

Woonconcepten voor medioren

Hoe kan de ontwikkelaar succesvol inspelen op de woningvraag van medioren?



Jan Willem Jansen
December 2011

Colofon

Titel Woonconcepten voor medioren: Hoe kan de ontwikkelaar succesvol inspelen op de woningvraag van medioren?

Auteur ing. J.W. (Jan Willem) Jansen
Email: jwjansen18@gmail.com
Studentnummer: S1937839

Opleiding Master Vastgoedkunde
Rijksuniversiteit Groningen
Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen



Begeleider:
dr. P.R.A. (Pieter) Terpstra

Tweede beoordelaar:
dr. H.J. (Henk) Brouwer

Afstudeerbedrijf Kontour Vastgoed



Begeleider:
ir. H. (Hielke) Tillema

Status Conceptversie (1 december 2011)
Eindversie (21 december 2011)

Voorwoord

Voorliggende Masterthesis vormt het eindresultaat van mijn afstudeeronderzoek ter afronding van de Master Vastgoedkunde aan de Rijksuniversiteit Groningen, Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen.

Met gepaste trots presenteer ik u dit onderzoek naar woonconcepten voor medioren. Vanuit Kontour Vastgoed, dat gedurende de afstudeerperiode optrad als begeleidend bedrijf, was er vraag naar een dergelijk onderzoek en dit was voor mij een unieke kans om meer te leren van het vak projectontwikkeling. Tijdens mijn studie HBO Bouwkunde, merkte ik dat mijn interesse naast de voorbereidingsfase steeds meer uit ging naar de initiatieffase van het planontwikkelingsproces. Ik ging op zoek naar een koppeling tussen deze twee fasen en daarom heb ik gekozen voor de studie Vastgoedkunde. Met de afronding van dit onderzoek heb ik gemerkt dat mijn kennis op financieel-economisch gebied vergroot is, maar tevens heb ik kennis genomen van nieuwe vakgebieden als planologie en economische geografie.

Graag wil ik via deze weg eenieder bedanken die tijd heeft vrijgemaakt voor het beantwoorden van vragen en het geven van feedback op stukken. Kontour Vastgoed, met in het bijzonder Hielke Tillema, wil ik bedanken voor de begeleiding, hulpvaardigheid en de mogelijkheid om mijn onderzoek uit te voeren bij dit bedrijf.

Mijn begeleider dr. P.R.A. Terpstra wil ik bedanken voor de sterke feedback op ingeleverde stukken en de gewenste sturing wanneer dit nodig was gedurende het schrijven van de Masterthesis. Dit heeft mijn onderzoek zonder meer versterkt en verbeterd.

Voor het verzamelen van de benodigde data en specialistische kennis wil ik alle geïnterviewde personen en de respondenten bedanken voor het meewerken aan de scriptie, met in het bijzonder Ellen Folkerts van de gemeente Midden-Drenthe en Philip Wijnholds van Hup & Fidom Garantiemakelaars.

Tenslotte wil ik mijn familie, vriendin en vrienden bedanken die mij steeds wisten te motiveren en ondersteuning hebben geboden op belangrijke momenten.

ing. Jan Willem Jansen

Groningen, december 2011

Samenvatting

Nederland is in rap tempo aan het vergrijzen. Naar schatting zal het aantal seniorenhuishoudens volgens Brounen en Neuteboom (2006) toenemen van 1,5 miljoen in 2010 tot 2,2 miljoen in 2040. Verschillende demografische ontwikkelingen zijn hier debet aan, waaronder de geboortegolf (babyboomers), de hogere levensverwachting en de ontgroening. Voorheen leefden veel mensen in de laatste fase van hun leven in een verzorgingstehuis en dit was vaak het laatste station. Men woont nu het liefst zo lang mogelijk thuis, waarbij de zorg extramuraal wordt aangeboden. Bejaardentehuizen zijn passé. Marktpartijen spelen met een ruim arsenaal aan woonconcepten breed in op de imaginaire vraag naar huisvesting voor medioren en senioren. Het gevaar dreigt echter dat de medioren (en senioren) – door het ruimtelijk inert gedrag – minder verhuisgeneigd zijn, waardoor de concrete vraag naar nieuwe woonconcepten voor medioren ontbreekt.

Het besef is zowel bij de marktpartijen als de woonconsumenten binnengetroten dat de Nederlandse woningmarkt stagneert en dat herstel op zich zal laten wachten. De woningmarkt transformeert onder andere hierdoor ook steeds meer naar een vragersmarkt waarin de woonconsument als nooit tevoren zo sterk in het middelpunt staat. De concurrentie tussen de verschillende aanbieders op de woningmarkt zal hierdoor ook steeds verder toenemen, wat te merken is door de constante toestroom van vernieuwende woonconcepten op de woningmarkt. Wanneer wordt ingezoomd op de marktinitiatieven is een breed spectrum aan woonconcepten te signaleren, echter hiermee wordt niet altijd voldoende ingespeeld op de woningbehoefte van medioren. Daarom is met de kennis en het bewustzijn van de verschillende factoren die invloed hebben op de werking van de woningmarkt – en in het bijzonder de impact van de financiële crisis – studie gedaan naar de typologie van woon(zorg)concepten en samenwerkingsvormen met de verschillende stakeholders binnen het proces van planontwikkeling.

Op basis van een zestal conceptanalyses en verschillende diepte-interviews met verschillende professionals uit de vastgoedmarkt, is een duidelijk beeld ontstaan van de aanbodzijde. De concepten zijn vervolgens getoetst op basis van de locatie-specifieke woonwensen van medioren in Midden-Drenthe. Hieruit is gebleken dat er meerdere succesfactoren zijn te identificeren die als uitgangspunten kunnen dienen bij het opstellen van concrete woonconcepten voor medioren:

