

- > Inleiding
- > Onderzoeksopzet
- > Lifestyle appartementen
- > Marktpartijen aan het woord
- > Doelgroepanalyse
- > Woningmarktanalyse
- > De Groningse woningmarkt
- > Discussie panel
- > Lifestyle appartementen in Groningen?

Lifestyle appartementen in Groningen?

- > Inleiding
- > Onderzoeksopzet
- > Lifestyle appartementen
- > Marktpartijen aan het woord
- > Doelgroepanalyse
- > Woningmarktanalyse
- > De Groningse woningmarkt
- > Discussie panel
- > Lifestyle appartementen in Groningen?

Lifestyle appartementen in Groningen?

© ir. T.A. Heegsma

Groningen, november 2005



Deze scriptie is alleen het werk van T.A.Heegsma. De scriptie is geschreven om te voldoen aan de voorwaarden voor het afronden van de master Vastgoedkunde aan de Rijksuniversiteit Groningen. Behoudens uitzonderingen door de wet gesteld, mag niets uit deze publicatie worden verveelvoudigd en/of openbaar worden gemaakt door middel van druk, fotocopy, microfilm of anderszids, zonder toestemming van de auteur.

Woord vooraf

Dit rapport bevat het verslag van een onderzoek dat is uitgevoerd in opdracht van Pandomo Makelaars. Het onderzoek richt zich op de kenmerken van een nieuw woonconcept dat zich sinds een aantal jaren voordoet op de Nederlandse woningmarkt. Met dit onderzoek hoop ik een waardevolle bijdrage te leveren aan het inzichtelijk maken van de gedachten en motieven achter dit woonconcept.

Met deze scriptie sluit ik de Master MSc vastgoedkunde af.

Uiteraard had ik dit nooit alleen gekund en daarom wil ik graag iedereen bedanken die mij in meer of mindere mate heeft ondersteund tijdens mijn afstudeerperiode. Mijn speciale dank uit naar de leden van mijn afstudeercommissie. Van mijn opleiding MSc Vastgoedkunde de heer dr. P.R.A. Terpstra, die mij heeft begeleid tijdens het afstudeertraject. Daarnaast dank ik de commissieleden drs. J. van de Velde en P. Cazemier van Pandomo Makelaars, die mij kennis hebben laten maken met dit nieuwe woonconcept en de makelaardijwereld.

Verder bedank ik een ieder die de bereidheid heeft gehad mij middels een interview te woord te staan. Tot slot wil ik een laatste dankwoord richten aan mijn familie, vrienden en vriendin die, in tegenstelling tot de vorige personen, niet hebben geholpen met dit onderzoek of enige andere bijdrage hebben geleverd, maar ondanks dat mij wel altijd hebben gesteund. Bedankt!

Ik wens u veel leesplezier!

Ir. T.A. Heegsma

Groningen, november 2005

Samenvatting

In deze scriptie wordt aandacht gegeven aan een nieuw woonconcept en de mogelijkheden die Groningen hiertoe biedt, om dit woonconcept te ontwikkelen. De aanleiding van dit onderzoek is ontstaan door de verschuiving van een vraag- naar een aanbodmarkt en de toenemende keuzevrijheid van individuen. Ontwikkelaars spelen in toenemende mate in op deze verandering met als gevolg dat er steeds meer gebouwd wordt onder het motto 'wonen op maat'. De woonwensen en leefstijlen van individuen en leeftijdsgroepen worden steeds meer gebruikt om passende concepten aan te bieden.

- > Inleiding
- > Onderzoeksopzet
- > Lifestyle appartementen
- > Marktpartijen aan het woord
- > Doelgroepanalyse
- > Woningmarktanalyse
- > De Groningse woningmarkt
- > Discussie panel
- > Lifestyle appartementen in Groningen?

Deze nieuwe vorm van denken heeft geresulteerd in het concept van lifestyle appartementen. Dit zijn luxe appartementen met extra services en voorzieningen. Denk hierbij aan de aanwezigheid van een huismeester die allerlei gemaksdiensten aanbiedt en de aanwezigheid van voorzieningen als een zwembad, een fitnessruimte en een sauna. Uit de casestudies en interviews met de betrokken partijen blijkt dat er in de meeste gevallen is gekozen voor een soort standaard servicepakket, wat kan worden uitgebreid naargelang de keuze van de bewoners. Over de voorzieningen zoals het zwembad en de fitness moet worden opgemerkt, dat deze meer voor de 'heb' zijn dan dat het echt functioneel is. Verder is gebleken dat overige factoren als een luxe en kwalitatieve uitstraling, maar ook veiligheid belangrijk zijn bij de aankoop of verhuur van dergelijke appartementen.

De doelgroep wordt voornamelijk gevormd door middelbare stellen en moderne ouderen, waarvan de kinderen reeds het huis hebben verlaten. Dit beeld wordt zowel bevestigd door de informatie die is verkregen uit de casestudies als ook uit de theorieën over leefstijlen. Daarnaast zijn de klassieke factoren als inkomen en leeftijd ook van toepassing. Met gemiddelde prijzen rond de €600.000 en / of €1500 per maand zijn deze appartementen niet voor iedereen beschikbaar.

De vraag die nu nog resteert, is of deze lifestyle appartementen ook in Groningen gerealiseerd kunnen worden. Hiervoor is middels een theorieonderzoek getracht te zoeken naar bewijzen die dit kunnen ondersteunen. De analyse van de doelgroepen, de woningmarkt en door het houden van een paneldiscussie met belangrijke marktpartijen in Groningen, hebben er dan ook toe geleid dat er een positief antwoord gegeven kan worden op deze vraag.

Zo is men in Groningen bezig met een grondige aanpak van de oudere voor en naoorlogse wijken. Veel van de oude portiek- en duplexwoningen worden afgebroken om ruimte te maken voor nieuwe een- en meergezinswoningen. Zeker voor de nieuwe appartementen geldt dat deze niet meer het negatieve imago mogen hebben van de galerijflats van vroeger.

De visie van de gemeente Groningen leidt er toe dat het voornamelijk woningen uit het duurdere prijssegment zijn, die worden gebouwd en opgeleverd. Hierdoor wil men, naast het creëren van een aantrekkelijke en dynamische stad, ook nieuwe inwoners aantrekken en een positieve doorstroming op de woningmarkt realiseren. Dit is noodzakelijk om de stad en de wijken sterker te maken in de breedte. Gesteund door dit beleid en het beleid van de intense stad, lijken projecten als dat van de lifestyle appartementen goed te passen binnen de gemeentelijke visie.

Ook is er genoeg draagvlak en een voldoende grote doelgroep (en dus vraag) om dergelijke appartementen te kunnen realiseren en te kunnen afzetten. Dit is onderzocht op basis van cijfers van de gemeente Groningen en de informatie die naar voren kwam gedurende de panel discussie. Het concept van de lifestyle appartementen lijkt daardoor een zeer interessant concept, dat past binnen de visie van de gemeente Groningen en ook door de marktpartijen zeer serieus wordt genomen.

Inhoudsopgave

1	INLEIDING.....	1
1.1	PANDOMO.....	1
1.2	AANLEIDING.....	2
2	ONDERZOEKSOPZET.....	3
2.1	PROBLEEMSTELLING.....	3
2.2	DOELSTELLING.....	4
2.3	ONDERZOEKSVRAGEN.....	4
2.4	SOORT ONDERZOEK.....	5
2.5	STRATEGIE, METHODEN EN TECHNIEKEN.....	5
2.6	ONDERZOEKSMODEL.....	7
2.7	LEESWIJZER.....	7
3	LIFESTYLE APPARTEMENTEN.....	8
3.1	MONTEVIDEO.....	9
3.2	HET KWARTIER.....	13
3.3	DE HOGE HEREN.....	15
3.4	INFOCUS.....	17
4	MARKTPARTIJEN AAN HET WOORD.....	20
4.1	ONDERZOEKSINSTRUMENT.....	20
4.2	MATERIAALVERZAMELING EN VERWERKING.....	21
4.3	DE PARTIJEN.....	22
4.4	CONCLUSIES INTERVIEWS.....	23
5	DOELGROEPANALYSE.....	28
5.1	LEEFSTIJLTHEORIEËN.....	29
5.2	BEWONERSCATEGORIEËN.....	33
5.3	WOONWENSEN.....	36
5.4	THEORIE VS. PRAKTIJK.....	37
6	WONINGMARKT ANALYSE.....	39
6.1	MACRO-ECONOMISCHE ONTWIKKELINGEN.....	40
6.2	MACRO-ONTWIKKELINGEN OP DE WONINGMARKT.....	42
6.3	ONTWIKKELING VAN DE KWANTITEITSVRAAG.....	45

7	DE GRONINGSE WONINGMARKT.....	51
7.1	STADSVISIE.....	52
7.2	DE DOELGROEP.....	53
7.3	ONTWIKKELING VAN DE KWANTITEITSVRAAG	56
7.4	NIEUWBOUW IN GRONINGEN	59
8	DISCUSSIE PANEL	68
9	LIFESTYLE APPARTEMENTEN IN GRONINGEN?.....	72
9.1	HET SERVICEPAKKET	73
9.2	DE VRAAG NAAR LIFESTYLE APPARTEMENTEN	75
9.3	REFLECTIE EN AANBEVELINGEN.....	79
10	LITERATUURLIJST.....	81
	BIJLAGEN.....	84

Index tabellen en figuren

Tabel 3-1, Betrokken partijen bij het Montevideo	12
Tabel 3-2, Betrokken partijen bij het Kwartier.....	14
Tabel 3-3, Betrokken partijen bij de Hoge Heren.....	16
Tabel 3-4, Betrokken partijen bij het InFocus	18
Tabel 4-1, Overzicht voor -en nadelen van interviews	21
Tabel 4-2, Geïnterviewden per project.....	22
Tabel 4-3, Onderverdeling koop en huurprijzen	23
Tabel 4-4, Overzicht van verschillende projecten.....	23
Tabel 4-5, Conclusies van interviews	25
Tabel 5-1, Leefstijltheorie van Reyendorp.....	30
Tabel 5-2, Leefstijltheorie van Bastiaansen.....	30
Tabel 5-3, Leefstijltheorie van Urhahn.....	31
Tabel 5-4, Vergelijking Leesstijlen in theorie en praktijk.....	38
Tabel 6-1, Overzicht opgeleverde appartementen	48
Tabel 6-2, Overzicht opgeleverde appartementen naar prijsklasse.....	49
Tabel 7-1, Onderverdeling Groningse bevolking naar leeftijd.....	54
Tabel 7-2, Gerealiseerde meergezinswoningen in de afgelopen jaren.....	60
Tabel 7-3, Nieuwbouwprogramma van Groningen	64
Tabel 9-1, Basispakket service en voorzieningen.....	74
Figuur 2-1, Onderzoeksmodel.....	7
Figuur 3-1, Het Montevideo Rotterdam	9
Figuur 3-2, Voorzieningen in het Montevideo	11
Figuur 3-3, Locatie van het Montevideo	12
Figuur 3-4, Het Kwartier Amsterdam	13
Figuur 3-5, Voorzieningen in het Kwartier	14
Figuur 3-6, Locatie van het Kwartier.....	14
Figuur 3-7, De Hoge Heren Rotterdam.....	15

Figuur 3-8, Voorzieningen in de Hoge Heren	16
Figuur 3-9, Locatie van de Hoge Heren.....	17
Figuur 3-10, Het InFocus Zwolle	17
Figuur 3-11, Voorzieningen in het InFocus.....	18
Figuur 3-12, Locatie van het InFocus	19
Figuur 6-1, Overzicht belangrijkste economische indicatoren	41
Figuur 6-2, Onderverdeling kopen en huren naar inkomensdeciël	42
Figuur 6-3, Ontwikkeling van de huishoudenssamenstelling	43
Figuur 6-4, Huishoudens in huur en koop naar samenstelling.....	44
Figuur 6-6, Ontwikkeling van de woningvoorraad.....	47
Figuur 6-7, Ontwikkeling van de krapte indicator.....	50
Figuur 7-1, Overzicht huishoudprofiel van verhuizers.....	53
Figuur 7-2, Onderverdeling naar leeftijd en gezinssamenstelling	54
Figuur 7-3, Migratiesaldo naar leeftijd	55
Figuur 7-4, Ontwikkeling van woningvoorraad.....	56
Figuur 7-5, Type woning per huishoudprofiel	57
Figuur 7-6, Gemiddelde WOZ-waarden per woningtype	58
Figuur 7-7, Huishoudprofielen in opgeleverde appartementen sinds 2001.....	61
Figuur 7-8, WOZ-waarden van opgeleverde meergezinswoningen sinds 2001	62
Figuur 7-9, Huishoudprofielen in opgeleverde appartementen.....	63

> Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

1

Inleiding

Dit onderzoek met de titel; Lifestyle appartementen in Groningen? is een samenspel van verschillende onderdelen. Het eerste gedeelte van het onderzoek richt zich op de ontwikkelingen omtrent dit nieuwe woonconcept, waar in het tweede gedeelte de nadruk ligt op de mogelijkheden die de stad Groningen biedt voor dit woonconcept. Maar eerst zal in de volgende paragrafen worden ingegaan op de aanleiding van dit onderzoek.

1.1 Pandomo

Pandomo Makelaars is een van de grotere spelers op de Groningse makelaarsmarkt. Als makelaar richt de kern van de dienstverlening zich op: een woning zoeken, een huis verkopen, waardebeoordeling en hypotheek. Door de brede kijk en kennis op de onroerendgoedmarkt kan Pandomo een brede doelgroep bedienen. Van de lagere tot de hoge prijsklasse. Naast de reguliere makelaarsactiviteiten biedt Pandomo ook services als: verhuur van tijdelijke woonruimte, bouw- en verhuisservice en de Pandoscan. In het kantoor treft men ook een vestiging aan van Huis & Hypotheek. Op die manier kan gebruik gemaakt worden van de financiële dienstverlening van deze specialisten. Op deze manier zit veel kennis en kunde op het gebied van huizen onder een dak.



1.2 Aanleiding

Door de verschuiving van een vraag- naar een aanbodmarkt en de toenemende keuzevrijheid van individuen, spelen ontwikkelaars in toenemende mate in op deze verandering. Met ontwikkelingen als 'wonen op maat' proberen zij expliciet invulling te geven aan de woonwensen van individuen. In het beoordelen van de aantrekkelijkheid van de woonmilieus moet dit als een belangrijk gegeven worden gezien; leefstijlen als ingang voor het definiëren van woonkwaliteit. Het nieuwe inzicht in de wijze waarop men naar de woningbouw kijkt heeft gezorgd voor de nodige veranderingen. Een van die veranderingen is dat de afgelopen jaren een nieuw soort woonconcept op de Nederlandse woningmarkt is ontstaan.

Het concept lifestyle appartementen bestaat uit luxe appartementen met extra services en voorzieningen. Denk hierbij aan de aanwezigheid van een huismeester die allerlei gemaksdiensten aanbiedt en de aanwezigheid van voorzieningen als een zwembad, een fitnessruimte en een sauna. Op een aantal locaties in met name het westen van Nederland zijn dergelijke appartementgebouwen reeds gerealiseerd of in aanbouw. Het bekendste voorbeeld is misschien wel het Montevideo in Rotterdam. Dit is een luxueuze woontoren die zichzelf de hoogste woontoren van Nederland mag noemen. Pandomo is als makelaar zeer geïnteresseerd in de vraag of een dergelijk woonconcept ook in een stad als Groningen gerealiseerd zou kunnen worden.

- > Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?

Inleiding

> Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groninge

2

Onderzoeksopzet

In het onderzoeksvoorstel wordt de aanleiding van dit onderzoek gegeven en wordt er in het kort een beschrijving gegeven van de opzet van het uit te voeren onderzoek. De functie van het onderzoeksvoorstel is om te komen tot het formuleren van een probleem en te komen met een doelgerichte oplossingrichting(en) voor dit probleem.

2.1 Probleemstelling

Nu inzicht is gekregen in de aanleiding van dit onderzoek, is het mogelijk een heldere probleemstelling te formuleren. Het is duidelijk geworden dat het hierbij gaat om het ontwikkelen van een appartementencomplex in de stad Groningen, waarbij een extra servicepakket aangeboden wordt. De vraag is nu welke invulling gegeven moet worden aan dit servicepakket en wat de kans van slagen is voor zo'n appartementencomplex in de stad Groningen.



2.2 Doelstelling

De doelstelling van dit onderzoek is; het invulling geven aan een servicepakket voor het te realiseren appartementencomplex in de stad Groningen en te bepalen of er een markt voor is. Het bepalen van de markt wordt gedaan door de (appartementen) markt te analyseren op locale schaal. Uiteindelijk moet dit leiden tot een positieve dan wel negatieve aanbeveling, waarbij er in de meest ideale situatie daadwerkelijk gekeken gaat worden naar de mogelijkheden tot het realiseren van een dergelijk appartementencomplex.

Inleiding

> Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

2.3 Onderzoeksvragen

Om het een en ander te verduidelijken is het eenvoudiger uit de bovenstaande probleemstelling de kernwoorden te herleiden en deze te verwerken in centrale onderzoeksvragen met bijbehorende deelvragen. Door deze vragen afzonderlijk te beantwoorden wordt uiteindelijk antwoord gegeven op de probleemstelling. De centrale onderzoeksvragen op hun beurt zullen daarbij als basis gelden voor het nog op te stellen onderzoeksmodel.

Welke inhoud moet gegeven worden aan het servicepakket?

- a. Wat is een servicepakket?
- b. Welke concepten zijn er beschikbaar / uitgevoerd?
- c. Welk concept is geschikt voor Groningen?

Hoe groot is de vraag naar en het aanbod van appartementen nationaal en regionaal?

- a. Wat zijn de landelijke ontwikkelingen?
- b. Welke trends zijn er waarneembaar?
- c. Hoe zit dit voor de middelgrote steden?

En omdat het onderzoek zich specifiek op de stad Groningen richt, zal meer specifiek naar de markt van Groningen zelf worden gekeken voor wat betreft de volgende aspecten.

- d. Hoe groot is het aanbod van appartementen in de stad Groningen?
- e. Welke ontwikkelingen doen zich voor in Groningen?



Wat zijn de kenmerken van de doelgroep voor de lifestyle appartementen?

- a. Waaruit bestaat de doelgroep voor de lifestyle appartementen?
- b. Welke eisen stelt deze doelgroep aan hun woonomgeving en leefstijl?

Al met al moeten deze onderzoeksvragen leiden tot een beantwoording van de centrale onderzoeksvraag:

'Is er in de stad Groningen een markt voor lifestyle appartementen met een servicepakket?'

Inleiding

> Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

2.4 Soort onderzoek

Alvorens een goed beeld kan worden gevormd van een eventuele oplossing van het probleem, is het noodzakelijk een goed onderzoekskader te scheppen waarbinnen het onderzoek zich dient te houden. Op het moment beschikt Pandomo nog niet over voldoende informatie over de lifestyle appartementen en de mogelijke doelgroep(en) daarvoor.

Vanwege de beperkte hoeveelheid literatuur op het gebied van lifestyle appartementen, zal met name naar antwoorden moeten worden gezocht in de praktijk. Om deze reden is er gekozen voor een probleemsignalerend onderzoek. Hiervan wordt gezegd dat de onderzoeker in overleg bepaald welke onderwerpen en of aandachtspunten van belang zijn bij het in kaart brengen van meningsvorming van verschillende groeperingen in de samenleving (Verschuren P, Doorewaard H, 2001) Ondanks dat er bij dit onderzoek niet sprake is van een 'echt' probleem, komt de rest van de omschrijving wel overeen met het doel van dit onderzoek.

2.5 Strategie, methoden en technieken

Er is al aangegeven, dat er bij Pandomo Makelaars weinig kennis aanwezig over de lifestyle appartementen. Daarom zal in het eerste gedeelte van het onderzoek onderzocht worden, wat er al gedaan is op het gebied van lifestyle appartementen in Nederland. Op die manier wordt duidelijk welke invulling er gegeven kan worden aan het servicepakket en welke doelgroep(en) en partijen er bij betrokken zijn. Dit onderzoek zal zowel literatuurgericht (casestudies) zijn als ook praktijkgericht (interviews).

Het tweede gedeelte van het onderzoek richt zich op de vragers. Wie zijn dit, wat zijn hun kenmerken en welke eisen stellen zij aan hun woonomgeving? Ook dit zal worden uitgezocht door middel van een literatuurstudie. Het zwaartepunt ligt bij het uitzoeken van de wooneisen van de categorie vragers die in aanmerking komen voor het appartementencomplex. Belangrijk hierbij is dat er niet van buitenaf naar wordt gekeken, maar meer vanuit het oogpunt van de bewoners zelf.

Verschillende leefstijl theorieën zijn hiervoor beschikbaar:

- *'Leefstijl theorie'* van Reyendorp, Bastiaansen, Urhahn
- *'Tussen studentenhuis en serviceflat'*, J.Bos D. Leveling, beschrijving van woonwensen vanuit oogpunt van bewoners.

Inleiding

Onderzoeksopzet

> Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

Het derde gedeelte van het onderzoek moet een duidelijk inzicht geven over hoe het gesteld is met de woningmarkt in het algemeen en specifiek voor de stad Groningen. Hierbij zal er geen groot bevolkingsonderzoek worden gedaan omdat er nog slechts sprake is van een idee. Anders zou het betekenen dat de vraag naar lifestyle appartementen in Groningen bepaald zou moeten op basis van een omschrijving van lifestyle appartementen, zoals die reeds gebouwd zijn of dat momenteel worden. Het gevaar van zo'n meting is de onnauwkeurigheid. De beeldvorming van de potentiële kopers is gebaseerd op beelden van vergelijkende projecten, wat zou kunnen betekenen dat de vraag naar dergelijke appartementen daar ook op is gebaseerd. De werkelijke vraag naar de lifestyle appartementen zoals die in Groningen gerealiseerd zouden kunnen worden zou dan ook wel eens geheel anders kunnen zijn.

Om het op een andere manier inzichtelijk te maken is gekozen voor een literatuurstudie, waarbij vooral gekeken zal worden naar cijfers over deze markt. Gegevens hierover kunnen worden gevonden in verschillende publicaties die worden uitgegeven door de overheid en de gemeente. Hierbij zal ook naar kwantitatieve gegevens gezocht worden over de doelgroep(en), zoals deze uit de eerste fase naar voren zijn gekomen. Op die manier kan er een goed totaalbeeld worden gevormd van Groningen en de mogelijke vraag. Tot slot zal nog een paneldiscussie volgen met belangrijke marktpartijen, om toch een marktgerichte insteek te geven aan het onderzoek.

Alle drie fases worden gekenmerkt door diepgang en een kwalitatieve benadering. De literatuur zal, voor zover dat mogelijk is, uit eerste hand zijn, omdat de meeste gegevens vermeld staan op websites en overige officiële documenten (neerslag van verbaal gedrag op macroniveau, Swanborn P.G., 1994).

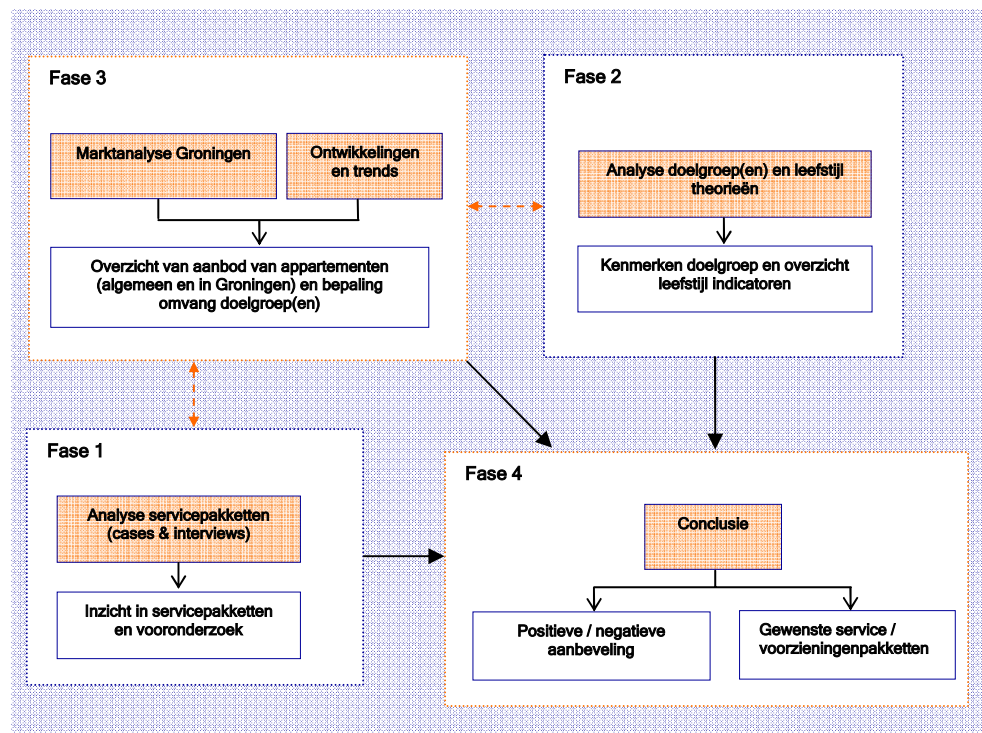
Ook zullen indirecte bronnen, zoals vakliteratuur en zoekregisters worden geraadpleegd. Een dergelijke methode wordt ook wel gekenmerkt als de sneeuwbalmethode. Wanneer op alle onderzoeksvragen een antwoord is gegeven leveren deze een gezamenlijk een antwoord op de probleemstelling van dit onderzoek. Schematisch zal dit verduidelijkt worden in het onderstaande figuur.



