ingespeeld moet worden op de woonwensen van de gebruiker en dat deze daardoor centraal komt te staan. Hiervoor is een (regionale) marktgerichte planningbenadering vereist die focust op de doelgroep kenniswerkers en inzicht verkrijgt in haar wensen aan de hand van woononderzoeken en vastgoedmarketing zodat vraag en aanbod op elkaar afgestemd worden. Een marktgerichte benadering van ruimtelijke planning beoogt aldus het maken van een kwaliteitsslag door specifieke producten onder de aandacht te brengen van afgebakende potentiële consumenten. Aansluitend kan met een wooneconomiebeleid getracht worden woonconsumenten te verleiden om in de regio Groningen-Assen te blijven of komen wonen. Met een wooneconomiebeleid wordt verondersteld dat door te investeren in een hoge woonkwaliteit bedrijven en hoogopgeleiden kunnen worden agetrokken die een bijdrage leveren aan de economische ontwikkeling van de regio. Het gaat dan om het uitbreiden van het woningbestand met aantrekkelijke woonconcepten, woningtypen en woonmilieus. Als aanvulling hierop zou vooral een gebiedsgerichte aanpak kunnen worden gehanteerd waarin wonen, werken, winkelen en recreëren worden gecombineerd. Dergelijke functiemenging bevordert de diversiteit en vergoot de ruimtelijke kwaliteit (in de zin van gebruiks-, belevings- en toekomstwaarde) van woonmilieus.

Kenniswerkers vormen een betrekkelijk veeleisende doelgroep die mede afhankelijk van imago en beleving van een woonmilieu hun woonlocatie bepalen. In een kennis- en netwerkeconomie wordt de woning een hybride ruimte waarin niet alleen wordt gewoond, maar ook wordt gewerkt en vrije tijd wordt doorgebracht. Er ontstaat dan ook een vraag naar ruime woningen. Woonwensen komen op een hoger niveau te liggen dan voorheen als gevolg van trends als thuiswerken, welvaartsstijging, toenemende aandacht voor duurzaamheid, vergrijzing, individualisering en de opkomst van leefstijlen. De woning wordt steeds meer een stijlproduct waarmee mensen zichzelf willen identificeren en onderscheiden. Er bestaat daarom een zekere behoefte aan vernieuwende woonconcepten en woonmilieus. Eisen die aan de woning en woonomgeving worden gesteld komen ondermeer tot uiting in de zin van omvang, voorzieningen, gebruiksgemak, comfortniveau, gedifferentieerder ruimtegebruik en aldus een hogere woonkwaliteit. Kenniswerkers hebben ondanks het afnemende belang van de gebondenheid aan de plek een overwegend stedelijke woonvoorkeur. Dit is onder kenniswerkers in de regio Groningen-Assen niet anders. Oorzaak is enerzijds dat arbeidsplaatsen veelal in steden gesitueerd zijn, anderzijds scoren stedelijke milieus hoog als het gaat om openheid, tolerantie, diversiteit en een breed cultureel leven. Kenniswerkers willen vooral daar wonen waar winkels, hore-

ca en cultuur aanwezig zijn. Onder kenniswerkers in de regio Groningen-Assen scoort de gemeente Groningen als gewenste woonplek dan ook goed. Studenten beschouwen na Groningen, de gemeenten Utrecht, Amsterdam, Zwolle en Den Haag als gewenste woonplek met daartussen ook nog het buitenland. Onder reeds werkzame kenniswerkers in de regio zijn de gemeenten Haren, Tynaarlo, Aa en Hunze, Noordenveld en Assen (met daartussenin wederom het buitenland) na Groningen het meest gewenst. Opvallend is dat alle gemeenten in het zuidelijk deel van de regio Groningen-Assen liggen. Aa en Hunze maakt overigens geen deel uit van het Regiovisiegebied. Hier is een duidelijk verschil zichtbaar tussen studenten en medewerkers. Studenten bevinden zich aan het begin van hun wooncarrière en lijken minder gebonden aan de regio dan medewerkers die hier al *gesettled* zijn. Bovendien hebben studenten een grotere oriëntatie op stedelijke gemeenten dan medewerkers.