- Betrek de medioren vroegtijdig in het planontwikkelingsproces en geef inspraak op verschillende aspecten. Het is hierbij van belang om als marktpartij de financiële kaders, de ruimtelijke restricties en het tijdsbestek waarbinnen ontwikkeld moet worden, helder te hebben.
- Kleinschalig ontwikkelen beperkt de risico's bij beperkte verhuisgeneigdheid en daarnaast is hierdoor een intensieve doelgroepbenadering beter haalbaar.
- Zowel woningen ontwikkelen in het midden- als hoge segment zorgt voor een grotere doelgroep.
- Community-building draagt bij aan een goede klantbinding. Mede door de inzet van sociale media kan in een vroeg stadium een open dialoog aangegaan worden met potentiële kopers. De feedback is nuttig voor het optimaliseren van woonconcepten.
- Inspelen op de woningvraag van kapitaalkrachtige medioren is een nichemarkt, maar hierin zijn bij succesvolle verkoop hoge rendementen te behalen.
- Met enige nuance inspelen op de stijging in de behoefte aan appartementen en benedenwoningen (nultredenwoningen). Marktpartijen moeten zich er wel bewust van zijn dat er de afgelopen jaren veel 'standaardappartementen' zijn gebouwd en dat vrijstaande eengezinswoningen nog het meest gewenst onder medioren.
- Als marktpartij niet alleen richten op de koopsector, maar ook zoeken naar mogelijkheden om woningen in de huursfeer aan te bieden. Beleggers zijn het meest geïnteresseerd in huurwoningen op centrumlocaties – veelal in Randstedelijk gebied – met een hoog voorzieningenniveau.
- Rekening houden met de daling in de vraag naar huisvesting voor medioren op langere termijn en zoeken naar oplossingen om 'mediorenwoningen' op een later moment te revitaliseren naar woningen voor andere doelgroepen.

Het is voor de aanbieders op de woningmarkt belangrijk om te blijven zoeken naar onbenutte kansen waardoor de organisatie zich kan onderscheiden. Een integrale benadering en samenwerking tussen verschillende stakeholders binnen planontwikkeling leidt tot betere projecten, maar bovenal zal de (veelal aanbodgerichte) ontwikkelvisie meer geënt moeten zijn op vraaggestuurd ontwikkelen. Hierdoor zullen woonconcepten succesvoller zijn en beter aansluiten op de woonwens van kritische en kapitaalkrachtige medioren. Marktpartijen zullen dus beter moeten luisteren naar de woonconsument en hen ook de nodige inspraak bieden. Hierdoor zal er op de woningmarkt een gedifferentieerder aanbod gecreëerd worden. Het gevaar dreigt echter dat marktpartijen teveel doordraven in het ontwikkelen van specifieke vastgoedproducten op basis van de woonwensen. Dit kan een negatieve invloed hebben op de beleggingswaarde. Er moet daarom altijd gestreefd worden naar een optimale balans tussen een hoge woonkwaliteit op basis van de woonwens en courante vastgoedproducten die voor langere termijn zijn te exploiteren.

Begrippenlijst

Babyboomers

Mensen tussen de 45 en de 65 jaar die dus (vlak) na de Tweede Wereldoorlog zijn geboren en dus een enorme welvaartstijging hebben meegemaakt.

Bovenmodaal

Huishoudens met een bruto jaarinkomen van circa €50.000,-- of meer vallen in de inkomensklasse bovenmodaal. Dit is gelijk aan anderhalf keer modaal bruto jaarinkomen van €32.500,-- (CPB, 2011).

COROP-gebied

COROP staat volgens het CBS voor COördinatiecommissie Regionaal OnderzoeksProgramma en de indelingen in gebieden zijn gemaakt voor regionaal onderzoek waarin per gebied één of meer aangrenzende gemeenten in een provincie zijn opgenomen.

Domotica

Integreren van techniek en diensten in een woning om de kwaliteit van het wonen te verbeteren, de veiligheid en het comfort te vergroten en het energieverbruik terug te dringen.

Generieke (of imaginaire) vraag

De verwachte vraag op basis van algemene en demografische trends in de markt.

Grijze druk

De grijze druk geeft de verhouding aan van het aantal 65-plussers in verhouding tot het aantal inwoners tussen de 20 en 65 jaar (de productieve leeftijdsgroep).

Groene druk

De groene druk geeft de verhouding aan van het aantal inwoners onder de 20 jaar ten opzichte van de productieve leeftijdsgroep.

Medioren

Zie omschrijving babyboomers.

Ruimtelijk inert gedrag

Minder verplaatsingsgedrag waardoor mensen gevestigd blijven in de huidige woonplaats.

Welvarend

Met een bovenmodaal inkomen.

Woonconcept

Op basis van de definitie van een vastgoedconcept van Nozeman (2001), is een woonconcept als volgt gedefinieerd: Een woonconcept is een naar type, functie en/of ontwerp repeteerbaar vastgoedproduct dat erop gericht is om mensen te huisvesten.

WoON2009

WoonOnderzoek Nederland naar woonkwaliteit en woonbehoefte onder 78.000 Nederlanders, waarin de samenstelling van huishoudens, de huisvestingssituatie, de woonwensen, de woning en de woonomgeving in kaart zijn gebracht. Het onderzoek vervangt sinds 2006 het Woning Behoefte Onderzoek (WBO) en de Kwalitatieve Woningregistratie (KWR).

Inhoud

1. Onderzoeksopzet.....	1
1.1 Aanleiding.....	1
1.2 Afbakening van het onderzoek.....	2
1.3 Probleem-, doel-, en vraagstelling.....	3
1.4 Conceptueel model.....	3
1.5 Onderzoeksopzet.....	4
1.6 Relevantie.....	5
1.7 Leeswijzer.....	6
2. Woningmarktanalyse.....	7
2.1 Nederlandse woningmarkt anno 2011.....	7
2.1.1 Nederlandse woningmarkt voor de financiële crisis.....	7
2.1.2 Financiële crisis.....	9
2.1.3 Woningmarkt = vragersmarkt.....	12
2.1.4 Toekomstvisie Nederlandse woningmarkt.....	15
2.2 Doelgroep: ‘Medioren’.....	18
2.2.1 Definitie medioren (babyboomers).....	18
2.2.2 Medioren en woningmarkt Noord-Nederland (WoON2009).....	19
2.2.3 Ruimtelijke inert gedrag.....	23
2.2.4 Doelgroepbenadering.....	25
2.3 Tot slot.....	26
3. Marktinitiatieven.....	27
3.1 Inleiding.....	27
3.2 Conceptanalyses: Typologie woonconcepten voor medioren.....	28
3.2.1 Golden Years.....	29
3.2.2 Huisvanu.....	30
3.2.3 Second Bloom.....	32
3.2.4 SIR-55.....	34
3.2.5 Goed leven.....	34
3.2.6 De grijze motor.....	36
3.3 Diepte-interviews professionals.....	38
3.4 Aanbodzijde verkend.....	42
3.5 Tot slot.....	43
4. Casestudie Midden-Drenthe.....	44
4.1 Inleiding.....	44
4.2 Verkenning woningmarkt Midden-Drenthe.....	45
4.2.1 Midden-Drenthe in provinciale context.....	45