2.6 Onderzoeksmodel

Op basis van de voorgaande beschrijving van de strategie, methoden en technieken is het mogelijk dit schematisch weer te geven in een zogeheten onderzoeksmodel. Onderstaand figuur geeft voor dit onderzoek de vier fases weer die doorlopen worden. Hierbij zal er chronologisch gewerkt worden van fase een naar fase vier, weergegeven met de rode pijlen. Wanneer alle fasen doorlopen zijn, zullen alle drie de fasen worden gebruikt om invulling te geven aan de laatste fase (weergegeven door de zwarte pijlen).

- Inleiding
- > Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?



Figuur 2-1, Onderzoeksmodel

2.7 Leeswijzer

Zoals beschreven in het onderzoeksmodel bestaat dit onderzoek uit een aantal hoofdstukken. In het volgende hoofdstuk, hoofdstuk drie, wordt ingegaan op de verschillende voorbeeldprojecten, waarvan de belangrijkste kenmerken in hoofdlijnen worden beschreven. Daarna wordt in hoofdstuk vier dieper ingegaan op deze projecten middels interviews. Hoofdstuk vijf gaat over de verschillende leefstijltheorieën en de manier waarop er tegenwoordig naar de verschillende soorten inwonersgroepen wordt gekeken. Het zesde en zevende hoofdstuk handelt over Groningen. Hierbij worden diverse aspecten belicht, die te maken hebben met de doelgroep en de woningmarkt. Na dit hoofdstuk wordt in hoofdstuk acht een paneldiscussie beschreven, waar diverse partijen zich uitlaten over het lifestyle woonconcept. Al deze hoofdstukken samen worden in hoofdstuk negen gecombineerd tot een eindconclusie en aanbevelingen.

Inleiding

Onderzoeksopzet

> Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

3

Lifestyle appartementen

Het eerste hoofdstuk zal gaan over het onderwerp servicepakketten. Want alvorens er onderzoek gedaan kan worden, zal eerst duidelijk moeten zijn waar het nu daadwerkelijk over gaat. In de literatuur wordt weinig vermeld over appartementen met een servicepakket. Behalve over lifestyle appartementen voor ouderen. Om die reden zal het eerste hoofdstuk voornamelijk worden gevormd door casestudies en expertinterviews. De cases zullen het kader scheppen en de expertinterviews zullen hier meer diepgang aan moeten geven.

Het doel van een casestudie is diepgaand inzicht te krijgen in de projecten. Een dergelijke studie wordt gekenmerkt door het beperkte aantal cases, waarbij een arbeidsintensieve benadering wordt gebruikt en er gesproken kan worden van een selectieve steekproef (Verschuren, P. Doorewaard H, 2001). In dit geval is er niet echt sprake van een selectieve steekproef aangezien er nog niet zoveel lifestyle appartementen gerealiseerd zijn. Bij het zoeken naar juiste cases is getracht voorbeelden te vinden in steden die net als Groningen behoren tot de G26.



Op die manier wordt het meest reële beeld verkregen van wat er mogelijk zou kunnen zijn in Groningen op dit gebied. Voor de casestudie zijn de volgende meest opvallende cases geselecteerd:

- Montevideo in Rotterdam;
- Het Kwartier in Amsterdam;
- De Hoge Heren in Rotterdam;
- InFocus in Zwolle.

Inleiding

Onderzoeksopzet

> Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

Elk project heeft zijn eigen kenmerken, maar allen hebben ze gemeen dat er naast appartementen ook een servicepakket wordt aangeboden. De invulling hiervan verschilt per project. Door de verschillende cases te bekijken en uit te diepen wordt een beter beeld verkregen van welke invulling er mogelijkwijs gegeven kan worden aan het servicepakket in het appartementencomplex van Groningen.

3.1 Montevideo

Op de kop van zuid, ook wel het Manhattan aan de Maas genoemd, wordt op de Wilhelminapier het hoogste gebouw van Nederland gerealiseerd. Het complex zal ruimte bieden aan 192 appartementen van verschillende omvang en prijsklasse. In deze paragraaf zullen verschillende aspecten van dit project worden belicht.

Het project

De populariteit van Rotterdam is hoog. In de afgelopen decennia heeft de wereldhavenstad een metamorfose ondergaan. Het meest bekende Rotterdamse motto luidt niet voor niets: geen woorden maar daden. Dat is ook de manier waarop Rotterdammers hun stad ontwikkelen. De Kop van Zuid, het nieuwe centrum van de stad op de zuidelijke oever, is daar hét voorbeeld van. Het project Montevideo is een van die projecten. Op de Wilhelminapier, naast Hotel New York en het WPC-gebouw, heeft Mecanoo architecten een nieuw gebouw van ca. 152 meter ontworpen: Montevideo (zie figuur).



Figuur 3-1, Het Montevideo Rotterdam

In de hoge woontoren bevinden zich drie van de vier appartemententypen: loft appartementen (etages 3-7), city appartementen (8-27) en sky appartementen (28-41). Het vierde type, water appartementen (etages 3-11) bevindt zich in de lage woontoren. De hoge woontoren, het langgerekte lage middendeel en de lage woontoren vormen gezamenlijk een contramal met de bebouwing op de noordelijke zijde van de Wilhelminapier.

Inleiding

Onderzoeksopzet

> Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

De appartementen

De 20 Loft appartementen bevinden zich in de grote toren op niveau 3 t/m 7. Het zijn de laagst gelegen appartementen uit de grote toren van het Montevideo. Omdat ze allemaal al verkocht zijn is er verder weinig informatie over te vinden. Het gemiddelde oppervlak van de Loft appartementen is ongeveer 152 m².

De 94 City Appartementen bevinden zich in het middendeel van de hoge toren. In totaal zijn er maar liefst 16 verschillende typen, en varieert de oppervlakte van 99 tot 192m². Ze beschikken over 2 of 3 slaapkamers, een woonkamer met open keuken of een grote woonkeuken en een serre en/of balkon. Prijsklasse: van € 337.896,- tot € 708.640,- v.o.n. inclusief 1 parkeerplaats. Een aantal appartementen heeft de mogelijkheid om een parkeerplaats bij te huren buiten kantoortijden.

De 32 Sky Appartementen bieden een goed uitzicht over stad, rivier en land. De appartementen zijn zeer groot wat wordt benadrukt door de bruto hoogte van ca. 3,20 meter en luxe uitgevoerd met schuifpuien en ruime loggia's. De oppervlakte is gemiddeld 167m². en de prijzen variëren van € 612.262,- tot € 1.159.580,- v.o.n. incl. 2 parkeerplaatsen of parkeerbox.

Omdat Montevideo vanaf de 28e verdieping een staalconstructie kent, is veel variatie in type woningen mogelijk. Een bouwlaag kan bestaan uit één, twee of maximaal drie woningen. Daarnaast biedt het concept ING Optimal Living®, specifiek voor de sky-appartementen, de vrijheid om zelf het appartement in te delen.

De 46 Water Appartementen bevinden zich in de kleine woontoren. Er zijn 13 verschillende typen inclusief 2 luxe penthouses. De oppervlakte varieert van 87 t/m 193 m². Ze beschikken over 1, 2 of 3 slaapkamers en een ruime woonkamer met open keuken of woonkeuken. Als buitenruimte zijn serres, balkons en terrassen toegepast. Prijsklasse: van € 267.557,- tot €529.842,- v.o.n. inclusief 1 parkeerplaats (penthouses: 2 parkeerplaatsen).



ING Optimal Living®

Het concept ING Optimal Living® is ontwikkeld als reactie op de toenemende vraag van de consument om meer individuele vrijheid bij de indeling van een woning. Meer keuze, meer wonen. In Montevideo is het concept van toepassing op de sky appartementen. Daar hebben de bewoners de keuze uit een aantal mogelijke indelingen, ze kunnen zelf een indeling vaststellen of ze krijgen het appartement casco opgeleverd.

Inleiding

Onderzoeksopzet

> Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

Dressed for living

De appartementen worden voorzien van het Woongemaksysteem van Integrated Residential Services (IRS). Dit Woongemaksysteem combineert de moderne technieken met de inzet van serviceverleners om zo een pakket voorzieningen en diensten aan te kunnen bieden. Centraal hiervoor staat de zogenaamde bode, een huiscomputer in het appartement. Hiermee kunnen de bewoners bijvoorbeeld de video-intercom voor de evt. beveiliging en het alarm, de boodschappenservice en de stomerij regelen.

Daarnaast hebben de bewoners met behulp van een afstandsbediening toegang tot diverse ruimtes in het gebouw. Het Woongemaksysteem voorziet in een flexibel communicatienetwerk, te gebruiken voor alle soorten telefonie en breedband Internet, als lokaal computernetwerk, etc. Ook kan men toegang krijgen tot gemeubileerde gastenverblijven, die uitsluitend verhuurd worden aan bewoners van Montevideo.

Excellent Health Club

In het middendeel van Montevideo bevindt zich de Excellent Health Club® Montevideo: een in pandig sport- en ontspanningscentrum. Hier kunnen de bewoners gebruik maken van: de fitness, de sauna, het stoombad of het zwembad. Onderstaande figuren geven een goede impressie van hoe het er uiteindelijk uit zou moeten komen te zien.



Figuur 3-2, Voorzieningen in het Montevideo

Betrokken partijen

In deze paragraaf volgt een opsomming van de verschillende partijen die betrokken zijn bij de ontwikkeling en de verkoop en/of verhuur van de appartementen van het Montevideo. Er is alleen naar deze partijen gekeken, omdat die voor dit project interessant zijn om te benaderen. De overige partijen zoals een aannemer is niet van belang voor dit project en zal is daarom ook niet opgenomen in onderstaand schema.

Inleiding

Onderzoeksopzet

> Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

Ontwikkelaar	ING Vastgoed BV	Den Haag
Gemeente	OBR Rotterdam	Rotterdam
Makelaar	Atta	Rotterdam
	Ooms	Rotterdam
	Adhoc (winkelmakelaar)	Gouda
	Vesteda (huur)	Maastricht
Beheerder	Sportfonds Nederland	-

Tabel 3-1, Betrokken partijen bij het Montevideo

Locatie

De verbindingen van de Wilhelminapier met het centrum en de uitvalswegen zijn uitstekend. De Erasmusbrug vormt samen met de Willemsbrug de verbinding tussen het Centrum en de Kop van Zuid. Met de metro en tramplus is verder het station of het centrum ook goed te bereiken. Een ander alternatief is nog de watertaxi. De bootjes leggen aan op ruim dertig plaatsen langs de Maas, ook op de Kop van Zuid.



Figuur 3-3, Locatie van het Montevideo

3.2 Het Kwartier

Het Kwartier, onderdeel van het Olympisch Kwartier, ligt ten noorden van het Olympisch Stadion. Het wooncomplex is ontworpen door de architectenbureaus R. Uytengaak en L. Lafour & R. Wijk in een stijl die aansluit op de omliggende architectuur van de Amsterdamse School.

Inleiding

Onderzoeksopzet

> Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

Het project

Het Kwartier bestaat uit drie woongebouwen met 412 huur appartementen. De drie gebouwen Koploper, Vaandeldrager en Winnaar, liggen aan de Laan der Hesperiden en zijn geïnspireerd op de bouwstijl van de Amsterdamse School.



Figuur 3-4, Het Kwartier Amsterdam

De woningen zijn bedoeld voor één of tweeverdieners met hoge inkomens, al dan niet met kinderen. Daarnaast richt Het Kwartier zich op welgestelde ouderen en expats. Gebouw Koploper is als eerste opgeleverd en al bijna helemaal verhuurd.

Gebouw Vaandeldrager wordt binnenkort opgeleverd. De verhuur hiervan is gestart. Gebouw Winnaar is rond april en juli 2005 opgeleverd.

De appartementen

Het aanbod van appartementen bestaat uit luxe huurappartementen variërend van twee- tot vijfkamer appartementen, maisonnettes, woonwerk-woningen en grote penthouses. De oppervlakte van de woningen loopt uiteen van 65 m² tot 200 m². De huurprijzen variëren van €800 tot en met €3700 per maand.

Alle woningen in Het Kwartier beschikken ook over allerlei extra's zoals de meest moderne communicatiemiddelen. Een voorbeeld hiervan is de snelle breedbandverbinding voor direct en snel gebruik van Internet en voordeliger telefoneren. De bewoners bepalen collectief welke televisiekanalen hiermee worden ontvangen, naast de 'in house' zender met actuele informatie over Het Kwartier.

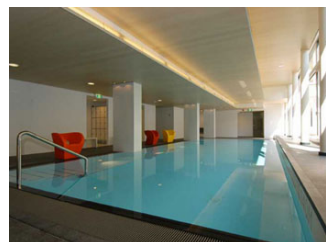
Tijd om te Wonen®

Het Tijd om te Wonen®-concept biedt de huurder mogelijkheden om het wooncomfort te verhogen. Het Kwartier biedt de bewoners talloze faciliteiten zoals een verwarmd inpandig zwembad, een sauna, een fitnessruimte, werkunits en gastenverblijven.



- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- > Lifestyle appartementen
 - Marktpartijen aan het woord
 - Doelgroepanalyse
 - Woningmarktanalyse
 - De Groningse woningmarkt
 - Discussie panel
 - Lifestyle appartementen in Groningen?

Daarnaast kunnen de bewoners gebruik maken van servicediensten, waaronder een boodschappenservice, een computer helpdesk, een klussendienst, extra opslagruimte voor goederen en een stoom, was en strijkservice.



Figuur 3-5, Voorzieningen in het Kwartier

Kosten

De onkosten van de service en voorzieningen bedragen ongeveer 85 euro per maand wat een standaard bedrag is (Hallie Vastgoed 2005). Per bewoner is het mogelijk via de huismeester extra services aan te schaffen.

Betrokken partijen

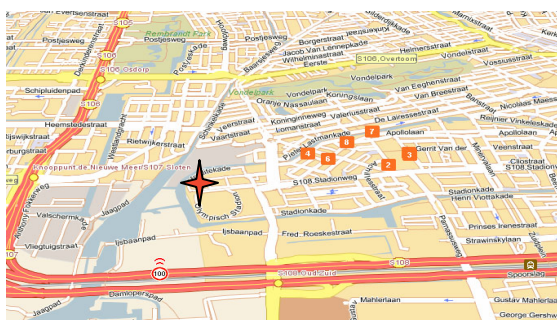
In deze paragraaf volgt een opsomming van de verschillende partijen die betrokken zijn bij de ontwikkeling en de verhuur van de appartementen van het Kwartier.

Ontwikkelaar	BPF Bouwinvest,	Amsterdam
Gemeente	Amsterdam	Amsterdam
Makelaar	Geraldine Hallie Vastgoed, Jacobus Recourt,	Amsterdam Amsterdam
Beheerder	-	-

Tabel 3-2, Betrokken partijen bij het Kwartier

Locatie

Het Kwartier is goed bereikbaar, zowel vanuit het stadscentrum als van buiten de stad is de ontsluiting goed. Het openbaar vervoer stopt voor het Olympisch Stadion. Maar ook de oprit naar de A10 ligt vrijwel naast Het Kwartier.



Figuur 3-6, Locatie van het Kwartier

3.3 De Hoge Heren

Een ander project uit Rotterdam is het project De Hoge Heren. Deze twee woontorens liggen centraal in het oude Scheepvaartkwartier aan de voet van de Erasmusbrug. In 2001 is het project met zowel huur als koopappartementen opgeleverd.

- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- > Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?

Het project

Het bestaat uit een onderbouw van vijf lagen met daarboven twee woontorens van 102 meter hoogte. In de onderbouw zijn de voorzieningen gerealiseerd in de bovenste laag en is de overige ruimte gereserveerd voor de parkeergarage van vier etages. Totaal zijn er in de woontorens 290 woningen gerealiseerd, onderverdeeld in 75 koopappartementen 150 huurappartementen 10 penthouses en 50 shortstay appartementen¹.



Figuur 3-7, De Hoge Heren Rotterdam

De appartementen

De 150 huur en 75 koopappartementen zijn bedoeld voor twee doelgroepen. Het gaat hierbij om de jonge tweeverdieners die dicht bij de stad willen gaan wonen en over een paar jaar denken weer te verhuizen. Daarnaast gaat het om de vijftig plussers die hun koophuis verkopen in verband met veiligheid of het niet meer willen onderhouden van een tuin ed². De prijzen voor deze appartementen variëren van €168.000,- tot €223.000,- voor koop en van €636,- tot €977,- voor de huurappartementen. Een klasse apart vormt de penthouses met prijzen zo rond de €2727,-.

Afgezien van de reguliere appartementen worden er in de Hoge Heren ook zogenaamde shortstay appartementen aangeboden. Dit zijn 50 gemeubileerde / gestoffeerde Serviced Apartments bedoeld voor met name het zakelijke circuit. Denk aan expats: medewerkers die tijdelijk in Nederland verblijven en voor wie kwalitatieve en luxe woonruimte moet worden gevonden. Met een gemiddeld oppervlak van 120 m² en een prijs die varieert tussen de €1530,- tot €2800,- is dit een goed huisvestingsalternatief.

Eis: de appartementen moeten voor minimaal 3 maanden worden gehuurd.

¹ Ontleend aan <http://www.hulstkampgroep.nl>
² Ontleend aan <http://www.abp.nl>

De voorzieningen en service



De voorzieningen in de Hoge Heren bestaan uit een gemeenschappelijk zwembad, jacuzzi, sauna, stoombad en een fitnessruimte. Op deze verdieping bevinden zich ook het dakterras, gastenverblijven (die per overnachting verhuurd worden) en werkunits. De algemene lobbylaag kan worden gebruikt voor vergaderingen, het lezen van een boek of het ontmoeten van medebewoners.

Figuur 3-8, Voorzieningen in de Hoge Heren

De services die worden aangeboden naast de voorzieningen kunnen grotendeels worden geregeld via de woonbode. Dit is een computer die wordt geïnstalleerd in de appartementen, waarmee bewoners goederen kunnen bestellen en diensten aanvragen. Denk bijvoorbeeld aan het stomen van kleding, bestellen van maaltijden of het laten bezorgen van boodschappen. Ook doet de woonbode dienst als automatische deuropener en brand- en inbraakalarm. Daarnaast is tijdens kantooruren een Woonservice-manager beschikbaar, waar de bewoners met algemene vragen naar toe kunnen.³

Kosten

De toegang tot deze voorzieningen is in de huurprijs inbegrepen, waardoor er weinig gezegd kan worden over de prijs die de bewoners moeten betalen voor de voorzieningen.

Betrokken partijen

In deze paragraaf volgt een opsomming van de verschillende partijen die betrokken zijn bij de ontwikkeling en de verkoop of verhuur van de appartementen van de Hoge Heren.

Ontwikkelaar	Vesteda ABP	Maastricht Heerlen
Gemeente	OBR Rotterdam	Rotterdam
Makelaar	Hulstkamp Vesteda	Rotterdam Rotterdam
Beheerder	-	-

Tabel 3-3, Betrokken partijen bij de Hoge Heren

³ Ontleend aan <http://woningaanbod.vesteda.nl>

Locatie

Het project De Hoge Heren is gelegen in het Scheepvaartkwartier in het centrum van Rotterdam. Dit betekent dat het centrum vanaf de Hoge Heren op loopafstand is. Ondanks deze centrale ligging is de locatie via de verschillende metro, tram- en busverbindingen goed te bereiken vanaf het centraalstation. Ook met de auto zijn de uitvalswegen naar de rest van Nederland eenvoudig te bereiken.

Inleiding

Onderzoeksopzet

> Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?



Figuur 3-9, Locatie van de Hoge Heren

3.4 InFocus

Boven het nieuwe winkelcentrum aan het Bachplein in de wijk Holtenbroek in Zwolle wordt door AM Wonen bijzondere appartementen ontwikkeld. Het worden appartementen in het goedkope- en middeldure prijssegment, waarbij de bewoners gebruik kunnen maken van de diverse gezamenlijke voorzieningen.



Figuur 3-10, Het InFocus Zwolle

Het project

Aan het Bachplein wordt het Infocus complex gerealiseerd. Het maakt deel uit van het nieuwe winkelcentrum Bachplein. Er worden twee typen appartementen gerealiseerd en dat zijn de InFocus studio's en de InFocus plus appartementen. Boven het winkelcentrum zullen verder huurappartementen worden gebouwd. Dit zijn studentenwooneenheden ten behoeve van 2 studenten per unit⁴.



⁴ Ontleend aan <http://www.overijssel.nl/nieuws/>

De appartementen

Er worden door InFocus twee typen appartementen aangeboden. De eerste is een studio met een oppervlak van ongeveer 50m² en het twee type is een Plus variant met iets meer voorzieningen en ruimte 80m². De prijzen variëren voor de Studio van €115.000 tot 125.000 en voor de Plus van €166.000 tot 205.000.

Inleiding

Onderzoeksopzet

> Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

Het servicepakket

In de InFocus appartementencomplexen is er voor de bewoners ook de mogelijkheid gebruik te maken van het zwembad, de sauna, het overdekte terras of het atrium. Onderstaande figuren geven een impressie van hoe het er na realisatie ongeveer uit zal komen te zien. In tegenstelling tot de vorige twee project en is dit project veel eenvoudiger. Er worden verder geen luxe voorzieningen of services aangeboden. Wel zijn de appartementen naar wens in te delen.



Figuur 3-11, Voorzieningen in het InFocus

Betrokken partijen

In deze paragraaf volgt een opsomming van de verschillende partijen die betrokken zijn bij de ontwikkeling en de verkoop of verhuur van de InFocus appartementen.

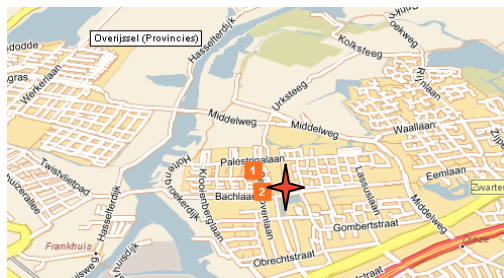
Ontwikkelaar	AM Wonen BV Noordoost	Zwolle
Gemeente	Zwolle en Holtenbroek	Zwolle
Makelaar	Karsen Makelaar	Zwolle
	Schep makelaardij	Zwolle
Beheerder	-	-

Tabel 3-4, Betrokken partijen bij het InFocus

Locatie

Zwolle is centraal gelegen en daardoor op vele manieren eenvoudig en snel te bereiken. De locatie zelf is niet hoogwaardig te noemen. Het is jaren '60 wijk welke vele problemen kende, waarvan het gedateerde woningaanbod en de onevenwichtige bevolkingsamenstelling wel de belangrijkste oorzaken waren⁵. Door herontwikkeling en nieuwbouw wordt getracht dit op te lossen en zo een meer gevarieerde samenstelling te krijgen en daarmee sfeer in de wijk te verbeteren.

De bereikbaarheid van de InFocus appartementen is goed te noemen. Vanaf de A28 kan de Bachlaan eenvoudig worden bereikt met de auto. Daarnaast bevindt het centrum zich op loopafstand.



Figuur 3-12, Locatie van het InFocus

- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- > Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?



⁵ Ontleend aan <http://www.nieuwholtenbroek.nl>

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

➤ Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

4

Marktpartijen aan het woord

In dit hoofdstuk zal verder worden ingegaan op de in het vorige hoofdstuk benoemde projecten. Omdat er niet of nauwelijks literatuur beschikbaar is over welke factoren succes garanderen in het algemeen of specifiek voor de stad Groningen, voor wat betreft dergelijke appartementencomplexen, moet een dataverzamelmethode gekozen worden die ruimte biedt voor het stellen van vragen aan de doelgroep of belanghebbenden. Bij dit empirische onderzoek zullen de uitkomsten van de vorige twee onderzoeksvragen als basis worden gebruikt.

4.1 Onderzoeksinstrument

Voor het verzamelen van deze informatie zal gebruik worden gemaakt van één van de vier grondvormen van een onderzoek om wetenschappelijke doelstellingen op te lossen. Swanborn onderscheidt het experiment, de enquête, het veldonderzoek en het bureauonderzoek. Ter beantwoording van deze onderzoeksvraag zal gebruik worden gemaakt van de enquête.



Reden hiervoor is dat dit de enige onderzoeksvorm is, waarbij de doelgroep kan worden benaderd en ondervraagd in een relatief korte termijn. Binnen de grondvorm enquête kan wederom een onderscheid worden gemaakt. Ditmaal tussen het schriftelijk dan wel mondeling ondervragen van de deelnemers.

Er is voor dit onderzoek gekozen voor een mondeling interview, wat de beste methode is voor het inzichtelijk maken van de mening(en) van de doelgroep (Baarda, D.B., dr. de Goede, M.P.M., 1997). Duidelijk zal moeten worden welke ‘harde en zachte’ factoren van belang zijn voor de doelgroep, alvorens ze een dergelijk appartementcomplex willen betrekken. Het type onderzoek valt dan ook te definiëren als een kwalitatief onderzoek. In onderstaande tabel staan de voordelen en de nadelen van een mondeling interview opgesomd⁶.

<i>Interviews</i>	<i>Voordeel</i>	<i>Nadeel</i>
	<ul style="list-style-type: none"> - De mogelijkheid om toonmateriaal te gebruiken - De mogelijkheid om vrijuit te spreken zonder restricties van gesloten, systematische vragen - Veel ruimte voor individuele reacties - Zowel ruimte voor kennisvragen als voor attitudes en motivatie - Gevoelige onderwerpen kunnen besproken worden 	<ul style="list-style-type: none"> - Geen groepsinteractie - Neemt meer tijd in beslag dan groepsgesprekken

Tabel 4-1, Overzicht voor- en nadelen van interviews

4.2 Materiaalverzameling en verwerking

Voorafgaande aan de interviews zijn er een aantal verschillende vragenlijsten opgesteld (zie bijlage 1). Dit is vanwege het feit dat iedere partij weer andere belangen en in meer of mindere mate betrokken is bij het project. Bij de interviews zijn de vragenlijsten als ondersteuning gebruikt. Het voordeel hiervan is dat de gesprekken een meer natuurlijk karakter krijgen, wat de diepgang en kwaliteit van het gesprek ten goede komt.