Negentig procent van de kenniswerkers in de regio Groningen-Assen wil graag een woning in eigendom hebben. Ruim driekwart geeft aan ook daadwerkelijk een volgende woning te willen kopen. Circa een kwart is verhuisgeneigd en is bereid meer te betalen voor woonruimte dan zij op dit moment doet. Kenniswerkers hebben dan ook een bovengemiddeld inkomen. Deze gegevens bieden kansen voor het ontwikkelen van woonconcepten in het hogere segment. Belangrijkste voorwaarden voor kenniswerkers om zich ergens te vestigen zijn werk, studie en inkomen, gevolgd door aantrekkelijkheid van de woonomgeving, de aantrekkelijkheid en prijs van het woningaanbod, het voorzieningenaanbod en tenslotte de nabijheid van familie en vrienden. Woning en woonomgeving zijn dus van groot belang om kenniswerkers te behouden voor of te trekken naar de regio Groningen-Assen. Onder werkzame kenniswerkers bestaat vooral een behoefte aan ruime en flexibel in te delen woningen op ruime kavels. Onder studenten en jongere kenniswerkers die aan het begin van hun wooncarrière staan bestaat vooral een vraag naar (ruime) appartementen. Met name de grootte van de woning en het comfortniveau worden beschouwd als de belangrijkste kwaliteiten van een woning. De betaalbaarheid is daarbij van doorslaggevend belang. Qua voorzieningen worden vooral supermarkten, winkels en openbaar vervoer in de directe nabijheid gewenst. De afstand tot culturele voorzieningen als musea, bioscopen en theaters wordt in tegenstelling tot wat de theorie veronderstelt veel minder belangrijk gevonden door kenniswerkers in de regio Groningen-Assen. Wat betreft woonplek zijn met name de stedelijke locaties in trek. Het gaat dan zowel om centrumstedelijke woonmilieus of nabij gelegen locaties. Opvallend hierbij is dat kenniswerkers met een bèta-achtergrond een kleinere kans hebben voor een centrumstedelijk woonmilieu te kiezen dan alfa's en gamma's. Tegelijkertijd is de kans dat zij voor een dorps woonmilieu kiezen groter dan voor alfa- en gammakenniswerkers. Daarnaast is er een duidelijk verschil tussen studenten en medewerkers waar te nemen als het gaat om woonmilieuvorkeuren. Onder studenten zijn stedelijke woonmilieus meer gewild dan onder mede-



werkers terwijl voor dorpse en landelijke woonmilieus het omgekeerde geldt. Toch blijkt dat beide groepen (potentiële) kenniswerkers een overwegend stedelijke oriëntatie vertonen.

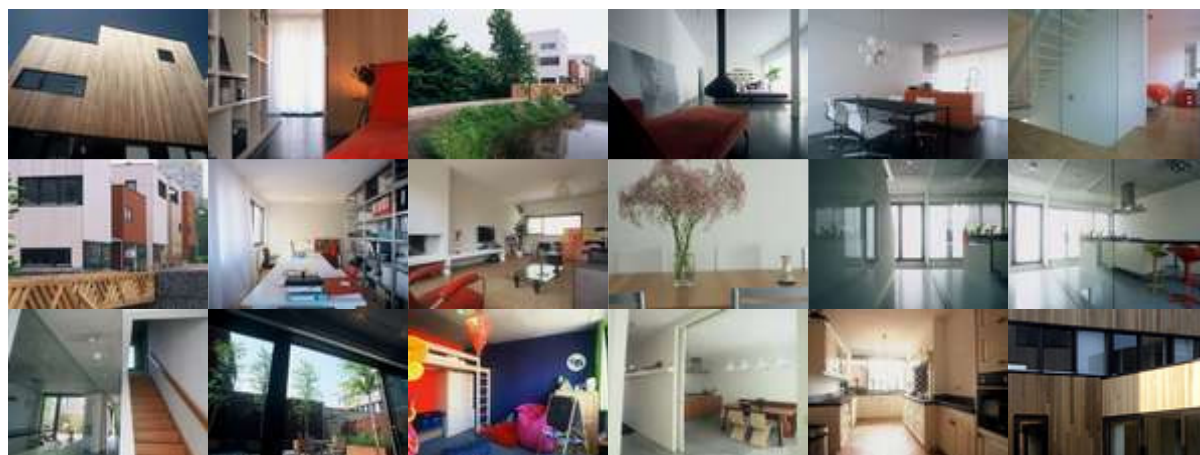
Op het gebied van werkgelegenheid ziet de Regiovisie Groningen-Assen 2030 grote kansen in de kenniseconomie. Bijna de helft van de beroepsbevolking in de regio is immers hoogopgeleid. Vanuit het oogpunt van regiomarketing en profilering past een dergelijke economische strategie bij de doelstelling van de regio Groningen-Assen om te komen tot duurzame ontwikkeling met behoud van gebiedsspecifieke kwaliteiten als rust, ruimte en natuur. De regio tracht zich met deze combinatie te onderscheiden van andere gebieden. Het creëren van de ideale randvoorwaarden voor vestiging en behoud van kenniswerkers is echter complex en niet volledig beïnvloedbaar. Alleen het aanbieden van aantrekkelijke woongelegenheden is niet voldoende, er moet vooral ook een redelijke kans bestaan op het vinden van een aantrekkelijke baan. Een hoogwaardige woningvoorraad in een aantrekkelijke woonomgeving vormt daarbij wel een *trigger* voor (potentiële) kenniswerkers.