4.2.2	Demografische ontwikkelingen	46
4.2.3	Woningvoorraad	47
4.2.4	Toekomstvisie woningmarkt Midden-Drenthe	49
4.3	Woonwensen medioren Midden-Drenthe	50
4.3.1	Woonwensen medioren op basis van woningmarktonderzoek Midden-Drenthe.....	50
4.3.2	Woonwensen medioren op basis van eigen onderzoek	55
4.4	Tot slot.....	58
5.	Confrontatie vraag en aanbod	59
5.1	SWOT-analyse.....	59
5.1.1	Sterke punten.....	60
5.1.2	Zwakke punten	60
5.1.3	Kansen	61
5.1.4	Bedreigingen	62
5.2	Confrontatiematrix	63
6.	Conclusies en aanbevelingen	65
6.1	Antwoord centrale vraagstelling	65
6.2	Aanbevelingen	67
6.3	Reflectie.....	68
	Geraadpleegde literatuur	69
	Bijlage 1 – Vragenlijst diepte-interviews professionals	
	Bijlage 2 – Vragenlijst medioren Midden-Drenthe	
	Bijlage 3 – Toelichting confrontatiematrix	

1. Onderzoekopzet

In dit hoofdstuk worden de beweegredenen omschreven waarom er is gekozen om onderzoek te doen naar woonconcepten voor medioren en de kansen voor de projectontwikkelaar. In de aanleiding wordt duidelijk waarom juist voor dit onderwerp is gekozen, waarna de thesis in de tweede paragraaf is afgebakend. In de derde paragraaf wordt het onderzoek gedefinieerd middels een probleem-, doel-, vraagstelling met de bijbehorende centrale vraag en deelvragen. Hierdoor en door de omschrijving van de relevantie van dit onderzoek ontstaat een algemeen beeld over deze master thesis, die vervolgens verder grafisch is uitgewerkt in een conceptueel model en een onderbouwende onderzoekopzet.

1.1 Aanleiding

Nederland is in rap tempo aan het vergrijzen. Naar schatting zal het aantal seniorenhuishoudens volgens Brounen en Neuteboom (2006) toenemen van 1,5 miljoen in 2010 tot 2,2 miljoen in 2040. De reden dat dit zo snel gaat, is naast een steeds hogere levensverwachting met name toe te schrijven aan het grote aantal babyboomers, de mensen die vlak na de Tweede Wereldoorlog zijn geboren. Kenmerkend voor deze doelgroep, is dat deze vaak in een goede tijd een woning hebben gekocht en daarmee dus een overwaarde van de eigen woning hebben opgebouwd. Daarnaast hebben ze vaak een ruim pensioen opgebouwd, is er veel gespaard en zijn ze eraan toe om blijvend te kunnen genieten. Dit betekent naar verwachting een kritische vraag naar een hoge kwaliteit van wonen en leven. Daarnaast constateert Verleg (2010) dat marktpartijen zoals bouwondernemingen, ontwikkelaars, gemeenten et cetera te weinig luisteren naar wat de medioren willen. Volgens hem zijn zij de 'vergeten' doelgroep die nu nog te vaak naar het buitenland 'vlucht' omdat het aanbod in de huidige woningvoorraad niet in de wensen voorziet.

Volgens het CBS (2010) is de levensverwachting van deze groep mensen ook hoger dan de generaties daarvoor. Hierdoor zal het aantal 65-plussers in de periode 2011-2015 met circa een half miljoen toenemen. Het aantal ouderen zal op de langere termijn volgens de bevolkingsprognose van het CBS toenemen van 2,6 miljoen nu tot 4,6 miljoen in 2040. De constatering ter zake vergrijzing heeft een toenemende zorgvraag als gevolg en dus ook hogere uitgaven wat betreft zorg. Een ander gevolg is dat het aanbod van en de vraag naar passende woonruimte voor deze bevolkingsgroep niet meer op elkaar aansluit als er niets gebeurt. Zo bleek uit het onderzoek van Boomsma et al (2007) dat in 82% van de Nederlandse gemeenten in 2007 de vraag naar ouderenhuisvesting groter was dan het aanbod. Opvallend is dat op basis van de ramingen van Brounen en Neuteboom (2006) het aantal senioren dat een huurwoning wil bewonen, in 40 jaar tijd met 40% toe zal nemen. Hiermee wordt de verdeling van koop- en huurwoningen ongeveer even groot. Ofwel hier liggen kansen voor ontwikkelaars in zowel het koopsegment als de commerciële woningverhuur. Echter, hierbij zal wel rekening moeten worden gehouden dat de toenemende vraag na verloop van tijd weer af zal nemen wanneer de bevolking in 2040 haar piek heeft bereikt.

Uit het woonwensenonderzoek van 55-plussers in de gemeente Haren van Voogd (2005) blijkt dat ouderen ook behoefte hebben aan een aantal voorzieningen in de buurt. Dit blijkt ook uit marktonderzoek onder 600 55-plussers van USP Marketing Consultancy (2010). Zo worden vooral een winkel en een sportruimte als gewenst beschouwd. Voordeel hiervan is dat de lichamelijke en geestelijke conditie op peil blijft en sociaal isolement uitblijft. Daarom is het ook relevant om te kijken of integratie van wonen, zorg en service rendabel kan zijn.