De informatie verkregen uit deze niet gestructureerde interviews is uitgewerkt weergegeven in bijlage 2. In dit hoofdstuk wordt slechts die uitkomsten van de interviews behandeld, die het meest van belang zijn voor dit project. Bij de uitwerking van de interviews is er voor gekozen om de resultaten integraal te verwerken. Reden hiervoor is dat het verschil in mening van de geïnterviewden niet van belang is, maar de opvattingen en feiten over het project en het servicepakket.



⁶ Ontleend aan <http://www.mediatest.nl>

4.3 De partijen

De interviews zullen worden gehouden met een aantal partijen, die betrokken zijn bij de ontwikkeling van de appartementen. Het gaat dan voornamelijk om de partijen die betrokken zijn bij de ontwikkeling van het plan en om de partijen die te maken hebben met de verkoop of verhuur. Deze partijen kunnen het meeste vertellen over het voortraject van het project en over de motieven en ervaringen van de (potentiële) bewoners. Allereerst zal echter van iedere partij een korte omschrijving worden gegeven om zo een indruk te krijgen van welke rol ze spelen binnen dit proces.

- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?

Ontwikkelaar:	De ontwikkelaar is de partij die een plan maakt voor de uitvoering van een bouwobject, Hierbij zijn deze tevens ook vaak de grondeigenaar. Het doel dat zij nastreven is waarde toevoeging. Veelal zijn ze niet de eindgebruiker.
Gemeente:	De gemeente is een partij die voorziet dat alles volgens de regels verloopt. Soms vervullen zij ook een actieve rol in het bouwproces, maar meestal is dit een latente rol.
Makelaar:	De makelaar wordt ingeschakeld om de appartementen te verkopen of te verhuren. Zij zijn de schakel tussen de verkoper en de kopers.
Bewoner:	De bewoner is in dit geval de eindgebruiker. Zij koopt of huurt het appartement en neemt deze in gebruik.

Van de verschillende projecten die in het vorige hoofdstuk zijn besproken, is getracht elk van de bovenstaande partijen te spreken. Onderstaande tabel geeft een overzicht van de geïnterviewde personen per project. In principe was het de bedoeling om van elk project dezelfde actoren te spreken. Dat dit niet is gebeurd, heeft een aantal redenen. Allereerst is er de afhankelijkheid van de wil van de partijen om mee te doen aan het onderzoek. Veelal bleken bijvoorbeeld de makelaars geen tijd te hebben. Daarnaast moet een interview met een partij ook wat toevoegen aan de beeldvorming en dit bleek na een aantal gesprekken niet meer het geval te zijn. De bewoners zelf konden niet worden geïnterviewd in verband met privacyvoorschriften.

<i>Project</i>	<i>Ontwikkelaar</i>	<i>Gemeente</i>	<i>Makelaar</i>	<i>Beheerder</i>
Montevideo	J.W. Markhorst	B. van Norden	M. Naaktgeboren	-
Het Kwartier	R. Roomer	W. Kuiper	-	-
Hoge Heren	-	-	-	T. Moerland
InFocus	R. Laurijsen	-	-	-

Tabel 4-2, Geïnterviewden per project

4.4 Conclusies interviews

In deze paragraaf zijn de belangrijkste bevindingen van de interviews weergegeven in onderstaande matrix. De toelichting van de verschillende onderdelen volgt daarna. De verschillende projecten worden gerangschikt in de drie categorieën, zoals deze in de Monitor Nieuwe Woningen worden gehanteerd. Dit zijn de categorieën: duur, betaalbaar en goedkoop. Deze indeling gaat op voor zowel huur als koop.

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

> Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

Soort	Koop		Huur ⁷	
	tot	€	tot	€
Goedkoop	tot	€ 181.000,-	tot	€ 900,-
Betaalbaar	tot	€ 271.000,-	tot	€ 1300,-
Duur	vanaf	€ 271.000,-	vanaf	€ 1300,-

Tabel 4-3, Onderverdeling koop en huurprijzen

Segment, soort en doelgroep

In de onderstaande tabel staan de verschillende cases uit het vorige hoofdstuk gerangschikt, met daarbij een overzicht van de belangrijkste bevindingen.

Project	Montevideo	Het Kwartier	Hoge Heren	InFocus
Segment				
• Goedkoop				*
• Betaalbaar		*	*	*
• Duur	*	*	*	
Soort				
• Koop	*		*	*
• Huur	*	*	*	
Doelgroep				
• Starters / doorstromers			*	*
• Tweeverdieners	*	*	*	*
• Gezinnen				
• 50 plussers	*	*	*	
• Overig	*	*	*	

Tabel 4-4, Overzicht van verschillende projecten



NB: Het project de Hoge Heren heeft prijzen die niet overeenkomen met de verdeling zoals deze in de bovenstaande tabel worden gegeven. Echter, dit project is in 2001 al opgeleverd en daarom dient er rekening gehouden te worden met prijsstijgingen en inflatie.

Met het prijspeil van 2001 kloppen de gegevens zoals deze zijn weergegeven wel.

⁷ Deze gegevens zijn verkregen uit de Vastgoedmarkt, 20 juli 2005

Uit de bovenstaande tabel blijkt dat alleen het project InFocus in een andere categorie valt dan waar dit onderzoek zich feitelijk op richt. Opvallend is dat de doelgroep ook direct verandert. Waar de andere drie projecten zich met name richten op 50 plussers en tweeverdieners, blijkt het project InFocus zich te richten op jonge starters, doorstromers en op jonge stellen.

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

> Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

Daarnaast kan worden afgeleid dat het bij dure woontorens niet toe doet, wat voor soort appartementen er worden aangeboden. Zowel huur als koop, of een combinatie van beide kan leiden tot goede verkoop dan wel verhuurcijfers. Het hangt echter van de markt af wat de beste keuze is. Bij koop blijkt verhuren een veilig alternatief te zijn indien de verkoop minder verloopt dan gepland.

Ook kan worden geconcludeerd dat de doelgroep voor de meer luxueuze woontorens, wordt gevormd door tweeverdieners, oudere stellen en de categorie overige. In deze laatste categorie zitten bijvoorbeeld singles, expats of gescheiden mensen. In ieder geval mag het duidelijk zijn dat het hier om welgestelde bewoners gaat, die zich een dergelijk comfort en luxe kunnen veroorloven.

Koop en / of huurargumenten

Per project wordt in onderstaande matrix aangegeven hoe de verschillende aspecten mee hebben gespeeld bij de keuze van de bewoners om over te gaan op koop dan wel huur. Hierbij is gebruik gemaakt van een vijf-puntsschaal, waarbij met behulp van plussen en minnen wordt aangegeven welke argumenten een positieve dan wel een negatieve invloed hebben op de koop of huur en in welke mate. Daarbij varieert de schaal van:

++ Erg positief -- Erg negatief

<i>Project</i>	<i>Montevideo</i>	<i>Het Kwartier</i>	<i>Hoge Heren</i>	<i>InFocus</i>
Koop / huurargumenten				
• Luxe en uitstraling	++	++	++	+/-
• Voorzieningen	+/-	+/-	+	+
• Services	++	++	++	+/-
• Locatie	-	+	+	+
• Uitzicht	++	+/-	+	+/-
• Veiligheid	++	++	++	+/-
• Prijs	-	-	+/-	-
• Opleveringsdatum	-	-	-	-

<i>Project</i>	<i>Montevideo</i>	<i>Het Kwartier</i>	<i>Hoge Heren</i>	<i>InFocus</i>
Overig van invloed				
• Vooronderzoek	+/-	+	+	++
• Informatie voorziening	-	+	+	+
• Concurrerende projecten	-	+	+	++

Tabel 4-5, Conclusies van interviews

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

> Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

Positieve factoren

In de bovenstaande tabel worden aantal aspecten met een ++ gewaardeerd. Het zijn deze aspecten waar de (potentiële) bewoners het meeste belang aan hechten. Er kan hierbij onderscheid gemaakt worden tussen 'harde' factoren (tastbaar) en de meer 'zachte' factoren (niet tastbaar). Daarnaast worden ook nog enkele aspecten besproken ten aanzien van het proces.

Harde factoren

Het blijkt dat de (potentiële) bewoners van de appartementen veel waarde hechten aan luxe en kwaliteit. De luxe uit zich in het gebruik van duurzame en dure materialen, die een kwalitatieve uitstraling hebben. Het komt er met andere woorden op neer dat zowel de appartementen als ook de buitenruimtes van een hoog afwerkingniveau dienen te zijn. Daarnaast blijkt voor de verkoop de aanwezigheid van de verschillende voorzieningen erg belangrijk te zijn. Want wie vindt het niet mooi om te kunnen zeggen dat je een zwembad in je appartement hebt? In de tabel worden ze echter met een plus / min gewaardeerd vanwege een andere reden. Uit ervaring blijkt namelijk dat de voorzieningen, zoals een zwembad, fitness of sauna, uiteindelijk meer voor de 'heb' zijn dan dat het echt als functioneel moet worden beschouwd. De intensiteit van het gebruik bevestigt dit idee. Zo blijkt dat in de al opgeleverde gebouwen dat het zwembad of de fitnessruimte slechts door een enkeling wordt bezocht.

Een ander aspect dat ook goed wordt gewaardeerd door de (potentiële) bewoners is de aanwezigheid van een huismeester en het bijbehorende servicepakket. Via zo'n huismeester kunnen vele zaken worden geregeld. Daarom is deze het central aanspreekpunt voor de bewoners. Zo kunnen bewoners bijvoorbeeld:

- een kapper / schoonheidsspecialist inhuren;
- de was laten stomen of strijken;
- een vergaderruimte huren;
- een gastsuite boeken;
- een extra parkeerplek reserveren.



Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

➤ Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

Zachte factoren

Afgezien van de harde factoren blijken de (potentiële) bewoners ook waarde te hechten aan meer zachte factoren. Zo blijkt uit de verschillende vooronderzoeken dat het met name de personen zijn die kiezen voor de luxe en kwaliteit, dat die veel waarde hechten aan de veiligheid. In de appartementen kan deze veiligheid worden gegarandeerd door een goed beveiligingssysteem. Andere aspecten die aandacht zouden kunnen krijgen zijn:

- een programmeerbare huissleutel;
- een snel sluitende parkeergaragedeur;
- veel toetreding van natuurlijk licht in de parkeergarage.

Daarnaast wordt bij de hogere appartemententorens het uitzicht ook zeer gewaardeerd. Achteraf blijkt dat bij de prijsdifferentiatie ook best onderscheid gemaakt had kunnen worden tussen de verschillende zicht locaties.

Negatieve factoren

De negatieve factoren die genoemd kunnen worden naar aanleiding van de interviews zullen in de onderstaande alinea's worden behandeld.

Locatie

Zo blijkt dat bijvoorbeeld bij het project Montevideo de locatie een negatieve invloed heeft op de verkoop. Dit komt vanwege het feit dat de toren op de Wilhelminapier wordt gebouwd, welke zich bevindt in Rotterdam-zuid. Het negatieve of minder positieve imago dat Rotterdam zuid heeft, werkt door bij de verkoop. Het project de Hoge Heren daarentegen, gelegen in Rotterdam-noord, staat nog op geen 300 meter van het Montevideo. Verkoop en verhuur van de duurste appartementen verliep daar zonder enige problemen.

Prijs

Ook de prijzen van de duurste appartementen blijken aan de hoge kant. Bij zowel het Montevideo als het Kwartier zijn het de duurdere (maar niet de duurste) appartementen die voor problemen zorgen. Bij de koopappartementen gaat het om appartementen met een koopsom van €600.000,- of meer en bij de huurappartementen bij een huurprijs vanaf €2000,- Als oorzaak wordt aangegeven dat de ontwikkeling van deze projecten plaatsvond in een tijd dat de sky de limit was en het prijsadvies plaatsvond. Dit was in de periode zo rond 2000. In de werkelijkheid blijkt het veel moeilijker te zijn om de dure appartementen aan de man te brengen, zeker ook omdat de oude woning ook eerst verkocht zal moeten worden. Een goed vooronderzoek had dit wellicht kunnen voorkomen.

- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?

Oplevering

Een ander argument dat als negatief wordt ervaren is de factor tijd. Het blijkt dat het potentiële kopers remt om een dergelijk appartement te kopen gedurende de voorverkoop, omdat tussen het moment van voorverkoop en de daadwerkelijke oplevering zo maar een aantal jaren zit. Bij alle projecten ervaren de potentiële kopers dit als negatief. Bij de koopappartementen start bijvoorbeeld de voorverkoop een jaar voor aanvang van de bouw en daardoor kan het soms wel 3 jaar duren alvorens het project gereed is en men er kan gaan wonen. Bij de huurappartementen is deze periode minder lang, maar ook daar zien we hetzelfde verschijnsel zich voordoen. Pas wanneer de het project zichtbaar wordt en de eerste modelwoningen bezichtigd kunnen worden, neemt de verkoop en de verhuur toe.

Concurrerende projecten

Concurrerende projecten zijn ook een oorzaak voor het minder goed verkopen van de appartementen. Want wanneer er in de regio appartementen worden aangeboden, die qua omvang, luxe en prijs nagenoeg gelijk zijn, dan verdwijnt het concurrentievoordeel snel. In zo'n geval zijn het de extra service en voorzieningen die het verschil maken. Dit ondanks het feit dat deze extra's niet worden beschouwd als belangrijkste koop- of huurargumenten. Daarnaast kan ook de prijs hierop van invloed zijn.

Vooronderzoek

Als ontwikkelaar is het altijd lastig om exact te weten wat de eisen en wensen van de doelgroep, voor wie het appartementencomplex wordt gerealiseerd, te weten. Meninge kunnen namelijk verschillen namelijk per regio en per individu. Om deze risico's te minimaliseren proberen ontwikkelaars via verschillende soorten vooronderzoek de eisen en wensen van de markt te bepalen.

Zo kan men zoals bij het project het Kwartier een marktonderzoeksbureau in de hand nemen, die een overzicht maakt van de bewoners in de rijkste wijken van Amsterdam en de randgemeenten Almere en Amstelveen. Het belangrijkste selectiecriteria hierbij is dat de bewoners qua inkomen moeten behoren tot het hoogste kwartiel. Eenmaal de groep in kaart gebracht kan deze worden aangeschreven met de vraag of ze mee willen werken aan het onderzoek.



Een andere manier om aan dezelfde gegevens te komen is om de methode van AM Wonen te volgen. Bij dit project zijn het vooral de jongere mensen die tot de doelgroep behoren. Deze heeft AM Wonen dan ook proberen te bereiken door een internetsite op te zetten. Door middel van teasers in lokale kranten en tijdschriften heeft AM Wonen de doelgroep weten te lokken en zo een panel kunnen samenstellen.

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

➤ Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

5

Doelgroepanalyse

Het empirische onderzoek, zoals dat verricht is in hoofdstuk vier, heeft de nodige informatie opgeleverd over de doelgroep voor de lifestyle appartementen. Het blijkt dat de doelgroep voor de lifestyle appartementen voornamelijk bestaat uit tweeverdieners en vijftig plussers. Uiteraard is het zo dat er ook nog een categorie 'overige' valt te benoemen met welgestelde singles, expats, en noem maar op. Maar omdat deze categorie een duidelijke minderheid vormt, zal deze buitenbeschouwing worden gelaten.

De doelgroep wordt dus gevormd door voornamelijk stellen van jonge dan wel middelbare leeftijd, die beschikken over een goed inkomen, en vijftig plussers.



Althans zo zou de indeling zijn geweest volgens de klassieke benadering. Een groot nadeel van deze methode is dat op deze wijze alle mensen binnen een bepaalde leeftijd -of inkomenscategorie als 'hetzelfde' wordt beschouwd. Op deze veralgemenisering is men tegenwoordig aan het terugkomen.

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

> Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

Steeds meer wordt er aandacht besteed aan de kwaliteit van huisvesting, en wordt er meer gekeken vanuit het oogpunt van de bewoners. Onder het motto *'ken de drijfveren van uw klant'* wordt er van alles aan gedaan om de woonconsument te typeren in termen van leefstijlen, emoties en beleving (Buys, 2001). De klassieke kenmerken verdwijnen hierbij niet uit beeld, want nog steeds is het zo dat deze kenmerken de meeste verschillen in woongedrag verklaren. De nieuwe inzichten vormen alleen een aanvulling op deze klassieke benadering.

De noodzaak voor deze wending in benadering is mede het gevolg van de welvaartsgroei en de daaraan gekoppelde keuzevrijheid in het wonen (Feenstra, 2000). Wonen wordt meer gezien als een consumentengoed. Meer dan voorheen kunnen de kopers zich bij de keuze van dit product, maatstaven veroorloven die recht doen aan de eigen situatie en preferenties voor wat betreft de woonkwaliteit. Wonen wordt onderdeel van zelfexpressie. De woonsituatie geeft uitdrukking aan de leefstijl die men kiest, aan de groep waartoe men wil behoren, aan de status en aan de maatschappelijke positie die men heeft.

In de literatuur zijn hierover verschillende theorieën bekend. De belangrijkste zijn de Leefstijl theorieën van Urhahn (1994), Reyendorp (1998) en Bastiaansen (1999). Ook is recentelijk een boek uitgekomen met de titel *"Tussen studentenhuis en serviceflat,"* van Bos en Leveling (2004) dat handelt over de woonwensen van verschillende groepen bewoners. In de volgende paragrafen zullen deze theorieën worden besproken en zal er vanuit de literatuur een antwoord worden gegeven op de vraag wat de doelgroep is volgens de niet klassieke methode en wat de kenmerken zijn van die levensstijlen.

5.1 Leefstijltheorieën

Er wordt steeds meer vanuit een ander perspectief gekeken naar woonmilieuvorkeuren. Het perspectief van leefstijlen is zo'n benaderingswijze. Een leefstijl wordt in dit onderzoek vooral gezien als een set samenhangende keuzemotieven die iets vertelt over de manier waarop mensen willen wonen. Dit betekent niet dat iedere persoon in een van de 'leefstijl hokjes' moet worden gestopt. Het is goed mogelijk dat iemand zich aan meerdere leefstijlen spiegelt. Verder is een leefstijl een momentopname en kan men 'doorgroeien' naar een andere leefstijl.



Reyendorp definieert het begrip leefstijl als: "het sociale traject dat iemand volgt, resulteert op bepaalde momenten in een relatief vast patroon waarop men het dagelijkse leven organiseert". Hierbij wordt het traject bepaald door het tijd - geld budget. Het onderzoek van Reyendorp onderscheidt zes vormen van bestaan (Reyendorp, 1998).

- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?

Leefstijl	Oorzaak
Ongewis bestaan	Flexibilisering van de arbeid
Ontheemd bestaan	Institutionalisering en migratie
Geregeld bestaan	Wegvallen van vanzelfsprekendheden en het combineren van taken
Eigengereid bestaan	Grote nadruk op eigenverantwoordelijkheid en zelf beschikking
Gedeeld bestaan	Groeiende diversiteit en heterogeniteit van de stedelijke samenleving
Recreatief bestaan	Toenemend belang van uitgaan, erop uitgaan en leisure

Tabel 5-1, Leefstijltheorie van Reyendorp

In de *Woonatlas consumentgericht bouwen* wordt door Bastiaansen een aantal leefstijlen onderscheiden. Het gaat hem daarbij vooral om het gevolg van deze leefstijlen: uitgesproken ontwerpen van woonomgevingen waar bewoners zelf een bewuste keuze voor maken. In deze leefstijlen komen zowel fysiekruimtelijke als functionele behoeften tot uiting. In onderstaande tabel wordt een aantal van de mogelijk denkbare leefstijlen beschreven (Bastiaansen, 1999).

Leefstijl	Centrale thema's
Dorpeling	Sociaal gebonden, tradities, kleine woning
Landschapper	Teruggetrokken, woning gericht op landschap
Yup	Vrijheid, trendsetten, woning nabij voorzieningen
Anarchist	Vrijheid, werken aan huis, weinig regels rond wonen
Traditioneel	Gezin als hoeksteen, veilige en nette woonomgeving
Principieel	Bewust en duurzaam, gericht op gezin, collectiviteit van woonomgeving
Hypermobiel	Altijd onderweg, mobile home, bereikbaarheid

Tabel 5-2, Leefstijltheorie van Bastiaansen

Urhahn onderscheidt eveneens een aantal vergelijkbare leefstijlen. Voor elk van deze leefstijlen worden profielen en woonwensen geformuleerd. In deze typologie spelen enerzijds belevingsaspecten zoals identiteit en herkenbaarheid een belangrijke rol, anderzijds komen functionele behoeften tot uiting⁸.



⁸ De indeling is afkomstig van Urhahn urban design

Leefstijl	Woonthema's
Stedeling	Stedelijke dynamiek, voorzieningen en herkenbaarheid
Netwerker	Internationalisering, ongebondenheid en bereikbaarheid
Dromer	Eigen huis, individuele expressie en groene setting
Doener	Sleutelen aan woning, vrijheid en gebruiksmogelijkheden
Dorpeling	Sociale samenhang, collectieve identiteit en nabijheid
Comfort-woner	Veiligheid, voorzieningen en collectiviteit
Woon-econoom	Financiële afweging, woonwensen ondergeschikt en interne kwaliteit
Buiten-woner	Individuele uitstraling, nabijheid landschap en buitenruimte

Tabel 5-3, Leefstijltheorie van Urhahn

Wanneer we naar de verschillende leefstijlen kijken, dan zijn het voornamelijk Urhahn en Bastiaansen wiens onderverdeling tot de verbeelding doet spreken. Bij de typologie van Bastiaansen voldoen de yuppen en de anarchisten het meest aan de karakteristieken van een bewoner van een lifestyle appartement. De omschrijving van de centrale thema's van deze typologieën passen dan ook het beste bij de kenmerken van een lifestyle appartement.

Meer geschikt voor dit onderzoek is misschien wel de leefstijltheorie van Urhahn. Hier worden de verschillende leefstijlen niet aan centrale thema's gekoppeld, maar heel concreet aan woonthema's. Het beeld dat hierdoor geschetst wordt geeft een duidelijk overzicht van de woonwensen van de verschillende typologieën. Wanneer er gekeken wordt naar de kenmerken van een lifestyle appartement en welke typen daar het beste bij passen, dan zijn dat 'de stedeling' en 'de comfort-woner'.

In eerste instantie leek 'een netwerker' ook te passen bij het beeld van wonen in een lifestyle appartement. Maar een diepgaandere analyse van deze groep, leert dat deze groep vooral gericht is op de randstad en de conglomeraat van steden. Groningen ligt hiervoor toch te 'afgelegen'. Dat de overige typologieën niet voldoen aan het beeld van stedelijk wonen in een appartementencomplex spreekt voor zich.

De omschrijvingen van de leefstijlen, zoals deze in de tabel staan, geven verder weinig uitdieping of uitleg. Zo wordt er bijvoorbeeld niets gezegd over de leeftijden die behoren bij de typologie: stedeling of comfort-woner. Om antwoord te kunnen geven op de vraag wat de verschillende leefstijlen belangrijk vinden en of dit overeenkomt met de service en voorzieningen die worden aangeboden bij de lifestyle appartementen, zal hier in de volgende paragrafen verder op in worden gegaan.

De stedeling

De stedelingen, zullen in toenemende mate ook bestaan uit ouderen die het wooncomfort van een centrumstedelijke locatie willen combineren met de nabijheid van een aantrekkelijk landschap. Afhankelijk van de beleidsinzet kunnen ook jongere groepen stedelingen worden aangetrokken. Uitgaan en voorzieningen vormen dan de belangrijkste trekkers.

Verder is de stedeling:

- Sterk gericht op de dynamiek van de stad: uitgaan, winkelen, stedelijke voorzieningen en werken zijn bij voorkeur op loopafstand;
- Zowel ouderen als jongeren vallen in deze groep; beide groepen zoeken hun 'soortgenoten' op in het centrumstedelijke gebied;
- Afhankelijk van de levensfase zal het woonprogramma en de behoefte aan identiteit sterk verschillen. In het algemeen wordt een herkenbare plek in het centrumstedelijke gebied wel belangrijk gevonden.

Comfort-woner

De groep comfort-woners zal naar verwachting groeien. Dit is deels toe te schrijven aan de toenemende vergrijzing. De belangrijkste sleutelwoorden zijn veiligheid, verzorging en voorzieningen. Voor de groep ouderen met sterke gerichtheid op hun huidige woonomgeving is het vooral van belang om het comfortniveau te vergroten, dan wel om in de directe nabijheid nieuwe aantrekkelijke woonvormen te bieden. Daarnaast zal een beperkte groep ouderen geïnteresseerd zijn in specifiek op hen toegesneden woonmilieus. Zeker niet alle 'comfort-woners' zijn ouderen. Ook drukbezette grote stadsbewoners zoeken in toenemende mate het comfort van veiligheid, verzorging en voorzieningen. Deels gaat het daarbij om de levering van diensten die niet of minder situatief zijn (internet boodschappen, stomerijservice etc.) maar er is een toenemende groep hoogstedelijke comfort-woners met een sterke internationale oriëntatie.

Verder houdt de comfort-woner van:

- Woongemak, veiligheid en voorzieningen staan centraal voor deze groep;
- Toegang tot een dienstenpakket dat is aangepast aan de persoonlijke leefomstandigheden is van groot belang;
- Aan de woning zelf worden sterk verschillende eisen gesteld;
- Zekere mate van collectieve identiteit gewenst.