## 7.2 Aanbevelingen

Uit het voorgaande kunnen een aantal aanbevelingen worden afgeleid voor het toekomstige regionale woningbouwbeleid van het projectbureau Regio Groningen-Assen 2030.

### *Vestigingsvoorwaarden*

- Aangezien een hoogopgeleid arbeidspotentieel een steeds belangrijkere vestigingsfactor voor bedrijven vormt dienen ondermeer de woonwensen van deze kenniswerkers te worden gerealiseerd om hen voor de regio te behouden, dit betekent bijvoorbeeld flexibel in te delen woongelegenheden aanbieden in de stad Groningen en gemeenten ten zuiden daarvan;
- Alleen het aanbieden van aantrekkelijke woongelegenheden is echter niet voldoende, er moet vooral ook gezorgd worden voor een redelijke kans op het vinden van een aantrekkelijke baan.



Figuur 7.1: Stedelijk tegen het centrum aan: woonwijk De Linie, Europapark Groningen (KUUB, 2009)

### *Regionaal beleid*

- De woningvrager ziet zichzelf steeds meer als consument en stelt steeds meer eisen, de woningbouwsector wordt dan ook steeds meer een vraaggestuurde markt. Er is daarom een regionale marktgerichte planningbenadering vereist die focust op de doelgroep kenniswerkers in plaats van een generiek aanbodgericht woningmarktbeleid;
- Een uiting daarvan is een wooneconomiebeleid waarbij wordt verondersteld dat door te investeren in een hoge woonkwaliteit bedrijven en creatief hoogopgeleid talent kunnen worden agetrokken die een bijdrage leveren aan de economische ontwikkeling van de regio. Het gaat dan om het uitbreiden van het woningbestand met aantrekkelijke woningtypen en woonmilieus;
- Daarbij zou een gebiedsgerichte aanpak kunnen worden gehanteerd waarin wonen, werken, winkelen en recreëren zoveel mogelijk worden gecombineerd. Dergelijke functiemenging bevordert de diversiteit en vergoot de ruimtelijke kwaliteit van woongebieden;

- Kenniswerkers hebben een stedelijke oriëntatie, in het regionale woningbouwbeleid kan daarom aansluiting bij de T-structuur worden gezocht waarbij hoogwaardig wonen en werken wordt gebundeld in kernen langs de belangrijkste infrastructuurassen;
- Het onderscheidend vermogen van de regio Groningen-Assen ligt in de aanwezigheid van gebiedskwaliteiten als rust, ruimte en groen die gecombineerd kunnen worden met hoogwaardige woon- en werkmilieus in stedelijk gebied, zo zou de regio zich ook moeten profileren;
- De vier door de regio Groningen-Assen geformuleerde woningbouwopgaven tot 2020 (realisering taakstelling, meer differentiatie in woningaanbod, sterke steden in vitale regio, ruimtelijke kwaliteit) zijn in overeenstemming met de onderzoeksresultaten: om kenniswerkers te behouden voor of te trekken naar de regio dienen voldoende (kwantitatief) en aantrekkelijke woningen en woonmilieus (kwalitatief) te worden ontwikkeld;