Op de vastgoedmarkt is een verschuiving waarneembaar van een aanbodgestuurde naar een vraaggestuurde markt. Volgens Von Meding (2010) is de huidige voorraad aan (zorg)huisvesting tot voor kort veelal vanuit een aanbodgestuurde visie neergezet. Hierbij kan ook gedacht worden aan de huisvesting voor jongere ouderen die na verloop van tijd hulpbehoevend worden. In plaats van het productgericht ontwikkelen, gaat het nu steeds meer om de woonwensen van de klant. Hierbij komt vanuit de markt de vraag naar voren, hoe de ontwikkelaars zich kunnen onderscheiden. Daarom worden in dit onderzoek een aantal woonconcepten van

verschillende marktpartijen getoetst op de specifieke woonwensen van medioren. Verder is het merendeel van de eerdere onderzoeken gedaan vóór de financiële crisis, dus de huidige woonwensen zullen wellicht een ander beeld vertonen omdat de crisis een flinke impact heeft gehad. Van der Ende heeft in 2004 nieuwe woonconcepten voor senioren onderzocht. Omdat de woningmarkt constant in beweging is, gaat het dus om een momentopname en is nieuw onderzoek gewenst. Daarnaast spelen de marktpartijen constant in op de toenemende vraag met nieuwe concepten, waardoor dit onderzoek verhelderend zal zijn en inzicht geeft in het huidige woningaanbod. De focus ligt in het vervolg van dit onderzoek meer op de vraag of de bestaande woonconcepten aansluiten op de woonwensen van medioren. Belangrijk hierin is het duidelijk definiëren en in kaart brengen wat de medioren van nu willen. Problemen kunnen ontstaan wanneer medioren geen passende huisvesting kunnen vinden waardoor de doorstroming op de woningmarkt stopt. Daarnaast kunnen er problemen ontstaan bij de gemeenten die juist de doelgroep willen bedienen.

Uit een onderzoek van USP en DIA (2010) onder senioren blijkt dat 59% van de 60-plussers de voorkeur geeft aan huren in plaats van kopen (18%). Dit ligt voor de hand omdat de woningbezitters bij verkoop van hun huidige woning op deze manier kapitaal dat in de stenen is opgeslagen liquide kunnen maken. Century 21 Benelux (2011) signaleert in België al een groeiende trend dat medioren hun woning verkopen om vervolgens te gaan huren. Onzekerheid over de pensioenen draagt tevens bij aan het vrijmaken van gespaarde tegoeden door verkoop van de eigen woning. Ook dit is een reden waarom het interessant is om te onderzoeken of dit fenomeen zich in Noord-Nederland ook voltrekt. Wel dient men rekening te houden met het feit dat de woningverkoop in deze tijd lastig kan zijn.

Daarom zal ook onderzocht moeten worden of beleggen in vastgoedconcepten, waarbij (woonzorg)huisvesting voor ouderen wordt aangeboden in de huursfeer, interessant is voor (institutionele) beleggers. Volgens Bureau D&O (2006) wordt het beleggen in diensten en vastgoedproducten door beleggers in het buitenland al aardig opgepikt. Al in 2006 zijn hiervoor fondsen opgericht die beleggen in ondernemingen die zich specifiek richten op deze doelgroep. Directievoorzitter van Syntrus Achmea Vastgoed (Jagersma, 2011) signaleert ook in Nederland een aanbodtekort in het bredere segment van zorgvastgoed. Volgens hem zijn vooral pensioenfondsen geïnteresseerd in het investeren in maatschappelijk relevante beleggingen zoals ziekenhuizen en klinieken. Ook woningen, waarbij in de toekomst ondersteuning vanuit het zorgcentrum mogelijk is, worden door Jagersma genoemd als interessant beleggingsobject.

Het ontbreekt dus aan nieuwe inzichten in de specifieke woningbehoefte en woonwensen van de welvarende babyboomers (de vraag) in Noord-Nederland. Eerder is door Zijlstra (2010) onderzoek gedaan naar de huisvestingsmogelijkheden op de seniorenmarkt in de regio Twente, waarbij vooral de aanbodzijde is geanalyseerd en minder is gefocust op de vraagzijde. In dit onderzoek is met name de vraagzijde onderzocht en worden de eventuele onbenutte kansen voor de ontwikkelaar in beeld gebracht. Ook moet hieruit duidelijk worden of het huidige aanbod van huisvesting voor de welvarende medioren – zowel kwalitatief als kwantitatief – nog wel aansluit op de vraag. Uiteraard wordt hierin rekening gehouden met de impact van de financiële crisis op de woningmarkt. De regio Noord-Nederland is ingegeven door de stageverlenende instantie Kontour Vastgoed, omdat zij hier kansen zien om voor welvarende medioren woningen te ontwikkelen die voldoen aan de eisen van nu en in de toekomst. Vraaggestuurd ontwikkelen voor een duidelijk gedefinieerde doelgroep is daarnaast een essentieel onderdeel van de bedrijfsfilosofie van Kontour. Uit bestudering van de literatuur, blijkt dat voor Noord-Nederland niet eerder op deze manier onderzoek is gedaan en hier ligt dan ook de witte vlek qua kennis.

1.2 Afbakening van het onderzoek

Nederland vergrijst dus als geheel, met name door het grote aantal babyboomers. Dit is – vergeleken bij vorige generaties – de eerste generatie die als gepensioneerd straks meer te besteden hebben omdat zij een goed pensioen opgebouwd hebben. Ook hebben zij vaak in een gunstige tijd een woning gekocht, waardoor er veel kapitaal is opgebouwd. Uit onderzoek van Brounen en Neuteboom (2006), die deze generatieverschillen statistisch in kaart hebben gebracht, blijkt dat het eigen woningbezit van de typische 55-jarige in 1981 40%

was. Tegenwoordig is dit percentage ongeveer 60%. Hierdoor wordt dus onderzocht of er vraag is naar kwalitatief betere woningen voor (welvarende) medioren in Noord-Nederland. Hierbij wordt rekening gehouden met de invloed van de financiële crisis en worden bestaande concepten getoetst op basis van de locatie-specifieke woonwensen van medioren in Noord-Nederland. De focus ligt hierbij niet op strategisch vastgoedmanagement in de zorgsector, maar op conceptoptimalisatie van bestaande woonconcepten.

1.3 Probleem-, doel-, en vraagstelling

Probleemstelling

Veel marktpartijen hebben woonconcepten ontwikkeld voor welvarende medioren, maar spelen daarmee onvoldoende in op de woningbehoefte van deze doelgroep.

Doelstelling

Het verkrijgen van inzicht in de omvang, de (woon)wensen en de (on)mogelijkheden van de doelgroep 'welvarende medioren' en daarop de kenmerken van de bestaande woonconcepten van marktpartijen te toetsen en mogelijke succesfactoren te identificeren.