Samengevat

Van de verschillende leefstijltheorieën is de theorie van Urhahn het meest complementair aan dit onderzoek. Mede door de koppeling van woonthema's aan de leefstijlen. Van de diverse typen blijken de stedeling en de comfort-woner te passen binnen een stedelijke omgeving. Echter, gezamenlijk geven de beide typen, zoals hierboven blijkt, een beeld dat overeenkomt met het beeld dat geschetst wordt van bewoners van een lifestyle appartement. Er kan dus gezegd worden dat vanuit de literatuur over leefstijlen blijkt, dat de doelgroep voor de lifestyle appartementen bestaat uit de comfort-woners die een stedelijke woonomgeving prefereren. Hierbij kan de leeftijd variëren.

Echter veel verder dan deze conclusie reikt de theorie van leefstijlen niet. Het geeft meer een complete beschrijving van welke leefstijl typologieën er bestaan in Nederland en wat de wensen zijn ten aanzien van hun omgeving. Binnen die leefstijlgroepen kan dan weer onderscheid gemaakt worden naar inkomen, leeftijden en gezinssamenstelling. Om iets meer vat te krijgen op deze klassieke factoren, zal hier in de volgende paragrafen verder op worden ingegaan. De nadruk zal liggen bij de onderverdeling in leeftijdscategorieën en gezinssamenstelling.

5.2 Bewonerscategorieën

Voor een verdere uitdieping van de leefstijlen is gekozen voor J.Bos D. Leveling (2004). Dit boek geeft een beschrijving van woonwensen vanuit het oogpunt van de bewoners, waarbij het belangrijkste uitgangspunt is dat leefstijlen zich in de hedendaagse samenleving steeds minder aantrekken van levensfasen. In het boek worden een aantal levensfasen beschreven, waarbij telkens wordt aangegeven wat de verschillende woonwensen zijn. Omdat de verschillende levensfasen nogal cryptisch zijn gedefinieerd, is gekeken naar een categorisering die meer duidelijkheid verschaft. Want het zal niet voor iedereen duidelijk zijn over welke levensgroep het gaat, als er gezegd wordt de groep 'met een ruime jas'.

Een betere overzichtelijke onderverdeling kan worden gevonden in een publicatie van het VROM 'Een wijk ontrafeld'. Hierin worden vijf bewonerscategorieën (A tot en met E) onderscheiden:

- A: Jongeren (alleenstaanden, tweepersoonshuishoudens);
- B: Huishoudens zonder kinderen;
- C: Huishoudens met kinderen;
- D: Mobiele ouderen (alleenstaanden, tweepersoonshuishoudens, empty-nesters);
- E: Beperkt mobiele ouderen;



- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- > Doelgroepanalyse
- Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?

Deze onderverdeling zal worden gehanteerd als titels van de verschillende alinea's, waaraan invulling wordt gegeven door de bevindingen van Bos en Leveling (2004). Rekening moet worden gehouden met het feit dat er altijd uitzonderingen op de regel zijn en dat bij de onderverdeling de meerderheid als maat wordt aangehouden.

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

> Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

A: Jongeren (alleenstaanden, tweepersoonshuishoudens)

De jongeren uit deze categorie (18-24 jr.) heeft een insteek van eerst een eigen leven opbouwen en daarna zien we wel weer. Het zijn de vrouwen die het eerste op zich zelf gaan wonen, mannen doen dit een paar jaar later. Ze beginnen in een klein flatje vanwege een laag inkomen en in 65 procent van de gevallen betreft het een goedkope flat of etage woning.

Ook gaat deze groep vrij snel opzoek naar een groter woning, doordat men afstudeert, gaat werken of gaat samenwonen. Hierbij zoeken ze vooral naar een woning in de plaats waar ze nu wonen. De wijk of buurt waarin ze willen wonen daar voelen ze zich wel thuis, maar men wil zich er niet aan binden. Het liefst moet het een gemeente wijk zijn. De meeste starters huren, maar een derde van deze groep is zoekende naar een geschikte koopwoning.

B: Huishoudens zonder kinderen

Twintigers en dertigers tussen de 25 en 39 jaar moeten hun plek vinden op de verschillende markten; wonen, werken en relaties. Sommigen zijn al snel gesetteld en anderen doen het wat langzamer. Wel geldt dat ze allen op zoek zijn naar stabiliteit en zekerheid. Ze wonen doorgaans in de grote stad waar ze een kleine woning huren. Wel willen veel alleenstaanden wat hoger op de ladder in dezelfde stad, maar dit blijkt heel lastig. Indien ze nog geen kinderen hebben, hechten ze niet zoveel waarde aan veiligheid. Ongeveer de helft van de groep tot dertig jaar woont alleen en van de groep tot 40 jaar is dit nog een kwart. Veel stellen van de laatste groep wonen in eengezinswoningen of koopappartementen, waarbij ze veel waarde hechten aan een ruimte dicht bij het centrum en met goede uitvalswegen.

C: Huishoudens met kinderen

Wanneer zich kinderen voordoen, dan blijkt een groot deel van deze groep te willen verhuizen naar een vrijstaande woning. Eenmaal op de juiste plek wil drie kwart van de jonge gezinnen niet op korte termijn verhuizen. Soms moet er een stap terug worden gedaan. Een op de vier huwelijken eindigt in een echtscheiding. Deze groep is na echtscheiding genoodzaakt een stap terug te nemen en zoekt naar een goedkope ruime huurwoning. De alleenstaanden met een hoger inkomen vinden vaak een woning in de vrije sector. Voor twee of drie kamer appartementen blijkt de wachtlijst vaak te lang.

- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- > Doelgroepanalyse
- Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?

Tussen de 40 en 54 zijn de jongeren middelbaar geworden. Het gaat goed met de carrière en doorgaans worden de kinderen al wat ouder. In deze categorie draait dan het meeste om de kinderen. Ongeveer 50 procent heeft dan ook kinderen. Door deze kinderen zijn ineens aspecten als veiligheid, een goede buurt en veel voorzieningen erg belangrijk. Slechts twintig procent van deze groep woont in een flat, en de rest in eengezinswoningen. Omdat de woonlasten bij deze huishoudens gemiddeld het laagst zijn, zien we ook weinig verhuisneigingen. Mocht dit zich wel voordoen dan geldt: een huurder blijft een huurder en een koper een koper. Reden voor een verhuizing zijn meestal te wijden aan achteruitgang van de buurt.

D: Mobiele ouderen (alleenstaanden, tweepersoonshuishoudens en empty-nesters)

Voor deze groep van 55 plusser tot en met 74 jarigen is de rust aangebroken. De kinderen zijn doorgaans al uit huis, de laatste carrière stap is gemaakt en een groter beter of duurder huis hoeft niet meer. Ze kunnen nu gaan genieten van vrijheid en luxe. De ruimte waarover deze oudere groep beschikt is doorgaans rond de 145m². Dit is 20 procent meer dan bij de jongeren rond de dertig die genoeg nemen met ongeveer 120m². De gemiddelde vijftig plusser heeft dan ook het gevoel in een te ruime jas te zitten en zitten met allemaal lege slaapkamers. Ondanks dit willen ze meestal niet op korte termijn verhuizen. Doen ze dit wel dan gaat het vooral om zich meer comfort en luxe te veroorloven. Terug naar de stad verhuizen is dan een reële optie. Bij de groep ouder dan 65 is het vooral de gezondheid die ze tot verhuizen dwingt. Deze mensen willen dan nog een keer verhuizen naar een woning waar ze ook oud in kunnen worden.

E: Beperkt mobiele ouderen

Deze laatste generatie van 75 en ouder woont over het algemeen niet al te groot. Ze genieten van de kleine dingen, zoals in de zon op het balkon kunnen lezen en uitzicht hebben op wat groen. Door deze groep wordt het hebben van eigen slaapkamer al als luxe beschouwd. Verder wonen ze graag in de buurt van allerlei voorzieningen en in een buurt die veilig en schoon is. Verhuizen zullen ze dan ook niet snel meer doen. Doen ze dat wel dan heeft dit als oorzaak de gezondheid of het overlijden van een de partner.

Samengevat

Het blijkt uit deze indeling, waar de mensen worden ingedeeld naar levensfasen, dat het inderdaad de huishoudens zonder kinderen zijn die in appartementen nabij of in de stad willen wonen en de groep mobiele ouderen (55 plussers) Vaak zijn de kinderen bij deze groep het huis uit en willen zoeken ze een kleinere woonruimte. De jonge stellen zullen het wonen in appartementen slechts zien als een tussenfase, voordat ze elders gaan wonen met hun gezin.

De ouderen willen alleen maar genieten van wat rust, luxe en de nabijheid van allerlei voorzieningen. Echter er wordt nog weinig verteld over wat de woonwensen precies zijn van deze bewonerscategorieën. Om die reden zal in de volgende paragraaf in worden gegaan wat de woonwensen zijn. Hierbij zullen alleen de categorieën worden behandeld, die in deze paragraaf zijn beschreven als potentiële bewoners.

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

> Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

5.3 Woonwensen

De kwaliteitseisen en -wensen die vanuit de bewonerscategorieën worden gesteld, kunnen worden samengevat in een vijftal wensenpakketten". De volgende ruimtelijke en functionele kenmerken zijn voor de samenstelling van een "wensenpakket" relevant (VROM, 2004):

- Woningdifferentiatie: grootte, type, mate van stapeling, eigendoms verhouding, tuin;
- Parkeren: op eigen erf, geconcentreerd of gespreid in het openbaar gebied;
- Inrichting openbaar gebied: groenstructuur en de toegankelijkheid van het groen in de wijk, (verkeersveilige) bereikbaarheid van het groen buiten de wijk;
- Voorzieningen: winkels, sociaal-medische en sociaal-culturele voorzieningen, sport en recreatie op loop- of fietsafstand tot de woning;
- Ontsluiting: bereikbaarheid door een directe aansluiting op het rijks- of provinciale wegennet, de aanwezigheid van een station en/of een (H)OV verbinding;

Bij de definiëring van de woonwensen worden alleen de woonwensen van de groepen B en D beschreven. Dit is de groep die past onder de noemer van de doelgroep.

B: Huishoudens zonder kinderen

Gestapelde woning, penthouse, grondgebonden woning (rijen of vrijstaand) vier of meer kamers, netto gebruiksoppervlak vanaf 100 m² balkon, terras of eigen tuin ligging nabij het stadscentrum of ligging nabij natuurrijk buitengebied met water of bos halte OV, gericht op het stadscentrum goede bereikbaarheid per auto parkeren op parkeerterrein direct bij de woning of in eigen garage of garagebox verscheidenheid aan leefstijlen en leeftijdsgroepen de individuele identiteit moet herkenbaar zijn

D: Mobiele ouderen (alleenstaanden, tweepersoonshuishoudens en empty-nesters)

Gestapelde woning (bij aanwezigheid van lift geen beperking voor etages), penthouse, grondgebonden woning (rijen, vrijstaand) eventueel in een bouwlaag drie of meer kamers, netto gebruiksoppervlak vanaf 80 m² balkon, terras of eigen tuin ligging nabij het

stadscentrum of ligging nabij natuurlijk buitengebied met water of bos halte OV, gericht op het stadscentrum goede bereikbaarheid per auto parkeren in het openbaar gebied (op straat of parkeerterrein) of privé (garage of parkeerbox) verscheidenheid aan leefstijlen en leeftijdsgroepen met duidelijke aanwezigheid van ouderen De individuele identiteit moet herkenbaar zijn, soms is een representatief karakter gewenst

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

> Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

5.4 Theorie vs. praktijk

In dit hoofdstuk is op verschillende manieren naar de doelgroep gekeken voor de lifestyle appartementen. Er is begonnen met het kijken naar de verschillende leefstijlen die kunnen worden onderscheiden in de literatuur. Aan de hand daarvan is getracht door middel van ook de leeftijden er bij te betrekken, om een beter inzicht te krijgen in wat de bewoners in de verschillende leeftijdsfasen belangrijk achten. Deze beschouwing richt zich op de meer algemene kenmerken. Tot slot is dit nog uitgediept door een meer uitgebreide beschrijving te geven van de woonwensen.

De laatste paragraaf van dit hoofdstuk zal de gevonden gegevens zoals hierboven beschreven, combineren met de gegevens uit het praktijk gedeelte. Er zal worden gekeken naar de mate van overeenkomst(en) tussen de vanuit de literatuur gevonden woonwensen en leefstijlen van verschillende bewonerscategorieën enerzijds, en de uit het empirisch onderzoek gevonden kenmerken van een lifestyle appartement anderzijds.

Uit deze vergelijking moet blijken dat de twee verschillende analyses veel overeenkomsten vertonen.

	<i>Literatuur</i>	<i>Praktijk</i>
Doelgroep	gezinnen zonder kinderen mobiele ouderen	jonge stellen 50 plus Overig
Inkomen	Geen vermeldingen	Bruto jaarsalaris * €40.000 tot €185.000
Woonlocatie:		centrumstedelijk
- <i>Gezinnen zonder kinderen</i>	nabij centrum of buitengebied	
- <i>Mobiele ouderen</i>	nabij centrum of buitengebied	
Soort woning:		appartement
- <i>Gezinnen zonder kinderen</i>	gestapelde woning, grondgebonden	
- <i>Mobiele ouderen</i>	gestapelde woning, grondgebonden	

- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?

	<i>Literatuur</i>	<i>Praktijk</i>
Omvang:		80 tot 250 m ²
- <i>Gezinnen zonder kinderen</i>	100 m ² of meer	
- <i>Mobiele ouderen</i>	80 m ² of meer	
Woonkenmerken:		luxe, veiligheid, voorzieningen
- <i>Gezinnen zonder kinderen</i>	veiligheid, verzorgingen, service	
- <i>Mobiele ouderen</i>	veiligheid, verzorgingen, service	
Parkeren:		parkeergarage
- <i>Gezinnen zonder kinderen</i>	parkeerterrein of (parkeer) garage	
- <i>Mobiele ouderen</i>	parkeerterrein of (parkeer) garage	
Overig:		vooronderzoeken, panels
- <i>Gezinnen zonder kinderen</i>	individuele identiteit herkenbaar	
- <i>Mobiele ouderen</i>	individuele identiteit herkenbaar	

Tabel 5-4, *Vergelijking Leefstijlen in theorie en praktijk*

* Uit het interview met de ontwikkelaar van het Kwartier kwam naar voren dat zij bij de selectie van het klantenpanel, het inkomen alleen als selectie criterium hebben gehanteerd. Selectie criterium hierbij was dat de panelleden een bruto jaarsalaris van minimaal 50 keer de huuropbrengst moesten hebben.

Conclusie

Uit de bovenstaande tabel kunnen twee zaken worden opgemerkt. Ten eerste blijkt dat vanuit de literatuur zowel gezinnen zonder kinderen als ook de mobiele ouderen dezelfde aspecten belangrijk vinden. Dit bleek ook al uit de vorige paragrafen, maar de opsomming geeft hier een nog duidelijker beeld van. Het zijn dus twee doelgroepen die veel dezelfde woonwensen hebben.

Daarnaast kan worden opgemerkt dat er bij de verschillende woonaspecten die worden onderscheiden, er weinig verschillen waarneembaar zijn de tussen literatuur en de praktijk. Qua doelgroep worden dezelfde doelgroepen genoemd. Alleen uitzonderingen zoals de expats, gescheiden mensen worden niet specifiek benoemt, maar vallen wel onder een van de bewonerscategorieën. Bij de overige aspecten bestaan er weinig onderlinge verschillen en sluiten deze goed aan bij de kenmerken van een lifestyle appartement.

Al met al kan gezegd worden dat het marktonderzoek een beeld geeft van de werkelijkheid dat overeenkomt met de gegevens uit de literatuur. Immers op basis van gegevens uit de literatuurstudie komen dezelfde ideeën naar voren betreffende dit concept. Hierdoor wordt het idee van de lifestyle appartementen en daarbij de keuze van de doelgroepen en overige factoren alleen maar meer gesterkt.

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

> Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

6

Woningmarkt analyse

Uit de vorige hoofdstukken is zowel uit de literatuur als ook uit de praktijk gebleken dat de doelgroep voor de lifestyle appartementen bestaat uit singles of jonge stellen met een goed inkomen en ouderen zo rond vijftig plus. In dit hoofdstuk zal worden in gegaan op de andere kant van het verhaal, de appartementenmarkt. Hierover is tot nu toe nog weinig vermeld. Om het op een gestructureerde manier aan te pakken zal eerst op landelijk niveau gekeken worden naar ontwikkelingen op de woningmarkt. Daarna zal in het volgende hoofdstuk meer ingezoomd worden op de vraag naar en het aanbod van appartementen in Groningen. Op die manier moet een goed beeld gevormd kunnen worden van hoe het gesteld is met het aanbod en mogelijke trends.

In de volgende paragraaf zal een overzicht worden gegeven van de meest recentelijk macro-economische ontwikkelingen en ontwikkelingen op de woningmarkt in het algemeen. De gegevens hiervoor zijn afkomstig van het VROM en zijn terug te vinden in:

- Woningbehoefte onderzoek (WBO);
- Kwalitatieve Woningregistratie (KWR);
- Nota Mensen, Wensen, Wonen;



of in daarvan afgeleide publicaties. In het kort zal eerst worden aangegeven wat de inhoud is van de verschillende documenten en hoe deze zich onderling verhouden.

Het Woningbehoefte Onderzoek (WBO) is een 'opvolger' van de algemene woning- en volkstellingen. Sinds 1964 wordt om de 4 jaar zo'n onderzoek gehouden, waardoor het WBO één van de omvangrijkste steekproefonderzoeken in Nederland is. Het geeft inzicht in de samenstelling van huishoudens, de huisvestingssituatie, de woonwensen en het verhuisgedrag. Het meest recente onderzoek is van 2002.

De Kwalitatieve Woningregistratie (KWR) levert niet alleen gegevens over de kwaliteit van de woning en woonomgeving, maar geeft ook informatie over beleidsthema's als stedelijke ontwikkeling en energiebesparing. Gezamenlijk geven de WBO en de KWR de basisinformatie over wonen, waardoor analyses mogelijk worden voor beantwoording van beleids- en Kamervragen, voor beleidsaanbevelingen en voor de ontwikkeling van nieuw beleid. De 'Nota Mensen, Wensen, Wonen', de beleidsnota over wonen stoelt dan ook op WBO en KWR-gegevens.

Sinds 2005 is het WoON (Woononderzoek Nederland), als nieuwe onderzoeksmethode, de opvolger van het WBO en het KWR. Het WoON geeft inzicht in onder andere de samenstelling van huishoudens, de huisvestingssituatie, de woonwensen, de woning en de woonomgeving. Het WoON heeft een doorlooptijd van drie jaar en is opgedeeld in modules die elk een onderwerp dekken, zoals woonomgeving, wonen en zorg of veiligheid.

6.1 Macro-economische ontwikkelingen

Nederland zit in een economische crisis⁹. Gevolgen: recessie, hogere prijzen, stijgende werkloosheid en verregaande bezuinigingen door de overheid. Maar daar komt de komende twee jaar verandering in: de economie trekt aan. Die boodschap droeg het kabinet uit op prinsjesdag 2005. De consequenties van de recessie voor de woningmarkt uit zich in het voorzichtiger zijn in het aanschaffen van een nieuwe woning en voor ontwikkelaars is de sky niet meer de limit. De Bouwprognoses 2003-2008 laten zien dat 2003 een jaar was met een omslagpunt in de conjunctuur. Alleen het niveau van het jaar 2000 zal de algemene conjunctuur en de bouw niet weer behalen.

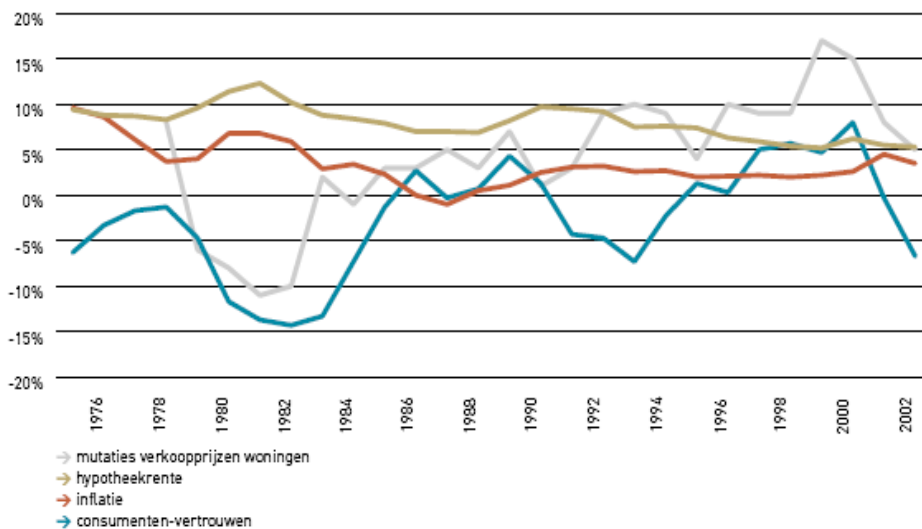
Het onderstaande figuur geeft een overzicht van de belangrijkste economische indicatoren en hoe deze verlopen in de tijd.



⁹ Ontleend aan <http://www.novatv.nl/>

- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- > Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?

- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- > Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?



Figuur 6-1, Overzicht belangrijkste economische indicatoren

In het bovenstaande figuur (Bron: Betaalbaarheid van het wonen, VROM) geven de verschillende lijnen een indicatie van hoe het gesteld is met de economie. Zo zien we in de aanloop naar het jaar 2000 een stijgende trend bij de meeste indicatoren (verkooprijzen en consumentenvertrouwen; relatief en inflatie en hypotheekrente; absoluut). Dit direct daarna zakt de economie ineen en is er een sterke daling waarneembaar. Maar wat betekend dit allemaal voor de woningmarkt?

Sinds de jaren negentig laat de lijn van de hypotheekrente een daling zien. Doordat deze hypotheekrente op dit moment op een zo laag niveau zit, zorgt het in theorie voor een gunstig investeringsklimaat en heeft het een positieve invloed op de doorstroming op de woningmarkt. Het maakt het kopen van een woning aantrekkelijker. Het aantrekkelijke koopklimaat werd echter lange tijd teniet gedaan door een sterke stijging van de verkooprijzen. Pas sinds 2000 zien we ook hierin een daling. Deze daling wil alleen nog niet zeggen dat de consument hierdoor gelijk weer vertrouwen heeft in de economie. Want het figuur laat zien dat met de daling van de verkoopprijs ook het consumentenvertrouwen sterk afneemt. In de jaren na 2002 heeft dit zich wel weer enigszins hersteld, maar is het nog lang niet te vergelijken met het niveau van 2000 (bron: CBS).



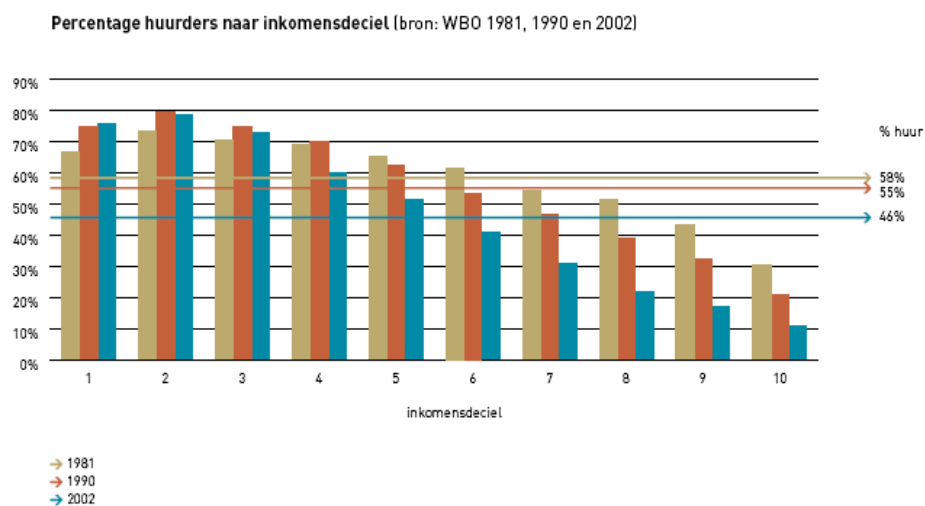
6.2 Macro-ontwikkelingen op de woningmarkt

Naast de macro-economische ontwikkelingen is het ook goed stil te staan bij de ontwikkelingen op de woningmarkt van de laatste jaren. De ontwikkelingen die zich hierop voordoen zijn onlosmakend verbonden aan de macro-economie. Voor het verkrijgen van dit inzicht is gebruik gemaakt van de al besproken literatuur. Daarnaast is ook gekeken naar een kwantitatieve analyse van de ontwikkelingen op de woningmarkt op basis van gegevens van de toekomstscenario's van het Centraal Planbureau (CPB) en de bevolkingsprognoses van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS).

Meer kopen dan huren

Het begin van de jaren negentig stimuleerde het Rijk de bouw van middeldure en dure koop (VROM, 2004). Het idee hierachter was om een opwaartse beweging te krijgen in de woningmarkt. Door meer dure en middeldure woningen aan te bieden, wordt de mogelijkheid geboden om een kwalitatieve doorstroom opgang te wekken waardoor aan de onderkant van het aanbod ruimte wordt gecreëerd. Tegenwoordig na de nota Mensen, Wensen en Wonen wordt ook de verkoop van huurwoningen gestimuleerd. Hierdoor zien we dat veel dure huurwoningen zijn omgezet in koopwoningen. Echter ook hier wordt hetzelfde doel mee nagestreefd.

De verandering van de woningvoorraad, waarbij vooral dure huur in de verkoop ging en er een groeiend aanbod was van middeldure en dure koop, heeft een kwalitatieve scheiding veroorzaakt. Hogere inkomens zijn doorgestroomd naar koop en lagere inkomens naar huur. In het onderstaande figuur wordt dit beeld bevestigd.