Figuur 7.2: Groenstedelijk/landelijk: woonwijk Ter Borch, Eelderwolde, gemeente Tynaarlo (KUUB, 2009)

### *Woonwensen van kenniswerkers*

- Woningen worden naast hun primaire woonfunctie steeds meer object van werk- en recreatieve functies, de invulling van thuis wordt daarnaast steeds individualistischer en is gebonden aan leefstijlen, er moet daarom flexibiliteit en keuzevrijheid worden geboden met betrekking tot indeling en inrichting van de woning;
- Onder kenniswerkers uit de regio Groningen-Assen bestaat hoofdzakelijk een woningvraag in de gemeente Groningen en in gemeenten ten zuiden daarvan, met name hier dienen daarom voldoende en aantrekkelijke woningen te worden gerealiseerd;
- Concreet bestaat er onder kenniswerkers een behoefte aan koopwoningen in het hogere segment, het gaat dan om (vrijstaande) woningen in landelijke en rand- of groenstedelijke woonmilieus en appartementen in (centrum)stedelijke milieus;

- De projecten van KUUB zijn een inspiratiebron van bovenstaande aanbevelingen. Ze zijn een uiting van flexibiliteit, wooninnovatie en productdiversificatie. Toekomstige bewoners kunnen zelf invloed uitoefenen op de architectuur en de indeling van hun woning. Met dergelijke woonconcepten kunnen mensen zichzelf identificeren en wordt de eigen woning een stijlproduct.



Figuur 7.3: Stedelijk tegen het centrum aan: woonwijk De Velden, Oosterparkwijk Groningen (KUUB, 2009)

### 7.3 Synthese

Met deze master thesis is gepoogd nieuwe inzichten te verschaffen in de woonwensen van de toekomst en daarmee een bijdrage te leveren aan het planologisch werkveld. Er is getracht de voorkeuren van de kenniswerker in de regio Groningen-Assen als woonconsument te duiden ten aanzien van woning en woonomgeving, samenhangend met culturele, demografische en sociaaleconomische factoren. Het onderzoek is exploratief van aard geweest en heeft beoogd samenhangen te vinden tussen theorie en waarneembare werkelijkheid aan de hand van een enquête. Het onderzoek is daarnaast vooral kwalitatief van aard geweest en is ten dele onderbouwd met cijfermatige gegevens. Getracht is om aan de hand van literatuurstudie en veldwerk verbanden te leggen tussen kenniseconomie, woningmarkt en contextuele ontwikkelingen. Deze verbanden tussen theorie, onderzoek en resultaten hebben tenslotte geleid tot conclusies en aanbevelingen over de woonwensen van kenniswerkers als woonconsumenten en daaruit voortvloeiende toekomstige woonproducten.



## Bibliografie

ABF Research (2007), *Woningmarktverkenning provincie Groningen en regio Groningen-Assen op basis van WoON2006*, Delft: ABF Strategie.

Allmendinger, P. (2002), *Planning Theory*, Hampshire: Palgrave Macmillan.

Arnoldus, M. en S. Musterd (2002), *Wonen in de Regionale Kennisstad*, Amsterdam study centre for the Metropolitan Environment (AME).

Berenschot (2008), *Onderzoek naar trendmatige ontwikkelingen en de gevolgen voor de Regio Groningen-Assen*, Utrecht: Onderzoeksbureau Berenschot.

Berg, E. van de (2008), *Liever wonen dan werken in Noord-Nederland*, Groningen: RUG/Wetenschapswinkel Economie & Bedrijfskunde.

Bersselaar, V. van den (2003), *Wetenschapsfilosofie in veelvoud*, Bussum: Coutinho, tweede druk.

Bontje, M. en S. Musterd (2005), *Hoe woont de creatieve kenniswerker?*, Gemeente Amsterdam: Dienst Onderzoek en Statistiek.