Vraagstelling

De centrale vraagstelling luidt:

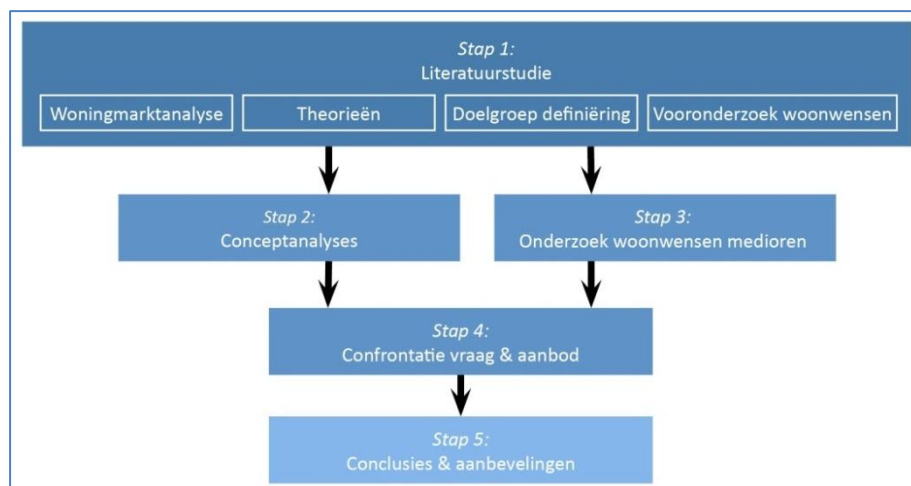
Welke kenmerken van woonconcepten sluiten het beste aan op de woonwensen van welvarende medioren en zijn er onbenutte kansen voor de ontwikkelaar in Noord-Nederland waardoor die zich kan onderscheiden?

Daaruit vloeien de volgende deelvragen voort:

1. Welke (demografische) ontwikkelingen spelen er momenteel en wat zijn hiervan de gevolgen voor de Nederlandse woningmarkt?
2. Hoe kan de doelgroep 'welvarende medioren' concreter worden gedefinieerd?
3. Wat zijn de huidige marktinitiatieven waarmee wordt ingespeeld op de vergrijzing in Nederland en welke factoren vergroten de kans op succes?
4. Wat zijn de woonwensen van welvarende medioren en welke kenmerken van de bestaande woonconcepten sluiten in Noord-Nederland het beste aan op de woningbehoefte?
5. Wat zijn de (on)mogelijkheden om succesvol in te spelen op de woningbehoefte van welvarende medioren wanneer de marktinitiatieven worden geconfronteerd met de woonwensen?

1.4 Conceptueel model

De uitwerking van dit onderzoek is schematisch weergegeven in onderstaand conceptueel model (zie figuur 1).



Figuur 1: Conceptueel model (eigen bewerking)

1.5 Onderzoekopzet

Het onderzoek zal deels beschrijvend zijn omdat door middel van bestaande literatuur en diepte-interviews een feitelijke registratie van de informatie plaatsvindt (Baarda en De Goede, 1997). Dit deel bevat hoofdzakelijk een grondige woningmarktanalyse en een analyse van een aantal bestaande huisvestingsconcepten waarmee wordt ingespeeld op de vraag van welvarende medioren. Op deze manier wordt geprobeerd de witte vlek in de theorie op te vullen middels kwalitatief onderzoek. De eigenschappen hiervan zijn geloofwaardigheid, betrouwbaarheid, conformeerbaarheid en overdraagbaarheid (Baxter en Babbie, 2004). Omdat de markt vraag naar passende huisvesting voor welvarende medioren voornamelijk gebaseerd is op een imaginaire vraag, zal dit onderzoek ook deels exploratief van aard zijn. De kenmerken afkomstig uit het literatuuronderzoek dienen namelijk als basis voor de enquête die in de casestudie Midden-Drenthe aan (welvarende) medioren worden voorgelegd. Hiermee zijn de woonwensen van de kritische en veeleisende medioren in beeld worden gebracht.

De volgorde van de onderzoeksvragen is zo opgesteld dat er van grof naar fijn gewerkt wordt. In de eerste twee deelvragen ligt de focus met name op literatuurstudie en in de laatste drie deelvragen op diepte-interviews met verschillende professionals. Daarna zijn de woonwensen van medioren onderzocht middels een casestudie in Midden-Drenthe. Hiervoor zijn zowel bestaande data geanalyseerd als nieuwe data verzameld. WoON2009 is als uitgangspunt gebruikt om de vraag in Noord-Nederland *kwantitatief* in beeld te brengen en dient hiermee als vooronderzoek en ijkpunt. Deze data zijn gefilterd op leeftijd, woonplaats en inkomen, waardoor medioren in Noord-Nederland met een bovenmodaal inkomen overblijven. Vervolgens is middels de casestudie een verdieping aangebracht om op basis hiervan representatieve uitspraken te doen voor medioren in Midden-Drenthe. Dit *kwalitatieve* onderzoek naar de woonwensen is aangevuld met een locatie-specifiek veldonderzoek onder medioren in Midden-Drenthe. Hierin zijn de eerder onderzochte kenmerken die verkregen zijn uit de literatuurstudie naar bestaande concepten, voorgelegd aan medioren. Zo is een verbijzondering aangebracht op bestaande woononderzoeken.

Uit de vergelijking tussen de resultaten van de casestudie Midden-Drenthe en het vooronderzoek op basis van WoON2009 is gebleken dat er meerdere overeenkomsten zijn. Hierdoor is de betrouwbaarheid van de casestudie vergroot en vormen dus een globaal beeld van de woonwensen van medioren in gelijkwaardige (plattelands)gemeenten in Noord-Nederland. Dezelfde methode om de betrouwbaarheid van de uitkomsten te vergroten, is gebruikt voor het veldonderzoek. Hiervoor is gezocht naar zoveel mogelijk overeenkomsten tussen de resultaten van het eigen onderzoek en de resultaten van de casestudie Midden-Drenthe.