Figuur 6-2. Onderverdeling kopen en huren naar inkomensdecil

- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- > Woningmarktanalyse
 - De Groningse woningmarkt
 - Discussie panel
 - Lifestyle appartementen in Groningen?

Door deze ontwikkelingen is de samenstelling van de woningvoorraad in het afgelopen decennium sterk gewijzigd. Niet verbazingwekkend zal de mededeling zijn dat het aantal koopwoningen fors is toegenomen. Om het verschil aan te geven: in 1990 was een meerderheid van de woningen huurwoning (54%), in 2002 was dit nog zo'n 46%. Het kabinet streeft er naar dat in 2010 ongeveer 65% van de Nederlandse woningvoorraad uit eigen woningen bestaat (Nota Mensen, Wensen, Wonen 2004).

- Inleiding
- > Onderzoeksopzet
- > Lifestyle appartementen
- > Marktpartijen aan het woord
- > Doelgroepanalyse
- > Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?

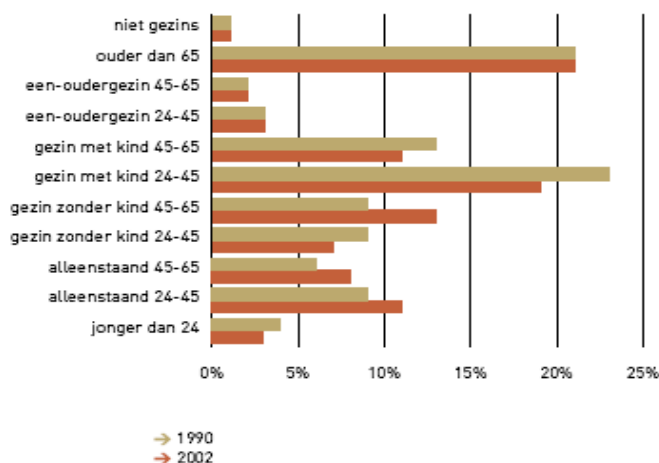
Afname groei

De afgelopen jaren breidt de woningvoorraad zich minder snel uit dan voorheen. Dit heeft uiteraard alles te maken met de macro-economische ontwikkelingen. Zo werden in 1990 nog ruim 97.000 woning gereed gemeld, terwijl dit in 2002 nog 67.0000 woningen waren (bron: Betaalbaarheid van het wonen, VROM). In die periode zijn er veel eengezinswoningen bij gekomen en steeds minder huurwoningen. De reden hiervoor is dat woningcorporaties steeds minder betrokken zijn bij de bouw van nieuwbouw woningen. Marktpartijen zoals de ontwikkelaars nemen steeds meer van de nieuwbouw voor hun rekening. Hierdoor zullen het aantal woonconcepten ook toenemen, omdat deze partijen op die manier zich proberen te onderscheiden en daarmee de concurrenten voor zijn.

Verandering huishoudensamenstelling

Ook sinds enkele jaren verandert de huishoudensamenstelling. Een van de belangrijkste veranderingen is de toename van het aantal eenpersoonshuishoudens en de afname van gezinnen met kinderen. Omdat, door deze ontwikkeling, het aantal huishoudens toe zal nemen, moet dit opgevangen worden door een extra aanbod van woningen. Hierdoor stijgt het aanbod van woningen dan ook sneller dan het aantal inwoners.

**Ontwikkeling in huishoudensamenstelling
1990-2002 (bron: WBO 1990-2002)**

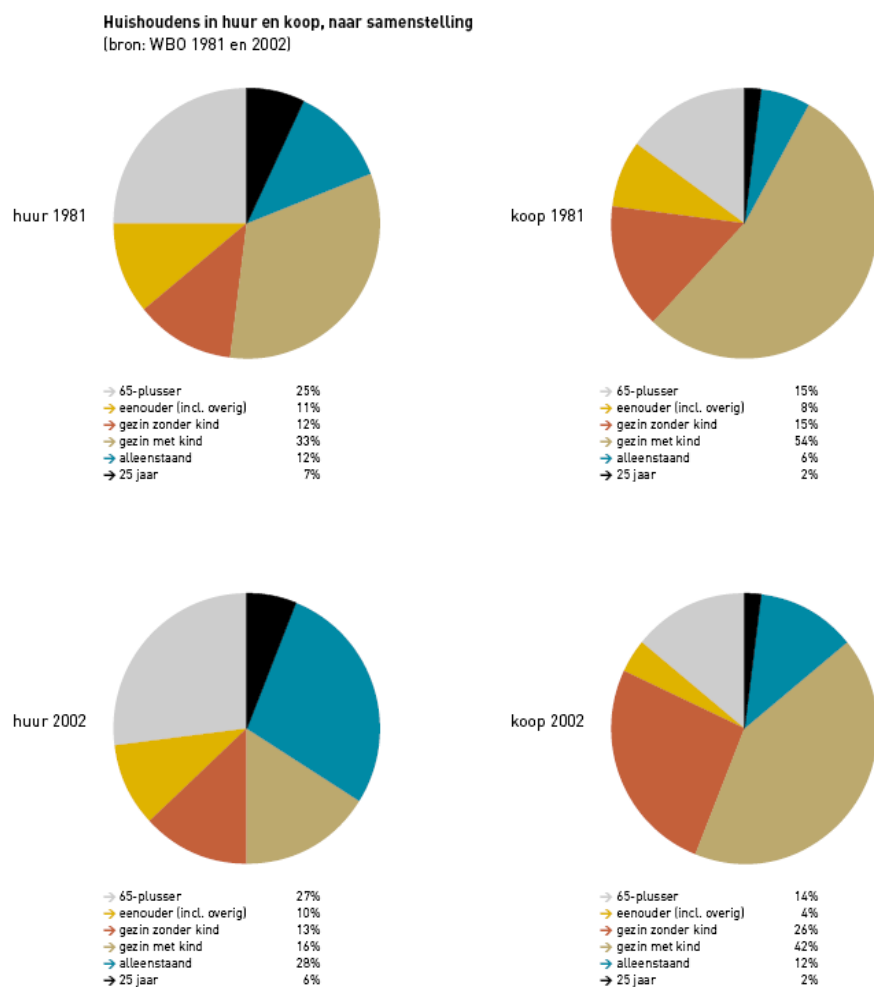


Figuur 6-3, Ontwikkeling van de huishoudensamenstelling



Wanneer deze gegevens gekoppeld worden aan het type huisvesting (koop of huur) dan zijn een aantal veranderingen waarneembaar. In onderstaande figuur worden deze veranderingen weergegeven. De toename van gezinnen zonder kinderen is ook zichtbaar in dit figuur. Het blijkt dat deze groep voornamelijk kiest voor koopwoningen en in mindere mate voor huur. Alleenstaanden hebben daarentegen een duidelijke voorkeur voor huren.

- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- > Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?



Figuur 6-4, Huishoudens in huur en koop naar samenstelling

Voor de toekomst geldt dat na 2010 de vergrijzing in Nederland fors toe zal nemen. De eisen die gesteld worden aan de woning en de woonomgeving zullen hierdoor ook veranderen. Er zal meer behoefte zijn aan voorzieningen, veiligheid en rust. Volgens de analyse zal het aantal 65-plussers dan verdubbelen van twee miljoen naar vier miljoen in 2030. Het aantal jongeren blijft ongeveer gelijk over deze periode.



Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

> Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

Individualisering

Een ander kenmerk, dat weliswaar niet zo zeer een kenmerk is van de bouwmarkt, maar hier wel directie invloed op uitoefent is de individualisering (bron: nota Mensen, Wensen en Wonen). Mensen maken steeds meer keuzes waarvan ze denken dat deze past binnen hun leefstijl en individuele persoonlijkheid. Hierdoor zal er binnen de bouw steeds meer rekening moeten worden gehouden met individuele wensen van bewoners. Flexibiliteit zal steeds meer de maat worden.

Emancipatie

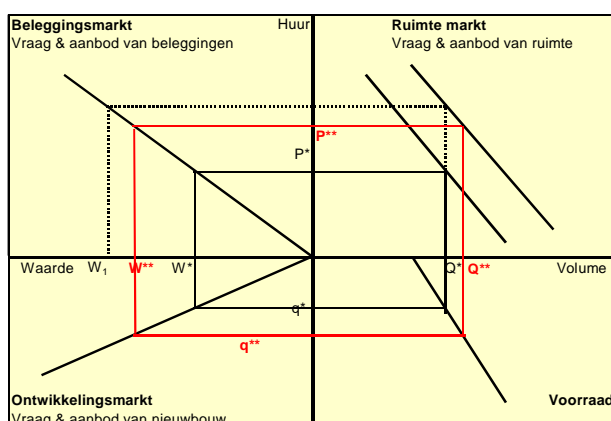
Op het eerste gezicht lijkt dit ook een minder van belang zijnde kenmerk. Het gaat hier om de arbeidsparticipatie van vrouwen. Deze neemt snel toe, waardoor steeds meer huishoudens beschikken over twee inkomens. Het gevolg voor de bouwmarkt is dat er een steeds grotere vraag ontstaat naar kwaliteit en luxe, maar ook tot een ander gedrag op de woningmarkt. De kwaliteit en bereikbaarheid van werk, voorzieningen en tijdsbesparende gemaksdiensten spelen daarin een steeds grotere rol (bron: Nota Mensen, Wensen en Wonen).

6.3 Ontwikkeling van de kwantiteitsvraag

Naast alle ontwikkelingen op macro niveau van de economie en de woningmarkt, is voor dit onderzoek ook van belang meer zicht te krijgen in hoe de kwantiteitsvraag zich ontwikkelt. Oftewel hoe staat het met de vraag naar en het aanbod van woningen. Voor deze analyse zal een topdown benadering worden gebruikt. Dit betekent dat vanuit een landelijk perspectief steeds meer ingezoomd zal worden naar de situatie van de stad Groningen. Gelet zal worden op de ontwikkelingen van de woningvoorraad in combinatie met de macro-ontwikkelingen zoals ze hierboven zijn beschreven.

Vastgoedcyclus

Het samenspel tussen deze vraag en aanbod kan worden weergegeven in een zogenaamde vastgoedcyclus. Met deze cyclus wordt duidelijk weergegeven welke factoren van invloed zijn op de (woning)markt en hoe de verschillende onderdelen op elkaar reageren. Om dit inzicht te verkrijgen zal in deze paragraaf de vastgoedcyclus worden besproken. In het onderstaande figuur zijn vier verschillende velden te onderscheiden in de vastgoedcyclus: de vraag en aanbod, de beleggingsmarkt, de ontwikkelingsmarkt en de voorraad. Normaliter is er een evenwichtsituatie tussen deze velden (zie middelste zwarte rechthoek). Echter door een verandering, al dan niet door de lokale dan wel nationale economie, kan dit evenwicht worden verstoord.



Figuur 6-5: De vastgoedcyclus

- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- > Woningmarktanalyse
 - De Groningse woningmarkt
 - Discussie panel
 - Lifestyle appartementen in Groningen?

Het figuur geeft een voorbeeld van een algemene huurprijsstijging. Door deze ontwikkeling raakt de vastgoedcyclus uit balans en zal deze trachten een nieuwe evenwichtsituatie te zoeken. Hierbij doen de volgende processen zich voor:

Door de huurprijsstijging neemt de waarde van vastgoedobjecten op de beleggingsmarkt toe van een waarde W^ naar een waarde van W_1 . Echter, dit is slecht van tijdelijke aard, omdat er nog geen sprake is van een evenwicht in de cyclus.*

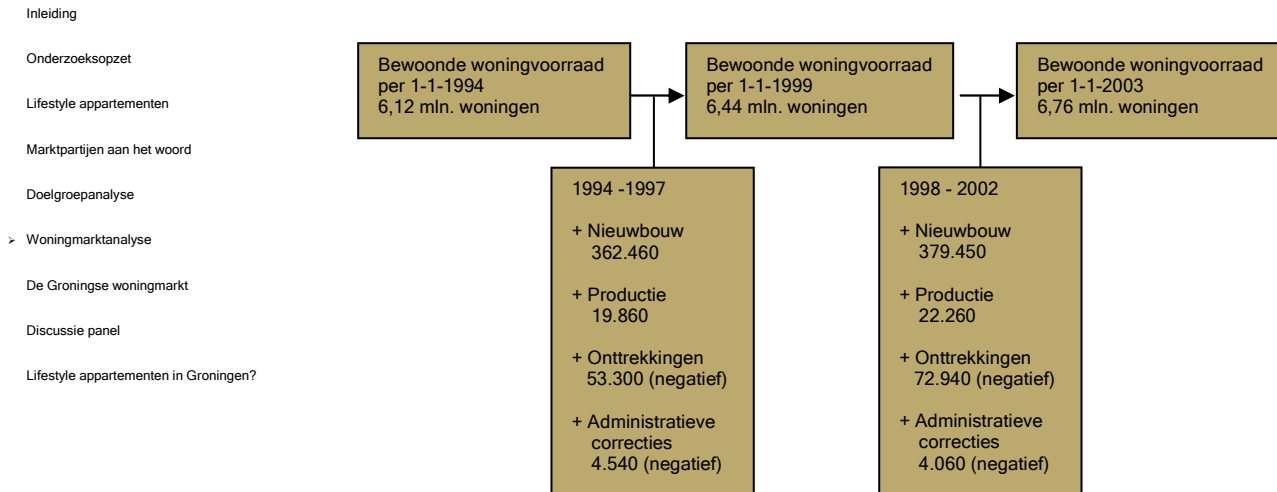
Na een bepaalde periode zal het evenwicht weer terugkeren, waarna de volgende situatie zich voordoet:

Het huurprijsniveau is gestegen van een prijs p^ naar een prijs p^{**} . Dit zorgt ervoor dat op de beleggingsmarkt de waarde van vastgoedobjecten toe neemt van W^* naar W^{**} . Op de ontwikkelingsmarkt heeft de huurprijsstijging geresulteerd in een toename van het aantal te ontwikkelen vastgoedobjecten (van q^* naar q^{**}), waardoor de voorraad uiteindelijk toeneemt tot een waarde van Q^{**} .*

Teruggerekoppeld naar dit onderzoek, het is dus van groot belang om rekening te houden met de verschillende aspecten van deze vastgoedcyclus. Neem bijvoorbeeld de huurprijzen van een appartementencomplex. Wanneer een ontwikkelaar prijzen hanteert met een waarde van W_t , welke gebaseerd zijn op basis van een tijdelijke niet-evenwichtsituatie, terwijl het evenwicht zich al weer heeft herstelt, dan zijn deze prijzen te hoog. Hierdoor kan dit een negatief effect hebben op de mogelijke verhuur. Tegelijkertijd dient er zo ook rekening gehouden te worden met het (toekomstige aanbod) aanbod en de ontwikkelingen op de woningmarkt. Om deze redenen zal in de volgende paragrafen meer gedetailleerd gekeken worden naar de ontwikkelingen op de woningmarkt.

Ontwikkelingen in de woningvoorraad

De woningvoorraad in Nederland is constant in beweging. Aan de ene kant worden er woningen gerealiseerd en aan de andere kant worden er woningen afgebroken en onttrokken aan de voorraad. Om een idee te krijgen hoe deze voorraad zich de afgelopen jaren heeft ontwikkeld, wordt het volgende figuur gegeven.



Figuur 6-6: Ontwikkeling van de woningvoorraad

Uit deze cijfers lijkt het goed te gaan met de woningmarkt met een toename van 6,12 mln. woningen in 1994 naar 6,67 mln. woningen in 2002. Echter, zoals al aangegeven bij de vastgoedcyclus, wordt de woningmarkt ook beïnvloed door de macro-economie. De verschillende jaarcijfers in de periode 1998-2002 laten dit ook zien. Echter, in het kader van dit onderzoek is, zijn de verschillende nieuwbouw jaarcijfers meer interessant. Zo blijkt dat in Nederland steeds minder nieuwbouw gerealiseerd wordt. In het jaar 1997 werden nog ongeveer 92.500 nieuwbouwwoningen gebouwd en vijf jaar later is dit aantal gedaald naar 66.500 woningen.

Het totaal van nieuwbouwwoningen kan worden onderverdeeld in drie categorieën opdrachtgevers:

- overheid en woningcorporaties;
- bouwers voor de markt;
- andere particuliere opdrachtgevers.



Van deze groep zijn het vooral de woningcorporaties en de particuliere opdrachtgevers die steeds minder nieuwbouw realiseren. De groep bouwers voor de markt laat een vrijwel constante oplevering zien van nieuwbouwwoningen. Voor dit onderzoek is deze laatste groep dan ook de meest interessante groep, aangezien het project van lifestyle appartementen waarschijnlijk door marktpartijen zal worden opgepakt.

De NEPROM laat jaarlijks en per kwartaal een overzicht opstellen van de cijfers uit de woningbouw. Dit onderzoek genaamd Monitor Nieuwe Woningen¹⁰ (MNW) geeft een overzicht van de aangeboden nieuwe koopwoningen en appartementen in Nederland. De cijfers die getoond worden in deze publicatie hebben betrekking op het aanbod van ongeveer negentig procent van de marktpartijen en zijn meer recentelijk dan de cijfers van het WBO. In het MNW wordt zelfs een indicatie van het eerste kwartaal van 2005 gegeven.

- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- > Woningmarktanalyse
 - De Groningse woningmarkt
 - Discussie panel
 - Lifestyle appartementen in Groningen?

Aanbod appartementen

Uit dit onderzoek blijkt dat in Nederland zo'n tweeëndertig duizend koopwoningen per jaar worden opgeleverd. Van dit aantal zijn zo'n negenduizend woningen nieuwbouw appartementen (zie onderstaande tabel). Gezien de cijfers van het laatste kwartaal van 2004 en het eerste kwartaal van 2005, lijkt het erop dat dit aantal voorlopig ook niet zal afnemen. Het merendeel van de appartementen wordt gerealiseerd in het westen. Het noorden steekt hier met een totaal van rond de 450 appartementen per jaar schraal tegen af.

OPGELEVERDE APPARTEMENTEN NAAR LANDSDEEL EN PROVINCIE (ABSOLUUT)

Landsdeel/ provincie	Totaal 2003	Totaal 2004	2004 I	2004 II	2004 III	2004 IV	2005 I
<i>Noord</i>	460	412	44	69	87	212	86
Groningen	136	97	9	17	20	51	38
Friesland	140	149	29	15	33	72	40
Drenthe	184	166	6	37	34	89	8
<i>Oost</i>	1.634	1.416	253	331	371	461	328
Overijssel	508	445	106	68	110	161	86
Gelderland	1.126	971	147	263	261	300	242
<i>West</i>	6.111	5.139	1.206	1.372	1.101	1.460	960
Utrecht	916	482	94	78	132	178	198
Flevoland	336	200	93	43	31	33	29
Noord-Holland	1.739	1.322	300	330	252	440	267
Zuid-Holland	3.120	3.135	719	921	686	809	466
<i>Zuid</i>	2.022	1.836	497	496	351	492	370
Zeeland	145	232	17	27	72	116	95
Noord-Brabant	1.420	1.254	374	363	230	287	214
Limburg	457	350	106	106	49	89	61
Nederland	10.227	8.803	2.000	2.268	1.910	2.625	1.744

Bron: Monitor Nieuwe Woningen

Gegevens uit de Monitor Nieuwe Woningen hebben betrekking op ruim 90% van de door beroepsmatige opdrachtgevers gerealiseerde nieuwe koopwoningen. Woningen die worden gebouwd onder particulier opdrachtgeverschap maken (nog) geen deel uit van de monitor.



Tabel 6-1, Overzicht opgeleverde appartementen

¹⁰ Ontleend aan www.NEPROM.nl

Prijsklasse van appartementen

Het onderzoek MNW geeft ook een overzicht van de gerealiseerde appartementen in de afgelopen jaren naar variabele prijsklasse (absoluut). Hieruit blijkt dat de meeste nieuwgebouwde appartementen zich bevinden in de middeldure categorie (51%). Opvallend is de sterke afname van het aandeel dure appartementen in het jaar 2004 ten opzichte van het jaar 2003. Het verschil van bijna 1900 appartementen is zeer waarschijnlijk te wijten aan de hausse periode rond het jaar 2000. Ondanks deze ontwikkeling, maakte in 2004 de prijsklasse duur nog steeds een groot deel uit van de het aandeel opgeleverde appartementen (30%). Uit de cijfers van het eerste kwartaal van 2005 lijkt het aandeel middeldure en dure appartementen redelijk constant te zijn aan het jaar 2004.

OPGELEVERDE APPARTEMENTEN NAAR VARIABELE PRIJSKLASSE (ABSOLUUT)

Prijsklasse	Totaal 2003	Totaal 2004	2004 I	2004 II	2004 III	2004 IV	2005 I
goedkoop	1.076	1.357	316	340	340	361	168
middelduur	4.504	3.566	678	920	873	1.095	740
duur	3.392	2.078	662	563	397	456	454
Nederland	8.972	7.001	1.656	1.823	1.610	1.912	1.362

Bron: Monitor Nieuwe Woningen

Exclusief woningen waarvoor geldt dat de grond geen deel uitmaakt van de verkoopprijs

Met ingang van 2004 wordt gewerkt met nieuwe prijsklassen. Voor de gehanteerde grenzen zie bijlage 1. Voor een toelichting bij de grenzen zie bijlage 3.

Gegevens uit de Monitor Nieuwe Woningen hebben betrekking op ruim 90% van de door beroepsmatige opdrachtgevers gerealiseerde nieuwe koopwoningen. Woningen die worden gebouwd onder particulier opdrachtgeverschap maken (nog) geen deel uit van de monitor.

Tabel 6-2, Overzicht opgeleverde appartementen naar prijsklasse

Conclusie

Uit het onderzoek Monitor Nieuwe Woningen blijkt ook dat er op het moment in Nederland meer nieuwbouwapartementen worden aangeboden dan dat er worden verkocht. Er lijkt te gelden: hoe duurder het appartement hoe ruimer de markt. Het NVM heeft een indicator ontwikkeld die aangeeft hoe ruim of krap een markt is. De zogenaamde krapte-indicator. Voor deze weergave wordt een schaal van 1 tot 10 gehanteerd. Bij een score 5,0 tot 6,0 is er sprake van een zeer evenwichtige markt. Bij een score van 1,0 is de markt zeer krap. In dit geval is er een uitgesproken aanbieders- of verkopersmarkt. Bij een score van 10,0 is de markt zeer slap en spreken we van een kopersmarkt. De krapte-indicator wordt op maandbasis bijgehouden volgens de formule¹¹:

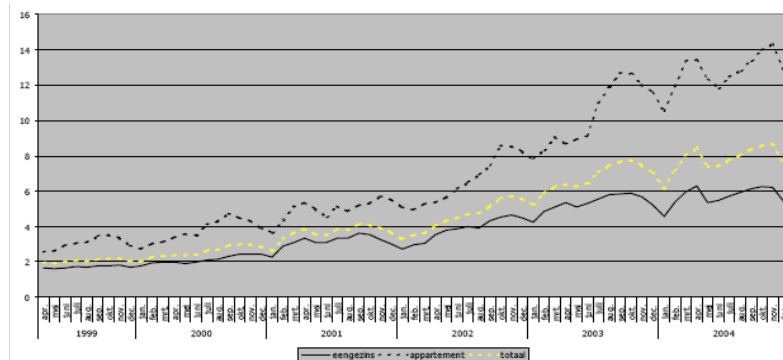


$$\text{Krapte-indicator} = \frac{\text{NVM aanbod maand } (x)}{\text{NVM transacties maand } (x-1)}$$

¹¹ Ontleend aan <http://www.makelaardijwassenaar.nl/krapteindicator.htm>

Het onderstaande figuur geeft een overzicht van deze indicator gedurende de afgelopen jaren.

Krapte-indicator^c voor de markt van nieuwe koopwoningen



^c De krapte-indicator is gedefinieerd als: verkoopportefeuille aan het begin van de maand gedeeld door aantal transacties in de daaraan voorafgaande maand. In de figuur is de krapte-indicator weergegeven als driemaands voortschrijdend gemiddelde.
Bron: Monitor Nieuwe Woningen, OTB-bewerking

Figuur 6-7, Ontwikkeling van de krapte indicator

Zo valt op te maken uit het figuur dat de nieuwbouw van appartementen zich sinds 2001 pas echt heeft ontwikkeld. Vanaf dan is een sterke toename waarneembaar. Echter het beeld dat geschetst wordt is een gemiddelde van alle soorten nieuw gebouwde appartementen. De NEPROM beschreef in z'n onderzoek uit 2003 dat de score voor alle nieuwbouwappartementen in 2002 rond de 6 lag. Het geen ook overeenkomt met het figuur. Uitgesplitst naar prijsklasse blijkt echter hoe ruim de markt voor dure appartementen echt was: voor appartementen boven €242.153,- (anno 2005 meer dan €271.000,-) was toen de kraptescore 12 (NEPROM Conjunctuurtest projectontwikkeling 2003). Aangezien in het figuur de lijn van de gemiddelde krapte-indicator alleen maar toeneemt, is de verwachting dat dit ook voor de appartementen uit de duurste prijsklassen het geval zal zijn.

Dat er sprake is van een kopersmarkt blijkt uit alles. Het vertaalt zich bijvoorbeeld ook in de verkooptijden van de appartementen. Uit het onderzoek 'Conjunctuurtest projectontwikkeling 2003' van de NEPROM, blijkt in de nieuwbouw de verkooptijd van een appartement hoger te liggen dan die van eengezinswoning. Oftewel, een nieuwbouwapartement wordt minder snel verkocht dan een eengezinswoning. Dit betekent dat mensen de tijd nemen om een duur appartement te kopen. Ontwikkelaars zullen er dan ook alles aan doen om zich te onderscheiden van de rest, om zo de verkoop te bevorderen. Het tegenovergestelde doet zich voor bij appartementen uit de bestaande voorraad. Echter, in de bestaande voorraad gaat het vaak om kleine, goedkope appartementen, terwijl de nieuwbouw voornamelijk uit grotere, duurdere appartementen bestaat.