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

Boumeester, H.J.F.M., H. van der Heijden, G. Keers, J. van der Schaar, P. de Vries en R. de Wildt (2005), *Marktimperfecties in woningbouw*, Amsterdam: RIGO Research en Advies B.V., Delft: Onderzoeksinstituut OTB.

Broersma, L., J. van Dijk en D. Stelder (2008), *Noordelijke arbeidsmarktverkenning 2008*, Groningen: Rijksuniversiteit Groningen.

Buys, A. (2001), De beleving van woonmilieus in kaart gebracht, In: *Tijdschrift voor de volkshuisvesting*, nr. 6, p. 11-15.

Cammen, H. van der en L. de Klerk (2003), *Ruimtelijke Ordening: van grachtengordel tot VINEX-wijk*, Utrecht: Uitgeverij Het Spectrum.

CBS (2009), *Centraal Bureau voor de Statistiek*, website [www.cbs.nl](http://www.cbs.nl), bezocht in januari 2009.

Clark, W. en Dieleman F. (1996), *Household and housing: choice and outcomes in the housing markets*, New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press.

Diepen, A.M.L. van en M. Arnoldus (2003), *De woonvraag in de vraaggestuurde markt, bouwstenen uit het woonmilieuanalyse en leefstijlenonderzoek*, Amsterdam: DGW/NETHUR Partnership.

Driessen, F.M.H.M. (1994), *Leefstijlen en Duurzame Woonomgevingen*, Utrecht: Bureau Driessen.



Drucker, P. (1959), *Landmarks of Tomorrow: A Report on the New 'Post-Modern' World*, New Jersey: Transaction Publishers.

Ecorys (2007), *Visie op Vastgoed*, Ecorys Research and Consulting, Rotterdam: Ecorys-Kolpron Vastgoed.

Ekkers, P. (2006), *Van volkshuisvesting naar woonbeleid*, Den Haag: Sdu Uitgevers bv, tweede druk.  
Engelsdorp Gastelaars, R. van en D. Hamers (2006), *De nieuwe stad, brandpunten van interactie*, Rotterdam: NAI Uitgevers.

Ernste H. en F. Boekema (2005), De cultuur van de stedelijke ontwikkeling. In: *De cultuur van de lokale economie, de economie van de lokale cultuur*, p. 9-23, van Gorkum, Assen.

Feenstra, S. (2000), *Sturen met vrijheid: een zoektocht naar de balans tussen ruimtelijke kwaliteit en individuele woonwensen*, Groningen: RUG.

Florida, R. (2002), *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community & everyday life*, New York: The Perseus Books Group.

Flowerdew, M. and D. Martin (1997), *Methods in Human Geography*, Pearson Education Limited, London.

Fyfe, N.R. and J.T. Kenny (2005), *The Urban Geography Reader*, Oxon: Routledge.

Ganzeboom, H.B.G. (1988), *Leefstijlen in Nederland: Een verkennend onderzoek naar leefstijlpatronen in Nederland*, Alphen aan de Rijn: Samsom.

Gemeente 's-Hertogenbosch (2004), *Actieplan kennisimpuls*, website [www.kennisimpuls.nl](http://www.kennisimpuls.nl), bezocht in januari 2009.

Gemeente Groningen (2008), *Groningen, Stad op scherp, concept structuurvisie 2008-2020*, Gemeente Groningen.

Gool, P. van, P. Jager en R.M. Weisz (2007), *Onroerend goed als belegging*, Rotterdam: Stenfert Kroese, derde druk.

Groenemeijer, L.M.G. (2002), *Woonpatronen van Amsterdamse kenniswerkers*, Delft: ABF Strategie.

Hagen, G.J. (2001), De woonconsument als mens, 'Motivational profiling' in de woningmarkt. In: *Tijdschrift voor de Volkshuisvesting*, jg. 7, nr. 3, p. 6-11.

Hermans, E.W. en M. van Wijck (2006), De creatieve stad: ruimte voor experimenten, in: *LILA en de planologie van de contramal*, p. 146-151, Assen: In Boekvorm Uitgevers BV.

Jacobs, J. (2000), *The Nature of Economies*, New York: Random House, The Modern Library.

KAW (2005), *Samenwerking kwaliteit woningbouw regio Groningen-Assen*, Groningen: KAW architecten en adviseurs.