De kern van het onderzoek is op te delen in de volgende vijf stappen:

Stap 1 – Woningmarktanalyse

Het onderzoek begint met een literatuuronderzoek waarin de stand van zaken op de Nederlandse woningmarkt in kaart is gebracht, zowel voor, tijdens als na de financiële crisis. Verder is aan de hand van WoON2009 een vooronderzoek gedaan naar de woonwensen van medioren in Noord-Nederland om meer feeling te krijgen met de doelgroep. Tevens zijn hierin de theorieën opgenomen waaraan op een later moment in het onderzoek gerefereerd zal worden.

Stap 2 – Conceptanalyses

Na een grondige analyse van een zestal bestaande huisvestingsconcepten voor medioren, kunnen de kenmerken hiervan worden voorgelegd aan verschillende marktpartijen om zo meer diepgang aan te brengen in de conceptanalyses. Er zijn verschillende gesprekken gevoerd met professionals waarbij ingezoomd is op de woningmarkt in Noord-Nederland en waarbij rekening is gehouden met de impact van de financiële crisis. Wat betreft de marktpartijen zijn er diverse actoren geïnterviewd. Zowel personen die betrokken zijn in het planontwikkelingsproces op de vastgoedmarkt, als personen die direct betrokken waren bij de ontwikkeling van de geanalyseerde concepten. Het gaat hier om kwalitatieve

semigestructureerde diepte-interviews waarbij inzicht wordt verkregen in ervaringen en opvattingen van experts (Baarda en De Goede, 1997). Het onderzoek naar de marktinitiatieven is de basis voor het vormen van een duidelijk beeld van de aanbodzijde.

Stap 3 – Onderzoek woonwensen medioren

Nadat op basis van de literatuur en aanvullingen van de professionals een duidelijk beeld is gevormd van de huidige stand van zaken op de Nederlandse woningmarkt, het huidige aanbod en de kenmerken van verschillende concepten, worden de woonwensen van de medioren onderzocht. Via een bestaande dataset van de gemeente Midden-Drenthe waarin de woonwensen in 2009 uitgebreid zijn onderzocht, zijn de woonwensen van medioren in de vorm van een casestudie in kaart gebracht voor deze gemeente. Daarnaast is dit onderzoek uitgebreid met een veldonderzoek in de vorm van een online enquête die is verspreid onder verhuisgeneigde medioren in Midden-Drenthe via makelaars. Dit woonwensenonderzoek dient als input om inzicht te geven in de woningbehoefte van medioren in Midden-Drenthe, maar schetst ook een globaal beeld van de woningbehoefte van medioren in gelijkwaardige (plattelands)gemeenten in Noord-Nederland.

Stap 4 – Confrontatie vraag & aanbod

De marktinitiatieven zijn vervolgens geconfronteerd met de vraag naar huisvesting van medioren in Midden-Drenthe en resulteert in een SWOT-analyse en een confrontatiematrix. Hieruit zal blijken welke kenmerken van bestaande woonconcepten en welke manier van ontwikkelen uiteindelijk in Noord-Nederland het beste zal aanslaan.

Stap 5 – Conclusies en aanbevelingen

Uiteindelijk is in de laatste stap geconcludeerd of de kenmerken van de geanalyseerde woonconcepten nog wel aansluiten op de vraag. Het achterliggende doel is om te ontdekken waar de mogelijke onbenutte kansen liggen voor de ontwikkelaar om zich te onderscheiden. Vervolgens worden aanbevelingen gedaan aan de ontwikkelaar waarmee rekening gehouden moet worden bij het aanbieden van huisvesting voor medioren in Noord-Nederland. Dit vormt de eindconclusie en hiermee wordt een antwoord gegeven op de centrale vraagstelling van dit onderzoek.

1.6 Relevantie

In deze paragraaf wordt beschreven op welke manier dit onderzoek op zowel maatschappelijk als wetenschappelijk vlak een bijdrage levert.

Maatschappelijke relevantie

Met dit onderzoek wordt op maatschappelijk vlak een bijdrage geleverd doordat de babyboomers nu in een levensfase zitten waarin ze de pensioenleeftijd naderen. De vraag naar passende huisvesting neemt dus toe. Als blijkt dat het aanbod hier niet volledig op aansluit, kan dit onderzoek een uitkomst bieden om het aanbod beter aan te laten sluiten op de vraag en zo differentiatie aan te brengen in de bestaande woningvoorraad. Hiermee kunnen de babyboomers hun voordeel doen, maar ook de daaropvolgende generaties ouderen. Voor marktpartijen (specifiek ontwikkelaars) is het onderzoek relevant, omdat zij hiermee hun producten en diensten beter af kunnen stemmen op de vraag en zich hierdoor kunnen onderscheiden.

Wetenschappelijke relevantie

Zoals in de aanleiding werd genoemd, is er al veel onderzoek gedaan naar de woonwensen van ouderen. Echter door de groeiende vraag naar passende huisvesting, als gevolg van de babyboom, zijn veel marktpartijen die hierop inspelen met innovatieve concepten. Daarnaast heeft de financiële crisis er de laatste jaren voor gezorgd dat er veel veranderd is op de Nederlandse woningmarkt. Vanuit deze visie is een onderzoek naar de

effecten van de babyboom op de Nederlandse woningmarkt dus ook wetenschappelijk relevant, omdat verschillende parameters in de loop der tijd veranderd kunnen zijn. Ook is de huidige voorraad voor (zorg)huisvesting tot voor kort veelal vanuit een aanbodgestuurde visie neergezet (Von Meding, 2010). Hierbij kan ook gedacht worden aan de huisvesting voor jongere ouderen die na verloop van tijd hulpbehoevend worden. Dit onderzoek voegt daarom kennis toe aan de wetenschap omdat nu vanuit een puur vraaggerichte benadering naar een afstemming tussen vraag en aanbod wordt gezocht. Hierbij wordt rekening gehouden wordt met verschuivingen in de behoefte als gevolg van de financiële crisis.

1.7 Leeswijzer

Hoofdstuk 1 – Onderzoeksopzet

Dit is het inleidende hoofdstuk van dit onderzoek waarin de onderzoeksopzet is besproken.

Hoofdstuk 2 – Woningmarktanalyse

In dit hoofdstuk wordt de stand van zaken op de Nederlandse woningmarkt in kaart gebracht middels een literatuuronderzoek waarbij rekening is gehouden met de financiële crisis. Verder wordt hier de doelgroep babyboomers geïntroduceerd en aan de hand WoON2009 is een vooronderzoek naar de woonwensen gedaan.