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

➤ De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?



De groningse woningmarkt

De ontwikkelingen zoals die in het vorige hoofdstuk zijn beschreven zijn ook van toepassing voor de stad Groningen. In welke mate en wat voor consequenties dat heeft zal in deze paragraaf worden besproken. Hierbij zal de analyse zich voornamelijk richten op de appartementenmarkt in Groningen.

Om allereerst een indruk te krijgen van de ontwikkelingen zoals die zich voordoen op de woningmarkt van de stad Groningen, is gekeken naar het beleid stuk 'Sterke stad, actieve stad'ers'. Dit is een actualisering van de stadsvisie 'Groningen, het stedelijk alternatief'. Voor de periode van 2004 tot 2010 wordt hierin beschreven welke doelstellingen de stad Groningen nastreeft.



7.1 Stadsvisie

De visie van de stad Groningen richt zich op het blijven onderscheiden door de kwaliteit van het woon- en leefklimaat van de stad en de regio, met die bijzondere combinatie van prettig wonen, stedelijke dynamiek en de rust en ruimte van het omringende landschap¹². Concreet betekent dit dat de stad Groningen de prioriteit geeft aan wonen, werk, de binnenstad en cultuur. Daarnaast moeten er ook nieuwe inwoners, bezoekers en bedrijven aangetrokken worden. Deze nieuwe inwoners en bedrijven zijn nodig om de stad en de wijken sterker te maken in de breedte.

Om dit te realiseren zullen er tot 2010 ongeveer 10.000 woningen gebouwd moeten worden in een gevarieerd aanbod, in en direct rond de stad. Per jaar betekent dit een toevoeging van 1350 woningen. Want alleen door in en rond de stad te bouwen, kan landschappelijke kwaliteit elders in de regio in stand blijven en wordt pendel voorkomen. De helft van deze woningen moet komen in de nieuwe uitleg en dan vooral in Meerstad, de andere helft in de bestaande stad. Selectieve intensivering binnen de stad is nodig omdat er grote behoefte is aan stedelijk wonen en omdat gezinsverdunding het draagvlak voor voorzieningen in de bestaande wijken sluipenderwijs heeft aangetast. Ook hier is nieuwbouw daarom een gedeeld belang van huidige en toekomstige bewoners.

Door te anticiperen op de vraag tracht de stad Groningen de doorstroming weer op gang te brengen. Daarnaast moet het veelzijdige aanbod nieuwe groepen aantrekken, waaronder midden- en hogere inkomens. Deze groepen zijn essentieel voor een stevig sociaal en economisch draagvlak in de wijken en voor een sterke stad. Ook ten opzichte van het landelijke gemiddelde zijn de gezinnen met kinderen en ouderen (babyboom generatie) ondervertegenwoordigd (Statistisch jaarboek Groningen, 2004).

Een andere visie van de gemeente Groningen is die van de Intense stad (M. Dehaene et al. 2004). Dit idee behelst het aanscherpen van de rode en groene contouren. Oftewel er zal op diverse locaties in Groningen, zowel binnen de voor en naoorlogse ring als ook op nieuwe randlocaties, hoogbouw worden gecreëerd. Hierdoor kan Groningen zich blijven profileren als een van de laatste compacte steden in Nederland.

Veranderend imago van appartementen

De nieuwbouw appartementen die momenteel worden toegevoegd aan de voorraad in Groningen, zijn niet meer te vergelijken met de galerij of portiekflats van de afgelopen jaren. Het 'slechte' imago verdwijnt hierdoor langzaam.

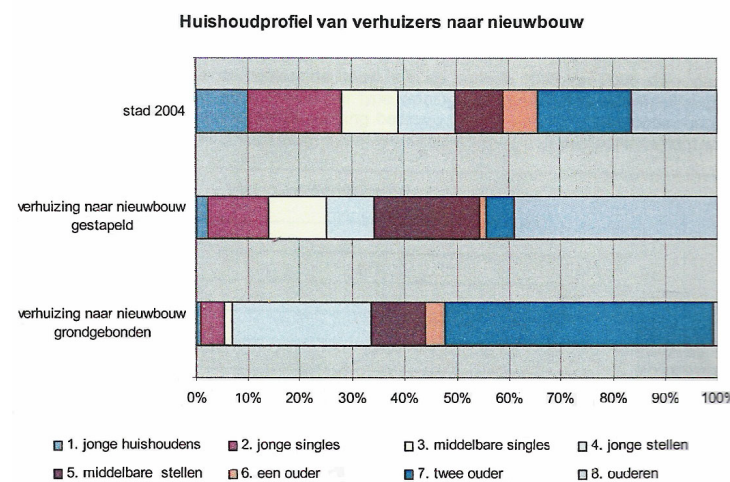


¹² Ontleend aan <http://www.groningen.nl/stadvisie>

- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?

De reden hiervoor is dat de appartementen, die tegenwoordig worden gerealiseerd, van een veel meer kwalitatieve aard zijn. Hetgeen zich ook uit in de prijs en locatie van de appartementen. Door deze verandering worden er ook andere huishoudens getrokken naar deze appartementen en naar de stad Groningen. De doelgroep bestaat niet meer uit het type mens dat momenteel woonzaam is in de verschillende galerijflats. Het volgende figuur geeft een goed beeld van welke type huishoudens door welk type woning wordt aangetrokken.

- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?



Figuur 7-1, Overzicht huishoudprofiel van verhuizers

De gemeente kan hierdoor invloed uitoefenen op de samenstelling van de Groningse bevolking door het aanbod van een bepaald type woning in meer of mindere mate te stimuleren. Zo blijkt uit het WMG dat door meer appartementen te realiseren er vooral middelbare stellen en ouderen worden aangetrokken, gevolgd door jonge stellen en singles. Voor dit onderzoek zijn voornamelijk de jonge en middelbare stellen van belang en de singles in mindere mate.

7.2 De doelgroep

Zoals uit de eerste hoofdstukken van dit onderzoek blijkt, zijn het vooral de tweeverdieners zonder kinderen en de ouderen waarvan de kinderen het huis al hebben verlaten, die passen binnen de leefstijl van de lifestyle appartementen. In deze paragraaf zal worden gekeken in hoeverre deze doelgroep aanwezig is in de stad Groningen.



Allereerst de onderstaande tabel. De tabel geeft een overzicht van het inwonersaantal over de afgelopen jaren. Hieruit blijkt dat dit sinds 2000 alleen maar toeneemt, hetgeen een positieve ontwikkeling is. Een toename van het aantal inwoners betekent dat Groningen een vitale stad is, waar mensen graag komen te wonen, werken en ontspannen.

Bevolking naar leeftijd op 1 januari

leeftijd	2000	2001	2002	2003	2004	2005	index ¹⁾
0-4	8.260	8.446	8.813	8.945	9.120	9.084	110,0
5-9	7.215	7.147	7.103	7.250	7.404	7.520	104,2
10-14	6.664	6.794	6.907	6.998	7.095	7.120	106,8
15-19	11.204	10.958	10.670	10.908	11.128	11.415	101,9
20-24	25.463	26.157	26.268	26.306	26.655	26.946	105,8
25-29	19.594	19.127	18.865	19.001	19.354	19.608	100,1
30-34	15.183	15.519	15.805	15.733	15.770	15.453	101,8
35-39	13.019	12.975	13.065	13.115	13.033	13.097	100,6
40-44	11.865	11.802	11.886	11.865	11.918	12.013	101,2
45-49	10.843	11.059	11.284	11.388	11.344	11.400	105,1
50-54	9.734	10.116	10.037	10.173	10.361	10.548	108,4
55-59	6.681	6.930	7.803	8.542	9.061	9.429	141,1
60-64	5.771	5.736	5.710	5.858	6.024	6.281	108,8
65-69	5.630	5.520	5.530	5.412	5.396	5.324	94,6
70-74	5.251	5.168	5.092	5.115	5.051	5.013	95,5
75-79	4.951	4.833	4.713	4.551	4.447	4.273	86,3
80-84	3.125	3.233	3.305	3.410	3.500	3.528	112,9
85 e.o.	2.756	2.804	2.810	2.728	2.668	2.695	97,8
totaal	173.209	174.324	175.666	177.298	179.329	180.747	104,4

1) index 2005, 2000=100

Tabel 7-1, Onderverdeling Groningse bevolking naar leeftijd

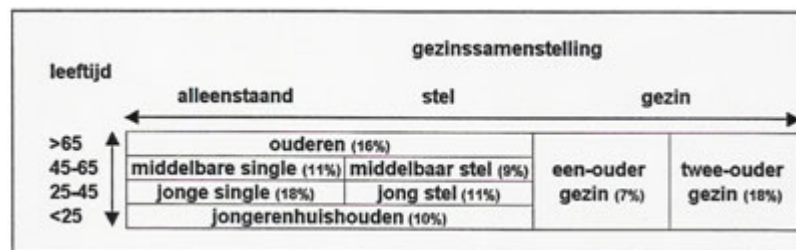
- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

Het indexcijfer in de laatste kolom geeft een groei of een krimpgetal van het jaar 2005 ten opzichte van het jaar 2000. Over deze periode valt te zien dat de meeste categorieën een groei laten zien, behalve de 70 plussers. Deze groep laat, uitgezonderd van de 80/84 jarigen, een daling zien. De groep die het meeste is gegroeid de afgelopen jaren is de groep van 55 - 59 jaar. Het is voornamelijk te danken aan de babyboom na de oorlog dat deze groep een dergelijke groei laat zien.

Het is ook mogelijk om de bovenstaande tabel om te zetten in een overzicht met de verschillende soorten huishoudens zoals deze door de gemeente Groningen worden getypeerd. Het onderstaande figuur geeft zo'n overzicht en is afkomstig uit het WMG 2004.



Figuur 7-2, Onderverdeling naar leeftijd en gezinsamenstelling

Van de verschillende categorieën die worden onderscheiden, zijn voor dit onderzoek met name de jonge stellen, de middelbare stellen en een deel van de ouderen van belang. Gezamenlijk blijken zij zo'n 25% van de Groningse bevolking uit te maken, wat overeenkomt met een aantal van 20.500 huishoudens. In de omschrijving van de typologieën wordt aangegeven, dat van de jonge stellen, een groot aantal woonzaam is in koopwoningen. Meestal betreft het dan meergezinswoningen.

De middelbare stellen wonen ook voor het overgrote deel in koopwoningen, maar vaker dan de jonge stellen wonen zij in een eengezinswoning. Echter dit laat niet onverlet dat een bepaald percentage ook in appartementen woont. De (mobiele) ouderen wonen dikwijls in een te groot huis en wensen een kleinere plek in de stad.

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

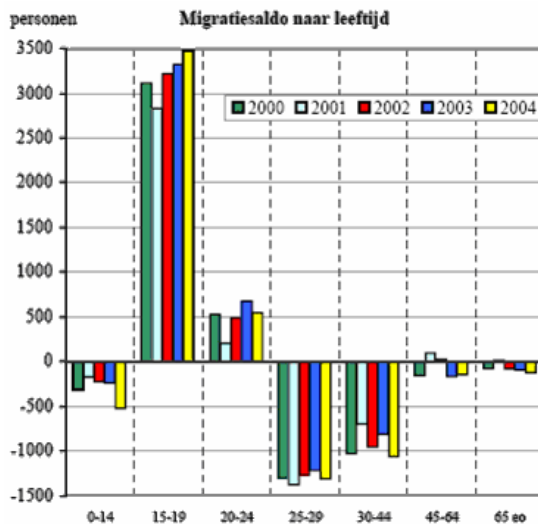
> De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

Migratiecijfers

De bovenstaande tabellen tonen steeds een eindwaarde en geven daardoor niet de beweging aan die er is op de woningmarkt. De vestiging -en vertrekcijfers, ook wel migratiecijfers, geven dit verloop echter wel weer. Onderstaande tabel toont voor de stad Groningen deze cijfers.



Uit deze cijfers blijken twee dingen. Ten eerste zien we dat er de afgelopen jaren een positief migratiecijfer is voor de leeftijdscategorie van 15-19 jaar. Dit heeft alles te maken met de grote aantallen studenten die zich ieder jaar vestigen in de stad.

Figuur 7-3, Migratiesaldo naar leeftijd

De tweede conclusie is, dat zich een opvallend negatief migratiecijfer voordoet in de leeftijdscategorieën van 25-29 jaar en van 30-44 jaar. De migratie van de eerste groep heeft voornamelijk te maken met het feit, dat dit doorgaans net afgestudeerden betreft. Nadat zij zijn afgestudeerd trekken ze meestal naar elders, vanwege woon of werkgerelateerde redenen. Voor de tweede groep is het vaak het ontbreken van een geschikte woning de reden van vertrek.

Deze conclusies zijn gebaseerd op een vlugschrift van de gemeente Groningen waarin de migratie gegevens worden verklaard¹³. Het blijkt namelijk dat verreweg de meeste migranten naar het westen van het land trekken en zich vestigen in de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht. Een tweede grote groep migranten vertrekt uit de stad Groningen en vestigt zich in de regio Groningen - Assen. Van deze laatste groep wordt dan ook gezegd dat deze voornamelijk wordt gevormd door gezinnen¹⁴.



¹³ Ontleend aan <http://www.groningen.nl/vlugschrift/bevolking/2005.pdf>
¹⁴ Ontleend aan <http://www.groningen.nl/ROEZ-Economischbekeken.pdf>

7.3 Ontwikkeling van de kwantiteitsvraag

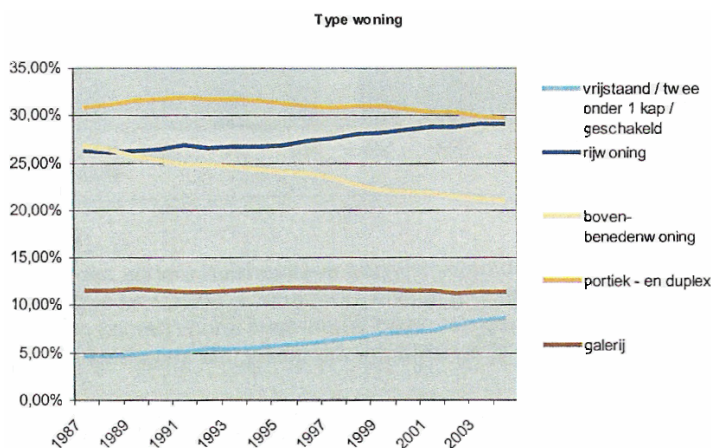
In deze paragraaf zal getracht worden inzicht te geven in de bestaande woningvoorraad van Groningen en de nieuwbouwplannen en verwachtingen voor de toekomst. Op die manier moet een goed beeld worden gevormd hoe de Groningse woningvoorraad zich de komende jaren zal ontwikkelen.

- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?

De bestaande woningvoorraad

Voor gegevens over de woningvoorraad is voornamelijk gebruik gemaakt van de Woningmarkt Monitor Groningen 2004, opgesteld door de gemeente Groningen. Uit deze publicatie blijkt dat de zelfstandige woningvoorraad in de stad Groningen op 1 januari 2004 uit 82.937 woningen bestaat, waarin 158.220 mensen woonzaam zijn. Dit aantal vormt ongeveer 88% van de Groninger bevolking. De resterende procenten worden gevormd door de onzelfstandige woningvoorraad, die voornamelijk bestaat uit studentenwoningen. De zelfstandige woningvoorraad kan op z'n beurt weer worden onderverdeeld in verschillende typen woningen.

Onderstaand figuur geeft een overzicht weer van deze voorraad. Hierbij is voor een aantal jaren de samenstelling van de verschillende type woningen weergegeven. De belangrijkste variabelen hierbij zijn sloop, nieuwbouw en herpositionering.

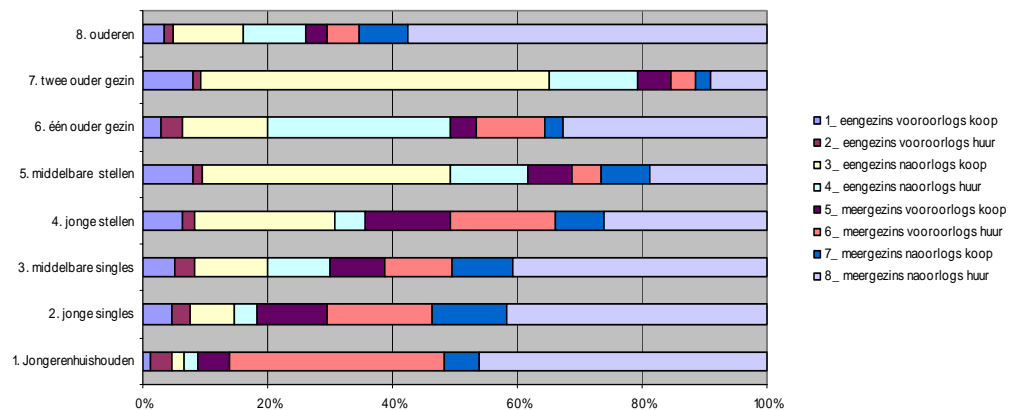


Figuur 7-4, Ontwikkeling van woningvoorraad

Opvallend is de sterke toename van vrijstaande woningen, twee onder een kap en rijwoningen. Deze stijging is in samenhang met de dalingen van het aantal portiek en duplexwoningen, boven en benedenwoningen. Reden hiervoor is de veranderende vraag en het daarop afgestemde beleid van de stad Groningen om wijken te blijven revitaliseren. Hierdoor worden veel van de hierboven genoemde hoogbouw woningen verwijderd en vervangen door laagbouw. Daarnaast wordt er in de uitbreidingswijken vooral laagbouw gerealiseerd.

In de vorige paragraaf is al aangegeven dat voor dit onderzoek voornamelijk de jonge en middelbare stellen, maar ook een deel van de ouderen van belang zijn als zijnde de doelgroep. Gezamenlijk vormen zij zo'n 25 procent van de Groningse bevolking. Respectievelijk 11% voor de jonge stellen (ongeveer 9100 huishoudens), 9% voor de middelbare stellen (ongeveer 7400) en 5% voor de ouderen (ongeveer 4000 huishoudens met een leeftijd tot 75). Daarnaast is ook bekend dat zij meestal woonzaam zijn in koopwoningen. De onderstaande tabel geeft echter nog weer meer informatie over de doelgroep, omdat de tabel laat zien hoe de onderverdeling is naar de verschillende woningtypen.

Type woning per huishoudprofiel (hele stad)



Figuur 7-5, Type woning per huishoudprofiel

Uit de figuur blijkt dat de jonge stellen met name woonzaam zijn in meergezinswoningen (ongeveer 65% van het totaal). Van dit percentage, in totaal ongeveer 6000 huishoudens, blijkt zo'n 45% woonzaam te zijn in koopwoningen en zo'n 55% in huurwoningen. Dit komt neer op zo'n 2700 huishoudens die kopen en 3300 huishoudens die huren. Wanneer de jonge stellen niet woonzaam zijn in meergezinswoningen, blijken zij een grote voorkeur te hebben voor het wonen in eengezins koopwoningen. Van de 35% van de totale populatie jonge stellen dat woont in eengezinswoningen, blijken ongeveer 2300 huishoudens te wonen in een voor -en naoorlogse koopwoning.

Voor de middelbare stellen ligt deze verhouding totaal anders. Bij de middelbare stellen zien we dat het merendeel (ongeveer 62%) woont in eengezinswoningen en dan wel eengezins koopwoningen. Het aantal huishoudens in eengezinskoopwoningen bedraagt dan ook ongeveer 3700 huishoudens. Dit is zo'n 50% van de gehele populatie middelbare stellen. Voor wat betreft het wonen in meergezinswoningen ligt dit percentage rond de 38%. Omgerekend zijn dit ongeveer 2800 huishoudens. Hiervan blijkt zo'n 40% te wonen in meergezins koopwoningen en zo'n 60% in meergezins huurwoningen.



- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- Woningmarktanalyse
- > De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?

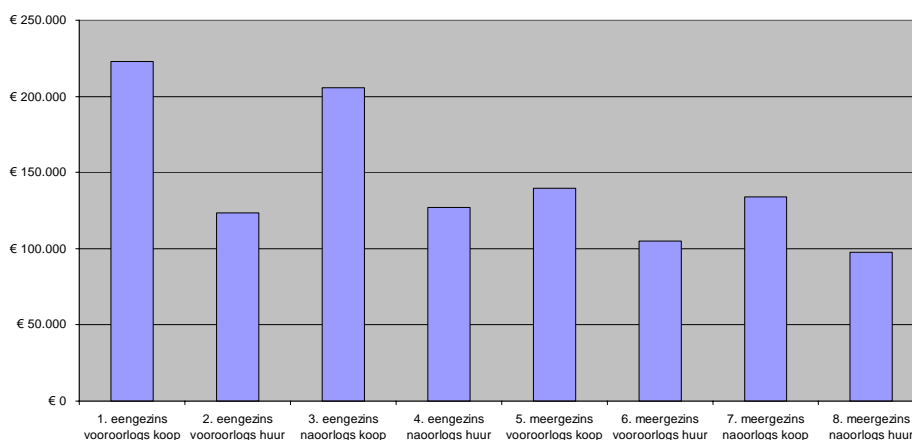
Voor de mobiele ouderen, uit de categorie ouderen, wordt aangenomen dat deze voor het overgrote deel woonzaam zijn in de een- of meergezins koopwoningen. Er kan hier helaas weinig meer over gezegd worden, vanwege het feit dat volgens de leefstijltheorie slechts de mobiele ouderen in aanmerking komen voor de lifestyle appartementen. Dit onderscheid wordt echter niet gemaakt in deze tabellen.

- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?

Op basis van deze gegevens en de gegevens van de koopsommen van deze woningen zou een indicatie gegeven kunnen worden van de financiële draagkracht van deze groepen. Want er wordt aangenomen dat de prijsklasse van de eengezins of meergezins woningen gezien kan worden als een indicatie geven van de financiële draagkracht. Op die manier zouden de bovenstaande groepen kunnen worden onderverdeeld in goedkoop, middelduur en duur. In de volgende paragraaf is getracht via de WOZ-waarde van de verschillende typen woningen hier een antwoord op te geven.

WOZ-waarde

De gemeente Groningen gebruikt de WOZ-waarde voor de berekening van de onroerende-zaakbelasting (OZB). De WOZ-waarde is de waarde in het economische verkeer: de prijs van een woning, bedrijfspand of stuk grond die een verkoper en een koper na zorgvuldige voorbereiding zouden overeenkomen, ook wel de marktwaarde genoemd. Het gaat om de marktwaarde of verkoopprijs van een pand of stuk grond dat in vol eigendom is en vrij opleverbaar¹⁵. Aangezien het niet mogelijk was een overzicht te krijgen van de verschillende koopsommen van alle appartementen in de gemeente Groningen, is getracht door middel van deze WOZ-waarden iets meer te zeggen over de financiële situatie van de doelgroep. Onderstaande tabel toont de gemiddelde WOZ-waarden van verschillende typen woningen zoals die kunnen worden onderscheiden.



Figuur 7-6, Gemiddelde WOZ-waarden per woningtype



¹⁵ Ontleend aan <http://www.groningen.nl>

Hieruit blijkt dat het de voor -en naoorlogse eengezinswoningen zijn, die de hoogste WOZ-waarde hebben. Met gemiddeld een prijs boven de €210.000 kan er worden aangenomen dat er een behoorlijk aantal woningen in de stad Groningen aanwezig is dat valt in de categorie middelduur en duur. Dit zou dan ook betekenen dat van de 2300 jonge stellen, de 3700 middelbare stellen en een onbepaald deel van de ouderen bezit over een goede financiële draagkracht.

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

➤ De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

De meergezinswoningen laten daarentegen gemiddeld niet een waarde boven de €140.000 zien. Dit betekent dat het aandeel dure woningen in deze categorie niet erg groot is. Hierdoor zou op basis van de aanname gesteld kunnen worden, dat slechts een klein deel van de doelgroep, dat woonzaam is in de meergezinswoningen, in aanmerking zou kunnen komen voor de lifestyle appartementen. Echter, de bovenstaande gegevens geven een gemiddeld beeld weer van de gehele stad. Voor deze analyse is het misschien reëler om te kijken naar de gemiddelde koopsommen van de meergezinswoningen, die de afgelopen jaren zijn opgeleverd. Immers, er is eerder in dit hoofdstuk al aangegeven dat een groot deel van de voor -en naoorlogse meergezinswoningen bij de revitalisatie van de stad worden verwijderd of gerenoveerd.

Voor de meer recentelijk prijsgegevens is er gekeken in het MNW van de NEPROM. Uit de gegevens blijkt dat voor de provincie Groningen de gemiddelde prijs voor appartementen in het eerste kwartaal van 2005 rond de €200.000,- ligt. Dit is in vergelijking tot de eerder genoemde €140.000 een aanzienlijk verschil. Hiermee is het verschil met het westen ongeveer 23 procent, waar de prijs voor appartementen rond de €245.000,- ligt (MNW 2005). Voor wat betreft de huurprijzen kan gezegd worden dat de gemiddelde prijzen in Groningen rond de €720 liggen¹⁶. Dit is gemiddeld 20 procent lager dan het gemiddelde van Nederland en rond de 25 procent lager dan het westen van het land.

7.4 Nieuwbouw in Groningen

De nieuwbouwplannen voor zowel huur als koop wordt bepaald aan de hand van vraag en aanbod. Daarnaast kan de gemeente Groningen hieraan sturing geven, door zich te richten op een of meerdere doelgroepen. In een vorige paragraaf over de visie van de gemeente Groningen werd al aangegeven dat de gemeente zich op het moment richt op het aantrekken van de midden en hoge inkomensgroepen, waarbij de nadruk ligt bij gezinnen met jonge kinderen. Het gevolg hiervan is dat de woningen die worden aangeboden over het algemeen grondgebonden woningen zijn.