KUUB (2009), *KUUB centrum particuliere bouw*, website [www.particulierebouw.nl](http://www.particulierebouw.nl), bezocht in juni 2009.



Lathauwer, W.H.K. de (2005), *Vastgoedmarketing, op weg naar marktgerichtheid*, Amsterdam: Amsterdam School of Real Estate.

LeGates, R.T. and F. Stout (2003), *The City Reader*, London: Taylor & Francis Ltd.

Lukey, R. en P. van der Steenhoven (2004), *Indicatoren Amsterdamse kenniseconomie*, Dienst Onderzoek en Statistiek, Amsterdam.

Machlup, F. (1962), *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*, Princeton: Princeton University Press.

Ministerie van Verkeer en Waterstaat (2006), *Ruimtelijke Analyse Structuurvisie Zuiderzeelijn*, Projectorganisatie Zuiderzeelijn, Den Haag.

Ministerie van VROM (2005), *Nota Ruimte: ruimte voor ontwikkeling*, Ministeries van VROM, LNV, VenW & EZ, Den Haag.

Ministerie van VROM (2006), *Woon Onderzoek Nederland (WoON): wonen op een rijtje*, Amsterdam: RIGO Research en Advies BV.

Ministerie van VROM (2007), *Wet Geluidhinder*, Ministeries van VROM, LNV, VenW & EZ, Den Haag.

Ministerie van VROM (2008), *Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer*, website [www.vrom.nl](http://www.vrom.nl), bezocht in februari 2009.

Motivaction (2008), *Mentality leefstijlonderzoek*, website [www.motivaction.nl](http://www.motivaction.nl), bezocht in december 2008.

Nas, P.J.M. en W.J.M. Prins (1991), *Huis, cultuur en ontwikkeling*, Leiden: DSWO Press.

NICIS (2005), *Kenniseconomie en de stad, naar een dynamische kennissamenleving in 2010*, Den Haag: Kenniscentrum Grote Steden.

Nio, I. (2000), *Leefstijlen: nieuwe dilemma's voor de ruimtelijke ordening*, Groningen: Platform GRAS.

Norušis, M.J. (2002), *SPSS 11.0 Guide to Data Analysis*, New Jersey: Prentice Hall.

Nozeman E.F. (2001), Woordelijke inaugurele rede Rijksuniversiteit Groningen, *Nieuwe wegen in vastgoed*, Groningen: University Library Groningen.

OESO (2008), *Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling*, website [www.oecd.org](http://www.oecd.org), bezocht in december 2008.

Oprins, C. (2006), Wooneconomie: over stuurbaarheid en versnelling in Noord-Nederland, in: *LILA en de planologie van de contramal*, p. 146-151, Assen: In Boekvorm Uitgevers BV.

OTB (1994), *Rapportage woningmarktmonitor 1992/1993*, Onderzoeksinstituut OTB, TU Delft: in opdracht van het Ministerie van VROM.

Pinkster, F.M. en R. van Kempen (2002), *Leefstijlen en woonmilieuvorkeuren*, Utrecht: URU.

Regio Groningen-Assen (2004,) *Regiovisie Groningen-Assen 2030*, Groningen: projectbureau Regio Groningen-Assen 2030.

Regio Groningen-Assen (2008), *nationaal stedelijk netwerk*, [www.regiogroningenassen.nl](http://www.regiogroningenassen.nl), bezocht van september tot december 2008.

Right Marktonderzoek (2009), *marktonderzoekbureau*, [www.right-marktonderzoek.nl](http://www.right-marktonderzoek.nl), bezocht in november 2008.

RIVM (2008), *Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu*, [www.rivm.nl](http://www.rivm.nl), bezocht in december 2008.

Roo, G. de (2001), *Planning per se, planning per saldo: Over conflicten, complexiteit en besluitvorming in de milieuplanning*, Sdu Uitgevers, Den Haag, 3e herziene druk.

Roo, G. de en E. Hermans (2006), *LILA en de planologie van de contramal: De ruimtelijk-economische ontwikkeling van Noord-Nederland krijgt een eigen kleur*, Assen: In Boekvorm.