Hoofdstuk 3 – Marktinitiatieven

Hierin komen de conceptanalyses van de huidige marktinitiatieven waarmee wordt ingespeeld op de vergrijzing aan de orde. Zowel de specifieke kenmerken van de onderzochte concepten als de visies van verschillende professionals uit de vastgoedmarkt zijn in dit hoofdstuk vastgelegd, waardoor een duidelijk beeld ontstaan is van de aanbodzijde. Dit resulteert in de laatste paragraaf in een overzicht met succes- en faalfactoren hoe volgens marktpartijen succesvol ingespeeld kan worden op de vraag naar huisvesting van medioren in Noord-Nederland.

Hoofdstuk 4 – Casestudie Midden-Drenthe

In hoofdstuk 4 zijn de woonwensen van medioren middels een casestudie in de gemeente Midden-Drenthe inzichtelijk gemaakt op basis van bestaande data. Daarnaast zijn verschillende kenmerken van woonconcepten uit hoofdstuk 3 voorgelegd aan medioren in Midden-Drenthe via een eigen veldonderzoek. De gemeente is vooraf in een bredere provinciale context geplaatst.

Hoofdstuk 5 – Confrontatie vraag en aanbod

De kenmerken uit hoofdstuk 3 van de bestaande woonconcepten gericht op medioren worden in dit hoofdstuk getoetst op de woonwensen van medioren uit Midden-Drenthe (hoofdstuk 4). De resultaten zijn uitgewerkt in een SWOT-analyse en de verdere confrontatie tussen de vraag en het aanbod is verwerkt in een confrontatiematrix. Hieruit wordt duidelijk welke kenmerken van bestaande woonconcepten het beste aansluiten op de woningbehoefte waarmee de basis is gelegd voor de eindconclusie.

Hoofdstuk 6 – Conclusies en aanbevelingen

Dit afsluitende hoofdstuk bevat de conclusies en aanbevelingen behorende bij de centrale vraag:

Welke kenmerken van woonconcepten sluiten het beste aan op de woonwensen van welvarende medioren en zijn er onbenutte kansen voor de ontwikkelaar in Noord-Nederland waardoor die zich kan onderscheiden?

2. Woningmarktanalyse

In dit hoofdstuk wordt de stand van zaken op de Nederlandse woningmarkt in kaart gebracht. Hierbij wordt de woningmarkt anno 2011 eerst omschreven waarbij belangrijke items worden aangestipt, zowel voor, tijdens als na de crisis. De eerste paragraaf is daarom ook hoofdzakelijk gebaseerd op literatuurstudie. Vervolgens is aan de hand van de data afkomstig uit WoON2009 een vooronderzoek gedaan naar de omvang en woonwensen van de medioren in Noord-Nederland. In de volgende hoofdstukken zal meermaals terugkoppeling plaatsvinden met deze verkennende woningmarktanalyse.

2.1 Nederlandse woningmarkt anno 2011

Om iets te kunnen zeggen over het effect van de babyboom op de Nederlandse woningmarkt en specifiek de woningmarkt in Noord-Nederland, is aan de hand van literatuuronderzoek eerst een beeld geschetst van de situatie op de woningmarkt vóór de financiële crisis. Vervolgens wordt ingegaan op de invloed en de gevolgen van de crisis en wordt een vergelijking gemaakt met eerdere crises, waarna er een toekomstvisie wordt gevormd.

2.1.1 Nederlandse woningmarkt voor de financiële crisis

Boumeester (2004) heeft op basis van bestaande literatuur een opsomming gemaakt van de motieven waarom mensen ervoor kiezen een woning te kopen. Dit zijn volgens hem om iets voor jezelf te hebben, status en een betere beschikbaarheid op korte termijn van een koopwoning ten opzichte van een huurwoning. Hier kunnen de motieven van nu aan toegevoegd worden, namelijk de mogelijkheid om hypotheekrente af te trekken, relatief lage woningprijzen door ontspannen woningmarkt en groter wonen (NVM, 2011). Wat betreft huren noemt Boumeester (2004) de volgende motieven om hiervoor te kiezen: geen onderhoudskosten, mobiel zijn / blijven en jezelf te oud voelen om te kopen. Van Noordenne (2010) voegt hier aan toe: lage transactiekosten bij verhuizing, huursubsidie en een laag risicoprofiel.

Huren en kopen als primaire levensbehoefte

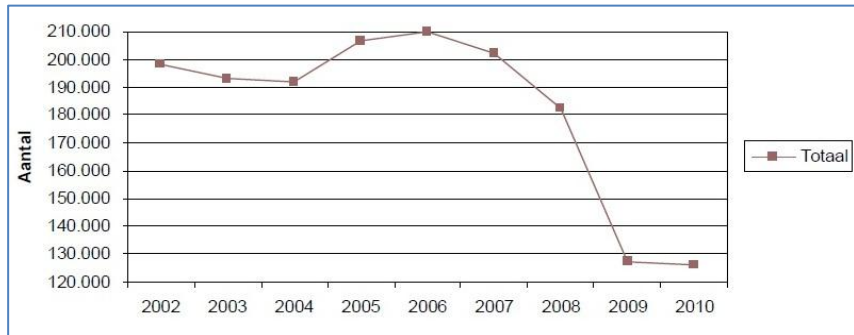
Op de residentiële markt gaat het bij het kopen van een woning om een combinatie van consumptie en investeren. Bij het huren van een woning gaat het puur om consumptie. Wonen is immers een primaire levensbehoefte waar voor betaald wordt in de vorm van hypotheeklasten of huur. Wanneer de woning in eigen bezit is, wordt er gespeculeerd op waardeontwikkeling van de woning (indirect rendement). Dit was voor de crisis gemakkelijker door de soepelere criteria bij het verstrekken van hypotheekleningen, waardoor er een grote vraag naar koopwoningen was. Het indirecte rendement kan winst opleveren, waarvoor de woningbezitter wel een zeker vermogensrisico loopt. Eigenwoningbezit heeft hierdoor voor veel mensen de voorkeur boven huren. Risico wordt door Nozeman (2011) gedefinieerd als een voorspelbare en stochastisch modelleerbare gebeurtenis die leidt tot negatieve afwijking van de rendementseis van een project. Voor de financiële crisis was een waardeontwikkeling in positieve richting voor woningkopers aannemelijker en stond men waarschijnlijk minder stil bij de mogelijkheid dat dit ook negatief kon zijn.