¹⁶ Ontleend aan http://www.dw-corporate.nl/persberichten/Groningse_huurprijzen_blijven_stijgen.pdf

In cijfers uitgedrukt heeft deze visie geresulteerd in het feit, dat er in 2004 in de gemeente Groningen in totaal 574 woningen werden opgeleverd¹⁷. Dit aantal kan worden onderverdeeld in 155 huurwoningen en 419 koopwoningen. Vooral voor de huurwoningen betekent dit een forse daling ten opzichte van het jaar ervoor. Ongeveer 77 procent van de productie van woningen heeft plaatsgevonden in de bestaande stad. Hiermee komt het aantal nog steeds niet in de beurt van de gestelde 1350 woningen per jaar. Ook in 2005 is de productie van woningen minder dan gewenst. Ten opzichte van de rest van de provincie doet de stad Groningen het relatief het beste. De cijfers van het afgelopen halfjaar tonen echter wel aan dat het jaar 2005 een jaar is waarin herstel mogelijk is. Verwacht wordt dat met het mogelijke economische herstel, de productie in 2006 en 2007 boven de 1000 woningen per jaar zal liggen.

- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?

Aandeel appartementen

Voor dit onderzoek is het ook interessant te bekijken hoe de appartementenmarkt zich ontwikkeld. Worden er steeds meer appartementen verkocht of juist steeds minder? Wanneer we kijken naar een overzicht van het totaal aantal gebouwde appartementen over de afgelopen jaren, dan is een sterke afname zichtbaar. Onderstaande tabel laat dit zien.

<i>Bouwjaar</i>	<i>Aantal</i>
1966-1970	4499
1971-1975	3645
1976-1980	2583
1981-1985	4047
1986-1990	2669
1991-1995	1519
1996-2000	1237
2001-	969

Tabel 7-2, Gerealiseerde meergezinswoningen in de afgelopen jaren

In de afgelopen vijf jaren zijn er zo'n 969 appartementen gerealiseerd, wat neer komt op ongeveer 200 appartementen per jaar. Dit gemiddelde komt redelijk overeen met de al eerder genoemde cijfers van het jaar 2004. Van het totale aantal gerealiseerde woningen in 2004 bedroeg het aantal gerealiseerde appartementen namelijk 197. Hiermee is de categorie appartementen op het moment, na de grondgebonden woningen, de grootste categorie van de aangeboden typen woningen.

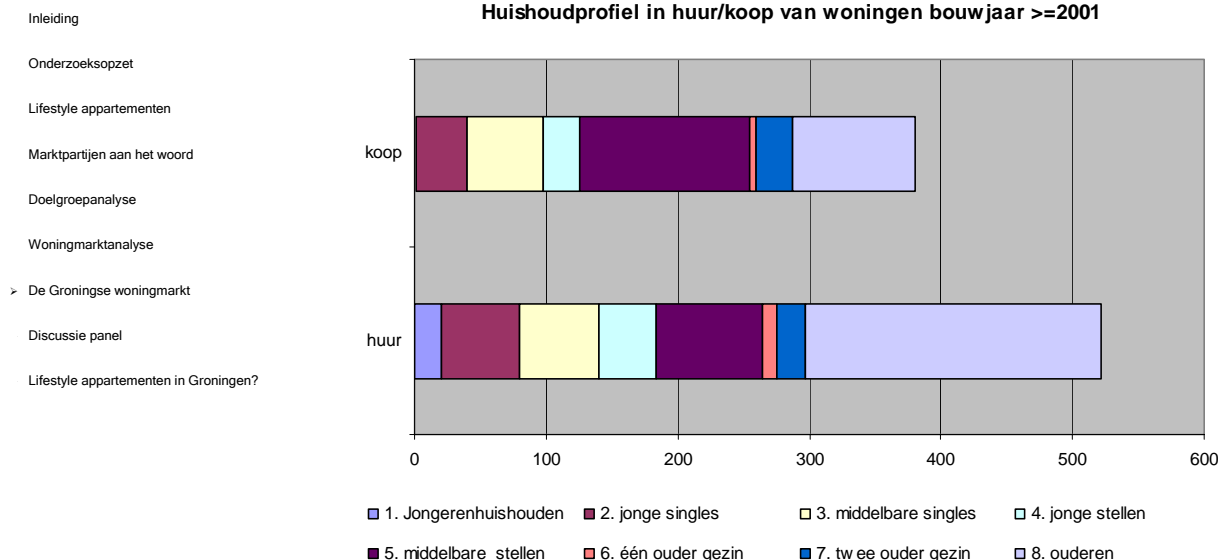


Feit: 35 procent van de in totaal nieuw gerealiseerde woningen bestaat uit appartementen

¹⁷ Ontleend aan <http://www.groningen.nl/ROEZ-Economischbekeken.pdf>

Afgezien van de bovenstaande gegevens is het mogelijk meer inzicht te krijgen over de aangeboden appartementen. Van de 969 appartementen die de afgelopen jaren gerealiseerd zijn, kan worden aangegeven welk percentage door welk type huishouden werd gekocht of gehuurd. De onderstaande grafiek toont deze gegevens.

Huishoudprofiel in huur/koop van woningen bouwjaar >=2001



Huishoudprofiel	Huur	Koop
1. jongerenhuishouden	20	1
2. jonge singles	60	39
3. middelbare singles	60	58
4. jonge stellen	43	27
5. middelbare stellen	81	130
6. één ouder gezin	11	4
7. twee ouder gezin	22	28
8. ouderen	225	93
9. leegstand	60	7
Totaal	582	387

Figuur 7-7, Huishoudprofielen in opgeleverde appartementen sinds 2001

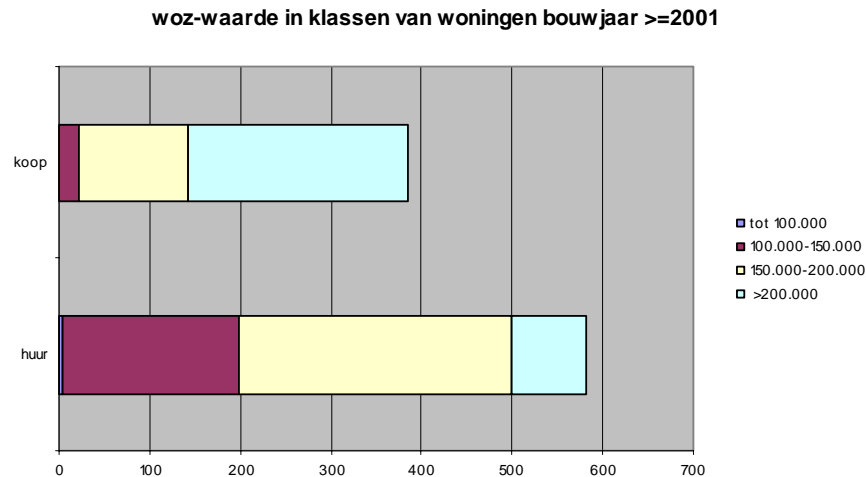
Uit deze tabel blijkt dat van de 969 appartementen 582 appartementen worden verhuurd en dat de resterende 387 zijn verkocht. Maar welke type bewoners huurt of koopt nu dergelijke appartementen? In de tabel zijn van elke categorie de twee grootste groepen geaccentueerd. Bij de huurappartementen zijn het vooral de ouderen die hier veruit de grootste groep vormen, gevolgd door de middelbare stellen. Bij de koopappartementen zien we dezelfde type bewoners terug. Nu zijn het alleen de middelbare stellen die op de eerste plaatst staan.



Feit: 55 procent van de in totaal nieuw gerealiseerde appartementen wordt bewoond door middelbare stellen en ouderen

Heel voorzichtig kan op basis van deze gegevens worden gezegd dat de kopers over het algemeen iets meer financiële draagkracht hebben dan de huurders. Immers het zijn vaak doorstarters of ouderen die kopen, dit in tegenstelling de groep huurders die vooral bestaat uit starters en eenouder gezinnen die huren. Om dit beeld te bevestigen wordt van het totale aantal appartementen, dat sinds 2001 is gerealiseerd, in de onderstaande tabel weergegeven tot welke WOZ-categorie deze behoren.

- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?



WOZ-waarde	Huur	Koop
tot 100.000	4	0
100.000-150.000	195	23
150.000-200.000	300	119
>200.000	83	244
Onbekend	0	1

Figuur 7-8, WOZ-waarden van opgeleverde meergezinswoningen sinds 2001

Zoals uit de tabel blijkt zijn er van de 969 appartementen 83 huur en 244 koopappartementen gerealiseerd, die een WOZ-waarde hebben van meer dan €200.000. Er kan echter niet gezegd worden hoe de verdere onderverdeling van de appartementen, met een prijs hoger dan de €200.000 is, aangezien het DIA de cijfers zo aan de gemeente Groningen heeft geleverd. Wel kan worden geconcludeerd dat deze appartementen tot het middeldure en dure segment behoren. Omgerekend komt dit neer op gemiddeld 65 appartementen per jaar dat gerealiseerd wordt. Van de in totaal 200 appartementen die gemiddeld per jaar worden gerealiseerd, komt dit neer op een percentage van 33%.



Feit: 33 procent van de in totaal nieuw gerealiseerde appartementen behoort tot het segment middelduur tot duur.

Feit: 65 procent van de nieuw gerealiseerde koopappartementen behoort tot de duurste categorie

Vervolgens is het interessant te bekijken welke type inwoners de middeldure tot dure appartementen hebben aangeschaft de afgelopen jaren. Voor zowel de 83 huurappartementen en de 244 koopappartementen is hiervan een overzicht gegeven in de onderstaande figuren.

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

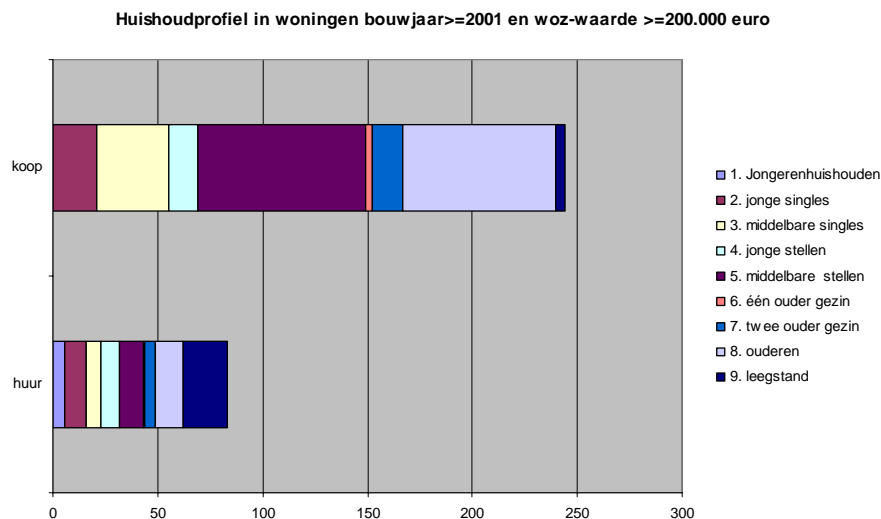
Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

> De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?



Omschrijving	Huur	Koop
1. Jongerenhuishouden	6	0
2. jonge singles	10	21
3. middelbare singles	7	34
4. jonge stellen	9	14
5. middelbare stellen	11	80
6. één ouder gezin	1	3
7. twee ouder gezin	5	15
8. ouderen	13	73
9. leegstand	21	4

Figuur 7-9, Huishoudprofielen in opgeleverde appartementen

Uit de figuren blijkt dat bij de huurappartementen niet echt één type doelgroep kan worden aangewezen dat nadrukkelijk aanwezig is in het duurdere segment appartementen. Daarentegen is het wel opvallend te noemen dat de grootste groep wordt gevormd door de categorie leegstand. Dit kan betekenen dat de vraag naar dure huurappartementen niet echt aanwezig is, of dat het aanbod niet aansluit bij de vraag.

Feit: 25 procent van de middeldure tot dure huurappartementen staat leeg

- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?

Bij de koopappartementen is wel een duidelijk onderscheid waarneembaar. De middelbare stellen en de ouderen vormen de twee groepen die de afgelopen jaren de meeste middel dure tot dure appartementen heeft aangeschaft. De groep die daarna volgt is de groep met de jonge stellen. Het beeld zoals dat hier geschetst wordt, voldoet geheel aan het beeld dat is gegeven in het hoofdstuk over de doelgroepen. Hierin werd gesteld dat de jonge en middelbare stellen de doelgroep vormen voor de lifestyle appartementen. Dat de categorie ouderen niet wordt genoemd, komt door het feit dat deze leeftijds categorie al zit opgenomen in de categorie middelbare stellen.

Feit: 65 procent van de middeldure tot dure appartementen is aangeschaft door middelbare stellen en ouderen

Toekomst

De gemeente Groningen heeft zich de afgelopen jaren bij de ontwikkeling van de woningvoorraad vooral gericht op rij, vrijstaande en twee onder een kap woningen. Deze trend zal zich de komende jaren ook doorzetten. Dit blijkt uit het nieuwbouwprogramma van de stad Groningen. In de bijlagen is een overzicht opgenomen van alle nieuwbouwprojecten die op de stapel liggen of al gaande zijn¹⁸: De belangrijkste en grootste projecten worden in onderstaande tabel weergegeven.

Nieuwbouwprojecten in Groningen

Helpermaar	350	Alle categorieën
Europapark: de Linie	600	Appartementen
Meerstad	10000	Alle categorieën
De Held III	1100	Rijwoningen en twee onder een kap
Reitdiep	600	Rijwoningen, vrijstaande woningen, twee onder een kap
<i>fase 1</i>	280	Appartementen en grondgebonden
<i>fase 2</i>	320	Rijwoningen en vrijstaande woningen
CiBoGa	1000	Appartementen en grondgebonden
Oosterhamriktracé	1100	Appartementen en grondgebonden

Tabel 7-3, Nieuwbouwprogramma van Groningen

Uit deze gegevens blijkt ook weer dat het overgrote deel van de te realiseren projecten bestaat uit grondgebonden woningen. Echter het beeld dat in de voorgaande paragrafen al werd bevestigd zien we hier ook terug. Het aandeel van het type: appartementen komt duidelijk op de tweede plek.



¹⁸ Ontleend aan <http://www.groningen.nl>

Conclusie

Uit de vorige paragrafen blijkt dat de gemeente Groningen van plan is naast de grondgebonden woningen ook een groot aantal appartementen te realiseren. De vraag is echter of er hier ook sprake is van een trend wijziging. Immers, uit de krapte indicator blijkt dat er nationaal sprake is van een ruime markt voor dure nieuwbouw appartementen. De formule die daarbij wordt gehanteerd is:

$$\text{Krapte-indicator} = \frac{\text{NVM aanbod maand } (x)}{\text{NVM transacties maand } (x-1)}$$

Op basis van de verstrekte gegevens kan hier voor Groningen weinig over worden gezegd. Hiervoor is de markt op het moment nog te klein. De cijfers, zoals die zijn getoond in dit hoofdstuk, zullen dan ook geen goede indicatie geven van de krapte indicator. Wel kan op basis van de gegeven cijfers een aantal belangrijke conclusies worden getrokken.

Onderverdeling naar type woning

Het merendeel van de in de afgelopen jaren gekochte middeldure en dure appartementen bestaat uit koopappartementen. Daarbij is gebleken dat het vooral de middelbare stellen en ouderen zijn die een dergelijk appartement aanschaffen. Op zich is dit verrassend, omdat de verwachting is was ook het aandeel van de jonge stellen aanzienlijk zou zijn. Echter in Groningen blijkt het aandeel van deze groep mee te vallen. Een ander feit is dat het merendeel van de duurste appartementen de afgelopen jaren zijn verkocht. De vraag naar en het aanbod van duurdere appartementen richt zich dus met name op koop en mindere mate op huur. Daarnaast is gebleken uit het WBO van de gemeente Groningen dat veel mensen, die eerst hebben gewoond in een koopwoning, ook weer opzoek gaan naar een koopwoning. Voor dit onderzoek betekent dit dat cijfers over koopwoningen het meest interessant zullen zijn. Echter naar welk type koopwoning moet gekeken worden? Moet er voor bepaling van de doelgroep gekeken worden naar de eengezinswoningen of naar de meergezinswoningen, of zelfs naar beide?

Onderzoek wijst uit dat voor bepaling van de doelgroep er gekeken moet worden naar de eengezinskoopwoningen. En wel om een aantal redenen:

Uit de visie van de gemeente Groningen kan worden opgemaakt dat veel van de boven- en benedenwoningen, portiek en duplexwoningen worden afgebroken en/of worden opgeknapt vanwege de revitalisatie van de stad. De WOZ-waarde van de meergezinswoningen van zowel voor de oorlog als na de oorlog tonen ook aan dat het merendeel van de voorraad behoort tot het goedkopere segment.



- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- Lifestyle appartementen in Groningen?

Daarom kan op basis van dit met redelijke zekerheid worden geconcludeerd dat de doelgroep voor de lifestyle appartementen niet bestaat uit de populatie bewoners, dat momenteel woonzaam is in meergezinswoningen, maar juist uit de populatie die wordt gevormd door de bewoners van eengezinswoningen.

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

➤ De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

De gemiddelde WOZ-waarde van de eengezinswoningen geven aan dat het merendeel van de duurste woningen in Groningen zich in deze categorie bevinden. Daarbij hoeft er geen onderscheid gemaakt te worden tussen de voor -en naoorlogse woningen. Met een gemiddelde van ongeveer €210.000 betekent dit, dat de categorie middeldure tot dure eengezinswoningen ruimschoots aanwezig is in de stad Groningen.

Onderverdeling naar type bewoners

Wanneer voor deze categorie woningen nu een onderverdeling wordt gemaakt naar het aantal jonge stellen, middelbare stellen en ouderen, dan geeft dat een goede indicatie van de totale doelgroep voor lifestyle appartementen. Er is al aangegeven dat de categorie jonge stellen, woonzaam in eengezinswoningen, bestaat uit ongeveer 2300 huishoudens en 3700 huishoudens met middelbare stellen. Van de bewonerscategorie ouderen is aangenomen dat de meeste mobiele ouderen woonzaam zijn in eengezins koopwoningen. In totaal woont 15 procent van de ouderen in eengezinskoopwoningen, wat in totaal neerkomt op een populatie van zo'n 2200 ouderen huishoudens. Gezamenlijk met de eerder bepaalde 6000 huishoudens betekent dit, dat op basis van de woonsituatie de doelgroep voor de lifestyle appartementen in Groningen bestaat uit ongeveer 8200 huishoudens.

Dus wanneer een aantal van de hierboven bepaalde doelgroep op zoek zou gaan naar appartementen, dan kan worden aangenomen dat een groot deel zal kiezen voor kopen in plaats van huren. Echter, het is niet reëel om te zeggen dat alle 8200 huishoudens interesse zullen hebben in de lifestyle appartementen. Afgezien hiervan is het ook niet waar dat alle 8200 huishoudens beschikken over voldoende draagkracht. Het genoemde aantal is enkel nog gebaseerd op basis van het woningtype en het inwonerstype dat past bij de leefstijl van de lifestyle appartementen. Daarom gaan we terug naar het overzicht van de sinds 2001 gerealiseerde appartementen.

Hieruit blijkt dat in Groningen sinds 2001 969 appartementen opgeleverd zijn. Dit aantal omvat alle soorten appartementen; zowel goedkoop als duur, maar ook huur en koop. Op basis van een verdere analyse van de WOZ-waarden, blijkt dat van dit totale aantal 244 appartementen behoren tot de middeldure tot dure koopappartementen.

Oftewel zo'n 25 procent van alle aangeboden appartementen behoort tot het dure segment. Daarnaast bedraagt het aandeel middelbare stellen en ouderen respectievelijk 80 en 73. Wanneer het percentage van 25 procent, gezien mag worden als maat voor de bestaande voorraad, dan betekent dit dat van de bepaalde doelgroep van zo'n 8200 huishoudens, er nog ongeveer 2050 huishoudens in aanmerking komen voor de lifestyle appartementen op basis van hun financiële draagkracht. Ook blijkt dat de balans tussen middelbare stellen en ouderen ongeveer gelijk zijn. De jonge stellen vormen de minderheid.

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

➤ De Groningse woningmarkt

Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

> Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

8

Discussie panel

Na aanleiding van de bevindingen uit de eerste hoofdstukken (hoofdstuk drie en vier) leek enige feedback op het onderzoek gerechtvaardigd. Om dit te verkrijgen is gekozen voor het opstellen van een discussiepanel, waarin de belangrijke partijen van de Groningse woningmarkt zitting nemen. Daarbij zijn de volgende partijen uitgenodigd:

- In mevr J. Finkelstayn
- Nijestee dhr R. Bouma
- Gemeente Groningen dhr L. van Wissen en dhr M. Froentjes
- RUG dhr G. Heins
- Pandomo dhr P. Cazemier
- Pandomo dhr J. vd Velde



Let wel, dit hoofdstuk over de discussie die is gehouden met het bovenstaande panel heeft plaatsgevonden in het begin van het onderzoek. Het moet dan ook niet gezien worden als een extra aanvulling op het afgeronde onderzoek.

De reden voor het uit nodigen van deze partijen is om zo, afgezien van de resultaten van het onderzoek, ook een idee te krijgen hoe de marktpartijen over het woonconcept denken en een idee te krijgen of Groningen al klaar is voor een dergelijk woonconcept.

Daarnaast is het heel lastig om een idee te krijgen van de vraag naar een woonconcept, zonder een werkelijk plan te hebben. Ook om deze reden zijn de verschillende marktpartijen ook bij elkaar gehaald.

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

> Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

Bij de selectie van de partijen is er rekening gehouden met het feit dat er geen commerciële partijen aan tafel kwamen te zitten. Op die manier wordt belangenverstrengeling voorkomen en is de kans groter dat de partijen vrijuit zullen praten. Afgezien van de hierboven beschreven partijen is ook getracht iemand van de facilitaire dienst van de RUG en het AZG bij dit gesprek te krijgen. Dit omdat deze partijen te maken hebben met buitenlandse docenten en artsen of anderen, die gebruik zouden kunnen maken van een tijdelijk onderkomen in een lifestyle appartement. Echter, de aantallen waarover hier in Groningen gesproken wordt, is dermate klein dat deze partijen geen commercieel belang zien in participatie in zo'n appartementencomplex.

De opzet van de discussie was als volgt. Allereerst werd alle partijen de mogelijkheid geboden om een idee te krijgen van het onderzoek met de bijbehorende doelstellingen, door een korte inleiding te geven op het onderwerp. Na deze korte inleiding is aan de hand een lijst met termen de discussie gestart. Daarbij werden de volgende steekwoorden gehanteerd:

- *Algemeen;*
- *Voorzieningen;*
- *Oppervlak / prijs;*
- *Huur / koop;*
- *Doelgroep;*
- *Groningen.*

Tijdens de discussie over de verschillende gespreksonderwerpen zijn een aantal zaken naar voren gekomen die hieronder puntsgewijs zullen worden behandeld.

Algemeen

Uit de discussie kwam naar voren dat men het er over eens is dat zich de komende jaren een omschakeling zal voordoen op de markt en ook de Groningse woningmarkt. Steeds meer mensen zullen het negatieve beeld van een (galerie) flat vergeten en er voor kiezen te gaan wonen in een appartementencomplex.

De verwachting is dat binnen een termijn van vijf tot tien jaar deze markt enorm gegroeid zal zijn. Zelfs nu is er in Groningen al een toename in het aantal aangeboden appartementen en het aantal dat nog op de stapel ligt.

Voorzieningen

Over de voorzieningen kan het volgende worden gezegd, De verschillende partijen zagen in dat de voorzieningen niet de hoofd kwestie is. Voorzieningen zoals het zwembad en de fitness moeten beschouwd worden als een soort van 'trigger'. Alles draait in principe om het serviceniveau. Ook werd betwijfeld wat er in geval van realisatie zou gebeuren met de voorzieningen, nadat de contracten afgelopen zouden zijn. Zouden de bewoners dan nog steeds willen betalen voor de voorzieningen? Dit is iets wat de toekomst zal moeten uitwijzen.

Op de vraag welke services er in ieder geval aanwezig moesten zijn werd geantwoord dat er in ieder geval een persoon aanwezig moet zijn die als aanspreekpunt fungeert voor de bewoners. Dit hoeft niet per definitie iemand te zijn die fulltime aanwezig is op het appartementencomplex. Het mag ook iemand zijn die bijvoorbeeld meerdere appartementen onder zich heeft. Dit om zo de kosten te drukken. Welke services aangeboden moeten worden zou hierbij bij wijze van per bewoner bepaald kunnen worden. De service moet volgens de panelleden gezien worden als een soort van vraagbaak.

Oppervlak / prijs

Qua omvang en prijs, geen echte mening. Wel dat het dure appartementen moeten worden. Wel vinden de panelleden dat de flexibiliteit van de woningen van groot belang is. Denk hierbij aan flexibele indeling van de verschillende ruimtes door de scheidingwanden te kunnen verplaatsen. Mensen willen waar voor hun geld en zelf dingen kunnen beslissen.

Huur / koop

De panelleden vinden dat er een behoorlijk aantal appartementen gerealiseerd zal moeten worden om de kosten zo te kunnen spreiden. Hierbij werd 100 appartementen als een redelijk aantal gezien. Dat het bovengenoemde aantal van 100 appartementen voor Groningse begrippen een aanzienlijk aantal is blijkt wel uit de verkoopcijfers van de afgelopen maanden, In de afgelopen maanden zijn er namelijk zo'n 22 appartementen verkocht. Dit aantal is heel laag.