Roo, G. de en H. Voogd (2004), *Methodologie van Planning: over processen ter beïnvloeding van de fysieke leefomgeving*, Coutinho, Bussum.

Rossi, P.H. (1955), *Why families move: A study in the social psychology of urban residential mobility*, Glencoe, Free Press, Illinois.

Ruimtelijk Planbureau (2004), *Kennis op de kaart: Ruimtelijke patronen in de kenniseconomie*, Rotterdam: NAI Uitgevers.

Ruimtelijk Planbureau (2005), *De prijs van de plek, woonomgeving en woningprijs*, Rotterdam: NAI Uitgevers.

Ruimtelijk Planbureau (2007), *Ruimtelijk economisch beleid in de kenniseconomie*, Rotterdam: NAI Uitgevers.

Sentel, J. (2008), Vastgoedmarketing, In: *Handboek Projectontwikkeling*, p. 87-101, Voorburg: NEPROM.

SenterNovem (2009), *de nationale woontest*, website [www.denationalewoontest.nl](http://www.denationalewoontest.nl), bezocht in januari 2009.

Short, J.R. (1996), *The Post-War Experience: Housing in Britain*, London: Methuen & Co. Ltd.

Sociaal en Cultureel Planbureau (2000), *Trends, dilemma's en beleid: essays over ontwikkelingen op langere termijn*, Den Haag: CPB en SCPB.

Socrates (2006), *Socrates woningmarktsimulatiemodel*, Den Haag: ministerie van VROM, Delft: ABF Research.

Spit, T. en P. Zoete (2003), *Gepland Nederland: een inleiding in ruimtelijke ordening en planologie*, Den Haag: Sdu Uitgevers bv.

Stichting Vastgoedrapportage regio Groningen-Assen (2008), *Vastgoedrapport Groningen-Assen*.



Stijnenbosch, M.H. (2004), Andere maatschappij vereist andere kijk op vastgoed, In: *PropertyNL research quarterly*, nr. 3, p. 57-61.

SysWov (2007), *Systeem Woningvoorraad*, website [www.datawonen.nl](http://www.datawonen.nl), bezocht in maart 2009.

Terpstra, P.R.A. (2003), Is er nieuwe woningnood in Nederland?, In: *B&G*, nr. 2, p. 25-29.

Uijlings, R.U. (2007), *Biresidentialiteit: een onderzoek naar (toekomstige) huishoudens met twee woningen*, Groningen: RUG/Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen.

Venhoeven, T. (2006), *De capsule als knooppunt en gebeurtenis*, Eindhoven: Technische Universiteit.

Vijgen, L. en R. van Engelsdorp Gastelaars (1986), *Stedelijke bevolkingscategorieën in opkomst*, Amsterdam: KNAG.

Voogd H. (2004), *Facetten van de planologie*, Alphen aan den Rijn: Kluwer, 6e herziene druk.

VROM-raad (2004), Kenniseconomie verlangt offensief ruimtelijk beleid, *Persbericht 19 november 2004*, Den Haag: VROM-raad.

Wassenberg, F.A.G. (1994), *Woonwensen en realisatie van VINEX-locaties in de Randstad*, Delft: Onderzoeksinstituut OTB.

Wereldbank (2008), *Kenniseconomie en de stad*, Den Haag: NICIS.

Wijs-Mulkens, E. de (1999), *Wonen op Stand: Lifestyles en Landschappen van de Culturele en Economische elite*, Amsterdam: het Spinhuis.

Winden, W. van (2007), Steden als motor van de kenniseconomie, In: *De economische kracht van de stad, Assen*: Koninklijke van Gorcum b.v.

Wirth, L. (1938), Urbanism as a way of life, in: *American Journal of Sociology*, nr. 44, p. 1-24.

Woonplein Limburg (2009), *woonwensenenquete*, website [www.ikwileenanderewoning.nl](http://www.ikwileenanderewoning.nl), bezocht in januari 2009.

Woonquest (2009), *Initiatief van Aedes*, website [www.woonquest.nl](http://www.woonquest.nl), bezocht in januari 2009.

Zwieten, H. van en G. Elzinga (2006), Het Noorden als een 'slow region', in: *LILA en de planologie van de contramal*, p. 205-211, Assen: In Boekvorm Uitgevers BV.