Daarom werd op de vraag van huur of koop ook gezegd dat het voornamelijk koopwoningen zullen moeten worden, met daarbij de mogelijkheid tot huren als een soort van achtervang indien de verkoop niet goed verloopt. Dat men in Groningen grote plannen heeft met het aanbieden van appartementen bleek uit het feit dat men de komende jaren in Groningen 350 appartementen wil wegzetten op een totaal van 1000 woningen per jaar

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

> Discussie panel

Lifestyle appartementen in Groningen?

Doelgroep

Over de doelgroep wist men niet heel veel te zeggen, wel dat het voor het duurdere segment is en dat je dan ongeveer uit komt bij de genoemde doelgroepen: jonge stellen zonder kinderen en oudere stellen waarvan de kinderen het huis al heeft verlaten. Beide groepen tonen een negatief migratiecijfer in de stad Groningen. Een reden hiervoor zou de beperkte aanbod van geschikte woningen kunnen zijn.

Groningen

De algemene mening is ook dat een enkele woontoren wel kan, maar dat het voor grootschalig wegzetten van nog wat te vroeg is. Vooral door middel van een goede marketing zal getracht moeten om het beeld van flats te veranderen. Dit zal van groot belang zijn voor de afzet van dergelijke appartementen.

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

> Lifestyle appartementen in Groningen?

9

Lifestyle appartementen in Groningen?

In dit hoofdstuk moet blijken in hoeverre de doelstelling gehaald kan worden en of er een antwoord gegeven kan worden op de centrale onderzoeksvraag. Daarvoor zal gebruik worden gemaakt van de bevindingen zoals die naar voren zijn gekomen uit de diverse hoofdstukken. Allereerst zal worden aangegeven wat de doelstelling van dit onderzoek is:

'Een invulling geven aan het servicepakket voor het te realiseren appartementencomplex in de stad Groningen en bepalen of er een markt voor is. Het bepalen van de markt wordt gedaan door de (appartementen) markt te analyseren op lokale schaal. Uiteindelijk moet dit leiden tot een positieve dan wel negatieve aanbeveling, waarbij er in de meest ideale situatie daadwerkelijk gekeken gaat worden naar de mogelijkheden tot het realiseren van een dergelijk appartementencomplex.'



Bij deze doelstelling zijn diverse onderzoeksvragen opgesteld, waarbij de meest belangrijke is;

“Is er in de stad Groningen een markt voor lifestyle appartementen met een servicepakket?”

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

> Lifestyle appartementen in Groningen?

In principe is dit de vragen die voor Pandomo makelaars het meest interessant is. Immers bij een positieve beantwoording van deze vraag, wordt er in principe gezegd dat dergelijke appartementen gerealiseerd zouden kunnen worden in de stad Groningen. Wanneer dit dan ook daadwerkelijk zou gebeuren, dan zou dit commercieel zeer aantrekkelijk kunnen zijn voor Pandomo.

Echter, het blijkt niet mogelijk te zijn deze vraag te beantwoorden met een enkele ja of nee. Hiervoor zijn er teveel variabelen die meespelen. Daarom zal in dit hoofdstuk een samenvatting worden gegeven van de belangrijkste bevindingen, zoals die zijn gedaan in dit onderzoek. Het beeld dat hierdoor gevormd zal worden, zal een goede indicatie geven van wat het antwoord op de bovenstaande vraag zou moeten zijn. Maar nogmaals, het geeft geen volledige zekerheid.

9.1 Het servicepakket

Het eerste deel van het onderzoek richt zich op het servicepakket. De onderzoeksvraag die voor dit onderdeel van de doelstelling het meest relevant is:

Welke inhoud moet gegeven worden aan het servicepakket?

Voor dit onderdeel van dit onderzoek is via twee manieren getracht een antwoord te krijgen op de bovenstaande vraag. Via de casestudies en interviews met de betrokken partijen van de desbetreffende cases. De resultaten van beide onderzoeken staan beschreven in de hoofdstukken drie en vier. In dit hoofdstuk zal worden aangegeven welke conclusies getrokken kunnen worden en hoe deze een antwoord geven op bovenstaande onderzoeksvraag.

Het blijkt dat het servicepakket in werkelijkheid kan worden opgesplitst in een voorzieningenpakket en een servicepakket. Het voorzieningenpakket wordt dan gevormd door tal van fysieke producten, zoals een zwembad, sauna of een fitnessruimte. Daarentegen bestaat het servicepakket uit het aanbod van diverse (niet tastbare) services. Ook hierin is wederom een grote variatie mogelijk. Denk bijvoorbeeld aan een boodschappenservice, een huismeester of een goed beveiligingssysteem.

- Inleiding
- Onderzoeksopzet
- Lifestyle appartementen
- Marktpartijen aan het woord
- Doelgroepanalyse
- Woningmarktanalyse
- De Groningse woningmarkt
- Discussie panel
- > Lifestyle appartementen in Groningen?

De inhoud die uiteindelijk gegeven wordt aan de pakketten is afhankelijk van diverse factoren. Denk hierbij aan de doelgroep, de leefstijlen die deze doelgroep er op na houdt en de financiële middelen die ze tot hun beschikking hebben. Bij de onderzochte projecten heeft men veelal getracht, via een vorm van vooronderzoek, zoveel mogelijk van de onzekerheden in kaart te brengen. De verkregen resultaten konden dan worden gebruikt om een goede invulling te geven aan het voorzieningen en servicepakket. Hierbij is de balans tussen enerzijds de kosten en anderzijds het aanbod is van groot belang. Te hoge servicekosten en daarmee een te veel aan services en voorzieningen schrikt af en te lage servicekosten betekent een verlies aan onderscheidend vermogen.

Een goede oplossing voor dit probleem is het aanbieden van een basispakket aan voorzieningen en service, waarvoor maandelijks een bepaald bedrag moet worden betaald. Daarnaast moet de mogelijkheid worden geboden om dit basispakket uit te breiden met extra (individuele) services, waarvoor een individuele toeslag zal moeten worden betaald. Op deze manier is het feitelijk mogelijk om iedere vorm van service aan te bieden, zolang er maar voor betaald wordt.

Om een idee te geven van welke voorzieningen en services in ieder geval moeten worden aangeboden, zal in de onderstaande tabel worden aangegeven welke onderdelen tot het basispakket moeten behoren en welke optioneel moeten zijn.

<i>Basispakket</i>	<i>Individueel pakket</i>
Voorzieningen:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zwembad ▪ Fitness ▪ Sauna ▪ Centrale ruimte ▪ Parkeergarage 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Werkkamers ▪ Gastsuite
Services:	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Huismeester ▪ Woonbode ▪ Beveiligingssysteem 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stoom en strijkservice ▪ Boodschappenservice

Tabel 9-1, Basispakket service en voorzieningen



Een ander belangrijk detail is de functie van de voorzieningen. Het blijkt namelijk dat deze voorzieningen niet zo zeer een praktische toevoeging geven aan het geheel, maar meer voor de 'heb' zijn om het zo maar te zeggen.

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

> Lifestyle appartementen in Groningen?

Qua omvang staan deze voorzieningen dan ook niet in verhouding tot het potentiële aantal gebruikers. Afgezien van de hierboven beschreven onderdelen van het basispakket van service en voorzieningen, zijn er ook nog zogeheten 'zachte' factoren die van belang zijn. Het gaat hierbij om niet tastbare zaken, echter deze zijn wel van groot belang voor het succes van de lifestyle appartementen. Voorbeelden van zachte factoren zijn termen als; kwaliteit, luxe. Het wordt namelijk door de potentiële bewoners van lifestyle appartementen erg gewaardeerd dat naast de service en voorzieningen het complex ook een uitstraling heeft die bij ze past. Zo kan een luxueuze uitstraling worden bereikt door het toepassen van dure en duurzame materialen in een ruim opgezette omgeving. Maar ook het uitzicht wordt gezien als een vorm van luxe en kwaliteit.

Samengevat kan geconcludeerd worden dat het servicepakket van de lifestyle appartementen afhankelijk is van vele factoren en er op vele manieren invulling aan kan worden gegeven. Daarbij zal voor de lifestyle appartementen in Groningen rekening moeten worden gehouden met de verschillen tussen het noorden en het westen van het land. Er kan van worden uit gegaan dat het potentieel aan kapitaalkrachtige bewoners in de regio Groningen kleiner is en dat dit van invloed is op het mogelijke aantal te realiseren appartementen. Het aanbod van de voorzieningen en services zal hier dan ook op moeten worden afgestemd. Want hoe kleiner het totaal aantal te realiseren appartementen in Groningen hiertoe, des te hoger zullen de servicekosten worden indien deze hier niet op worden afgestemd.

Qua locatie zal rekening gehouden moeten worden met het feit dat bereikbaarheid, parkeren en de aanwezigheid van winkels van belang is. Dit betekent voor een mogelijke locatie misschien wel gekeken moet worden naar een van de vijfendertig genoemde locaties in het plan van de Intense stad Groningen.

9.2 De vraag naar lifestyle appartementen

Het tweede onderdeel van deze eindconclusie wordt gevormd door de tweede essentiële onderzoeksvraagvraag;

'Is er in de stad Groningen een markt voor lifestyle appartementen met een servicepakket?'



Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

> Lifestyle appartementen in Groningen?

Hiermee wordt bedoeld of er in Groningen een voldoende grote markt is voor dergelijke luxueuze appartementen. Landelijk gezien is er een duidelijke ontwikkeling gaande, dat er steeds meer luxueuze appartementen worden aangeboden. Op basis van de zogeheten krapte indicator (cijfer rond de 10) blijkt ook dat er in de dure appartementenmarkt sprake is van een duidelijke kopersmarkt. Er wordt dus veel meer aangeboden dan er vraag is, waardoor kopers meer tijd nemen om een beslissing te nemen. Anderzijds wordt het aanbieden van dure appartementen gezien als een goede manier om doorstroming te creëren op de woningmarkt. Hierdoor ontstaat er lager op in de woningketen meer aanbod van goedkopere woningen.

Landelijk doet zich dus een heel duidelijke tendens voor dat er steeds meer vraag is naar luxueuze appartementen. Echter voor de stad Groningen zijn de aantallen verkopen van dure appartementen te laag om op basis van een berekening met de krapte-indicator een betrouwbaar antwoord te geven. Daarom is getracht door middel van een analyse van de doelgroepen, de woningmarkt en door het houden van een paneldiscussie met belangrijke marktpartijen een goed beeld te vormen, op basis waarvan een antwoord gegeven kan worden op de bovenstaande onderzoeksvraag. Uit de verschillende analyses zijn een aantal belangrijke feiten naar voren gekomen. Te beginnen met de doelgroep.

De doelgroep

De doelgroep voor lifestyle appartementen in Groningen is gebaseerd op een tweetal manieren. Ten eerste is in het hoofdstuk drie en vier gekeken naar de praktijk, waarbij verschillende voorbeeld projecten zijn bezocht om uit te vinden welke typen mensen er wonen of gaan wonen in de lifestyle appartementen. Daarnaast is via een literatuurstudie in hoofdstuk vijf gekeken of de leefstijlen van deze doelgroepen passen bij het beeld dat wordt gecreëerd van de lifestyle appartementen. Hieruit is naar voren gekomen dat voor de doelgroep gekeken moet worden naar:

- Jonge stellen;
- 50 plussers.

Deze laatste categorie kan op basis van de leefstijltheorie nog worden opgesplitst in een categorie middelbare stellen en mobiele ouderen. Gezamenlijk vormen deze drie leeftijdscategorieën die de doelgroep moeten vormen voor de lifestyle appartementen.

Gezamenlijke leefstijl kenmerken zijn:

- het willen wonen in het centrumstedelijk gebied;
- het sterk gericht zijn op dynamiek van de stad;
- het willen van woongemak en veiligheid;
- het willen wonen in een appartement.



Echter, op basis van een analyse van de sinds 2001 verkochte dure appartementen in Groningen kan worden geconcludeerd dat bij de bepaling van de doelgroep er het meest gefocust moet worden op de middelbare stellen en mobiele ouderen. De categorie jonge stellen blijft ten opzichte van het landelijke gemiddelde hier iets bij achter. Echter, dit kan in verband staan met het feit dat in Groningen sprake is van een negatief migratiecijfer voor deze groep. Veel jonge stellen trekken in de periode na hun afstuderen naar het westen.

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

> Lifestyle appartementen in Groningen?

De woningmarkt

Op basis van de voorgaande analyse is er gekeken naar de Groninger woningmarkt. Hierbij zijn in hoofdstuk zes en zeven vragen aan de orde gekomen als; welk deel van de bevolking van Groningen voldoet aan het geschetste leefstijlprofiel en hoeveel inwoners hebben voldoende financiële middelen tot de beschikking om in een dergelijk Lifestyle appartement te kunnen wonen?

Uit dit gedeelte van het onderzoek is gebleken dat de doelgroep gezocht moet worden bij de bewoners van eengezinswoningen. Deze aanname is gebaseerd op een analyse van de woningmarkt op basis van gemiddelde WOZ-waarden. Uit een analyse kwam naar voren dat de gemiddelde koopsom van eengezinswoningen aanzienlijk hoger ligt, dan de meergezinswoningen die in de periode voor en na de oorlog zijn gebouwd. Daarbij is er vanuit gegaan dat gezien kan worden als een indicatie voor de financiële mogelijkheden van deze bewoners.

In Groningen blijken er zo'n 8200 huishoudens, bestaande uit jonge, middelbare stellen en mobiele ouderen, die woonzaam zijn in eengezinswoningen. Van dit aantal blijkt ongeveer een kwart over voldoende financiële middelen te beschikken om te kunnen wonen in een lifestyle appartement. Het aantal van 2050 huishoudens als mogelijke doelgroep lijkt een voldoende grote populatie om voor te gaan bouwen. Dit beeld wordt gesterkt door het feit dat de gemeente Groningen als visie heeft zich te blijven onderscheiden door de kwaliteit van het woon- en leefklimaat van de stad en de regio. Daarbij willen ze de stad sterk en gezond houden door zich daarbij te richten op de midden en hogere inkomens. Echter er is op deze manier nog weinig bekend over de vraag naar appartementen in Groningen en dan in het specifiek de vraag naar appartementen uit het middeldure en dure segment (koopsommen van €250.000 en meer).

Nieuwbouw in Groningen

In Groningen worden veel duplex, portiek en bovenwoningen verwijderd of gerenoveerd om dat veel van deze woningen niet meer voldoet aan de huidige wensen of standaarden. Dit blijkt ook wel deels uit de lage gemiddelde WOZ-waarden van deze woningen. Vrijgekomen ruimte, kan zo worden gebruikt voor nieuwbouw.

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

> Lifestyle appartementen in Groningen?

De nieuwbouwcijfers tonen aan dat er in Groningen veel grondgebonden woningen gerealiseerd worden en zullen worden. Een belangrijke aanleiding hiervoor is de visie van de gemeente Groningen. Deze heeft als doelstelling om zich te richten op het aantrekken van stellen met kinderen. Voor deze doelgroep wordt op het moment een negatief migratie cijfer wordt gemeten.

Echter meer van belang voor dit onderzoek is het feit dat naast de grondgebonden woningen er ook een duidelijke markt is voor appartementen. De nieuwbouwcijfers van de gemeente Groningen tonen dit ook aan. Van de appartementen die op de planning staan of momenteel worden gerealiseerd blijkt ook een groot deel bedoeld te zijn voor het middeldure en dure segment. Zo blijkt uit cijfers van het NEPROM dat in het afgelopen jaar de gemiddelde prijs van appartementen ligt zo rond de €200.000. Ten opzichte van de gemiddelde cijfers die naar voren kwamen uit de analyse met de WOZ-waarde van de bestaande voorraad, mag geconcludeerd worden dat het hier niet gaat om dezelfde type appartementen.

Op basis van de bovenstaande bevindingen lijkt het meer dan gerechtvaardigd te zeggen dat er in Groningen een voldoende grote markt is voor de Lifestyle appartementen en dat een dergelijk project ook past bij de visie van de gemeente. Daarnaast blijken de verschillende marktpartijen, die betrokken waren bij de paneldiscussie, hier net zo over te denken. Ook zij gaven aan dat het woonconcept een uniek concept is voor Groningen en dat het hier zeer zeker zou slagen. Het belangrijkste negatieve argument dat werd aangevoerd is, dat het noodzakelijk zal zijn om het negatieve imago meergezinswoningen of flats te veranderen.

Daarnaast is Pandomo makelaars momenteel bezig met een grootschalig marktonderzoek via het Internet. Het onderzoek richt zich op de in dit onderzoek genoemde doelgroep, met als voornaamste doel het bepalen van de vraag naar deze Lifestyle appartementen in Groningen. Gezien de reacties op de website (www.pandomo.nl/Groningen) en de aandacht die er in het regionale dagblad aan wordt geschonken, blijkt ook hieruit dat Groningen zeer zeker klaar is voor de lifestyle appartementen.



Want met meer dan honderd positieve reacties, waarvan een aanzienlijk aantal serieuze gegadigden, lijkt dit project steeds dichterbij een werkelijke realisatie te komen.

Daarom is de eindconclusie van dit onderzoek dan ook:

“Voor Groningen zijn er voldoende aanwijzingen gevonden om te kunnen zeggen dat lifestyle appartementen een succes zouden kunnen worden”

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

> Lifestyle appartementen in Groningen?

Let wel: zekerheid kan echter op basis van dit onderzoek niet worden gegeven. Immers er is nog geen werkelijk contact geweest met de doelgroep in Groningen. Het antwoord is slechts gebaseerd op bevindingen uit de literatuur en verkregen data over de woningmarkt van Groningen.

9.3 Reflectie en aanbevelingen

In de reflectie wordt terug geblikt naar het onderzoek, het proces en de beslissingen die hierbij zijn genomen. Daarbij stelt de onderzoeker zichzelf de vraag of hij/zij nog steeds achter de genomen beslissingen staat.

In dit onderzoek ligt het zwaartepunt bij de bepaling van de vraag naar lifestyle appartementen. Want hoe bepaal je of de markt voor dergelijke appartementen voldoende groot is? Vanwege geld, tijd en praktische problemen is er gekozen voor een drievoudige benadering, waarbij er een analyse is gemaakt van de woningmarkt en de bevolking. Tot slot moest de paneldiscussie met belangrijke woningbouw partijen in Groningen een meer praktijk gericht antwoord geven op de bovenstaande vraag. De conclusie van dit onderzoek blijft wel een conclusie die voornamelijk is gebaseerd op theorie gebaseerde gegevens.

Ondanks dit heb ik achteraf een gemengd gevoel over het onderzoek. Naar mijn mening had er toch gesproken moeten worden met de doelgroep. Want ook al geven alle indicatoren aan, dat ook Groningen klaar is voor lifestyle appartementen, het geeft niet de stem van de doelgroep weer. Het zijn de potentiële inwoners die de vraag naar deze appartementen bepalen. Om deze reden had ik hier graag iets mee gedaan. Echter, bij Pandomo Makelaars hebben ze dit ook ingezien en momenteel loopt er dan ook een aanvullend onderzoek, waarbij de doelgroep en haar wensen centraal staat.

Inleiding

Onderzoeksopzet

Lifestyle appartementen

Marktpartijen aan het woord

Doelgroepanalyse

Woningmarktanalyse

De Groningse woningmarkt

Discussie panel

> Lifestyle appartementen in Groningen?

Aanbevelingen

De aanbevelingen van dit onderzoek richten zich op de toekomst. Indien dit onderzoek als basis gebruikt gaat worden voor een verdergaand onderzoek naar de mogelijkheden voor lifestyle appartementen in Groningen, dan zijn deze aanbevelingen van kracht. Uit de casestudie is gebleken dat in veel gevallen er geen rekening is gehouden met een aantal belangrijke factoren. De factoren zullen hieronder een voor een aan bod komen en zo een inzicht geven in de achterliggende problematiek.

Tijd

Het tijdsaspect is een van de factoren die van invloed is op de vraag naar lifestyle appartementen. Voor grote en langdurige projecten zoals de besproken projecten, moet er dan ook rekening worden gehouden met de factor tijd. Want tussen het moment van planvorming en de daadwerkelijke oplevering zit doorgaans een periode van enkele jaren.

Gedurende deze periode moet er rekening worden gehouden met de mogelijkheid dat de vraag kan veranderen. Als oplossing voor dit probleem hanteren veel ontwikkelaars een soort van voorverkoop of voorverhuur marge, om zo zekerheid te krijgen over de investering. Dit betekent dat een bepaald minimum aan appartementen voor aanvang van de bouw verkocht dan wel verhuurd moet zijn. Doorgaans ligt de marge hiervoor rond de vijftig procent. In principe betekent dit, dat er wel enig inzicht in de vraag naar de appartementen moet zijn, maar dat de werkelijke vraag pas gemeten kan worden wanneer de diverse makelaars de appartementen op de markt aanbieden. De verkoopcijfers van de appartementen bij de diverse bezochte projecten, laten dit beeld ook zien. Na een goede start, nam in veel gevallen gedurende de realisatie de vraag sterk af, waarna deze weer toenam toen de eerste modelwoningen konden worden bezichtigd.

Conjunctuur

Een andere variabele waar rekening mee moet worden gehouden is de conjunctuur. Uit onderzoek is gebleken, dat indien er geen rekening wordt gehouden met een mogelijke verandering van de economische omstandigheden, dit nadelige gevolgen kan hebben voor de verkoop en/of verhuur. De vraagprijzen van de appartementen komen in dergelijke gevallen niet meer overeen met de marktprijzen, waardoor met name de duurste appartementen niet worden verhuurd of verkocht. Oplossing hiervoor bleek het verlagingen van de verhuur of verkoopprijs of het verkopen van een bepaald percentage van de appartementen aan institutionele beleggers e.d.

10 Literatuurlijst

Baarda, D.B., dr de Goede, M.P.M., 1997, *"Methoden en technieken"*, Praktische handleiding voor het opzetten en uitvoeren van onderzoek, Educatieve partners Nederland B.V., Houten

Bergsma, R, 2005, *"Appartementencomplex InFocus"*, Eindrapport, Groningen

Bos, J. et al, 2004, *"Tussen studentenhuus en serviceflat"*, Nederlanders over wonen, Sdu Uitgevers, Den Haag

Buyts, A, *"De beleving van woonmilieus in kaart gebracht"*, in Tijdschrift voor volkshuisvesting in juni 2001, Den Haag

Centraal Bureau voor Statistiek, 2004, *"Demografische kengetallen per gemeente"*, Voorburg

Dehaene M. et al, *"De intense stad"*, Verdichting en functiemenging in Groningen, 2004

Emans, B, 1990, *"Interviewen, Theorie, techniek en training"*, Praktische gedragswetenschappen 2, Wolters-noordhoff, Groningen

Feenstra, S. 2000, *"Sturen met vrijheid"*, Een zoektocht naar de balans tussen ruimtelijke kwaliteit en individuele woonwensen, Groningen

Gemeente Apeldoorn, 2002, *"Wonen in Apeldoorn"*, Een visie op Apeldoorn als woonstad, Apeldoorn

Gemeente Groningen, 2004, *"Statistisch jaarboek"*, Stadsdrukkerijk Groningen, Groningen

Gemeente Groningen, 2004, *"Woningmarkt monitor Groningen"*, Groningen

Gemeente Rotterdam, 2004, *"Stand van zaken Kop van Zuid"*, Bestezet Uitgevers, Zoetermeer

Ministerie VROM, 1999, *"Mensen, wensen en wonen"*, Wonen in de 21 eeuw, Den Haag

Ministerie VROM, 2003, *"Beter thuis in wonen"*, Kern publicatie woning behoefte onderzoek, RIGO, Rotterdam

Ministerie VROM, 2003, *"Gescheiden markten?"*, De ontwikkelingen op de huur en koopwoningmarkt, Den Haag

Ministerie VROM, 2004, *"Betaalbaarheid van het wonen"*, RIGO, Den Haag

Ministerie VROM, 2004, *"Bouwprognoses 2003 - 2008"*, Den Haag

Ministerie VROM, 2004, *"Cijfers over wonen"*, Feiten over mensen, wensen en wonen, Den Haag

Ministerie VROM, 2004, *"De wijk ontrafeld"*, Waarderingsinstrument om fysiek ruimtelijke kwaliteit van wijken in kaart te brengen, Den Haag

NEPROM, 2002, *"Conjunctuurtest Projectontwikkeling 2003"* Den Haag

Onderzoeksinstituut OTB, 2005, *"Monitor nieuwe woningen"*, tot en met eerste kwartaal 2005, Delft

Swanborn, P.G., 1994, *"Methoden van sociaal-wetenschappelijk onderzoek"*, Boom Uitgevers, Meppel

Van Soest, F, 2004, *"Handleiding wetenschappelijk rapporteren en presenteren"*, Faculteit Ruimtelijke wetenschappen, Groningen

Verschuren P, Doorewaard H, 2001, *"Het ontwerpen van een onderzoek"*, Lemma Uitgevers, Utrecht

Vesteda, 2001, *"Tijdelijk wonen op topniveau"*, Rotterdam

Wetten van, P, 2005, *"Vastgoed economie"*, Over huren, bouwen en beleggen, Fortis, Utrecht

Websites

<http://www.am-infocus.nl>

<http://www.hetkwartier.info>

<http://www.ingrealestate.com>

<http://www.monitornieuwewoningen.nl>

<http://www.montevideorotterdam.nl>

<http://www.neprom.nl>

<http://www.obr.rotterdam.nl/>

<http://www.ooms.com>

<http://portal.groningen.nl>

<http://www.vesteda.nl>

<http://www.vrom.nl>

<http://www.wbo.nl/publicaties.htm>

Bijlagen