Het aantal koopwoningen is vanaf begin jaren negentig toegenomen. Werd eind jaren tachtig nog zo'n 40% van de nieuwbouw bestemd voor de verhuur, begin van deze eeuw was dat nog maar 20%. Dit is voornamelijk gebeurd omdat marktpartijen zoals projectontwikkelaars steeds vaker opdrachtgever zijn geworden in de bouw in plaats van woningcorporaties. De reden hiervoor is te vinden in de Nota Mensen Wensen Wonen die in 2000 werd ingevoerd door het Rijk, waarmee de verkoop van huurwoningen werd gestimuleerd (VROM, 2004). Het gevolg van dit beleid is dat hierdoor vaak de duurdere huurwoningen te koop werden aangeboden en er ook meer duurdere koopwoningen werden gebouwd. Met de invoering van de Wet Bevordering Eigen Woningbezit (WEB) van 2001 werden mensen uit de lagere en middeninkomensgroepen ook gestimuleerd om een woning te kopen. Zolang de hoogte van het hypotheekbedrag en koopsom een bepaalde grens niet overschreden en men minstens drie jaar geen eigenaar-bewoner van een woning was, hadden woningkopers recht op een

inkomensafhankelijke maandelijkse koopsubsidie. In 1990 waren er meer huurwoningen (54%) dan koopwoningen, maar in 2006 was het aandeel huurwoningen nog maar 46% (CBS, 2007). Hierdoor is tevens een splitsing ontstaan tussen mensen op basis van hun sociaaleconomische positie, omdat de hogere inkomensgroepen vaker doorstroomden naar de koopsector dan mensen met een lager inkomen. Gevolg is dat er in het segment van (duurdere) huurwoningen ook minder aanbod is.

Aanbiedersmarkt

Voordat de financiële crisis uitbrak was er in grote delen van Nederland sprake van een gespannen woningmarkt (aanbiedersmarkt), waarin er meer vraag is dan aanbod. Dit is voortgevloeid uit de tijd van de wederopbouw na de Tweede Wereldoorlog, toen er een enorm woningtekort was in Nederland. Dit is ook de reden geweest dat woningprijzen boven de intrinsieke of onderliggende waarde uitgroeiden. Voor woningen is deze intrinsieke waarde moeilijk te meten, omdat deze van moeilijk kwantificeerbare factoren afhankelijk is, zoals de locatie (gemeente, nabijheid voorzieningen, leefbaarheid etc.), grootte en kwaliteit van de woning (Capel, 2001). Hier voegt Van Noordenne (2010) de volgende factoren nog aan toe: verhouding vraag en aanbod, financiële situatie (zoals de financiële crisis) en fiscaliteit (zoals de renteaftrek). Woningprijzen bleven zich positief ontwikkelen tot de financiële crisis eind 2008 haar intrede deed (zie figuur 2). Ontwikkelaars hoefden voor de crisis minder hun best te doen om woningen te verkopen. Dit resulteerde in sommige gevallen in een lagere prijs-kwaliteitverhouding (Aalbers, 2001). Er was dan ook minder sprake van inbreiding maar meer van uitbreiding, omdat ook de bestaande woningen met mindere kwaliteit toch wel verkocht werden.



Figuur 2: Aantal verkochte woningen landelijk (Kadaster, 2011)

Hukker (NVM, 2009) noemt ook dat de ontwikkelende partijen in het verleden gezamenlijk te weinig oog hadden voor de consument, de belangrijkste partner in de ontwikkeling. Uit onderzoek van de NVM blijkt dat 85% van de consumenten die een nieuwbouwwoning willen kopen, juist wel invloed uit wil oefenen op de ontwikkeling van woningen. Voor de crisis werden makkelijk 200.000 woningen per jaar verkocht (Kadaster, 2009). Dit aantal is echter door de crisis bijna gehalveerd en transactiepreizen zijn gedaald (zie figuur 3).

Wanneer een ontwikkelaar nu een succesvol project wil initiëren, zal hij moeten denken in groei modellen in plaats van blauwdrukplanning. Flexibiliteit en globale eindbeelden zijn volgens Lujten (2011) de nieuwe toekomst. Hierbij moet rekening gehouden worden met continuïteit, diversiteit, complexiteit, bestaande waarden en de onzekere toekomst. Het tijdperk waarin de ontwikkelaar aanbod gedreven en minder goed geïntegreerde projecten kon ontwikkelen en verkopen, is voorbij.



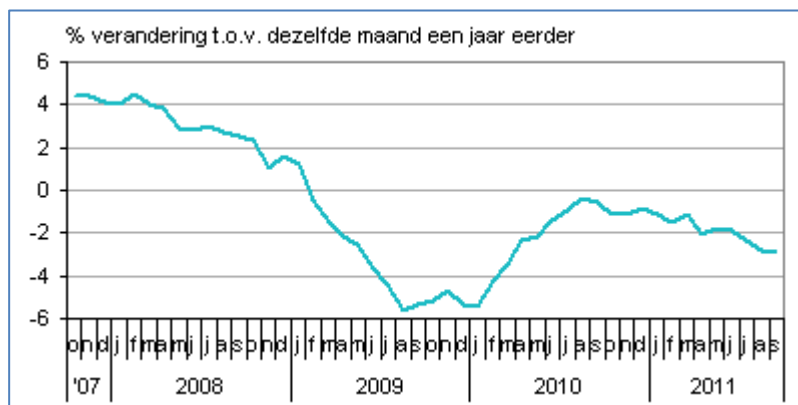
Figuur 3: Transactieprijsontwikkeling kwartaal op kwartaal (NVM, 2011)

2.1.2 Financiële crisis

Voor de crisis hadden de gemeente, de architect en de ontwikkelaar het vaak voor het zeggen als het aankwam op ontwikkelen en bouwen. Echter de tijd dat er aanbodgestuurd ontwikkeld kan worden in een gespannen woningmarkt is voorbij. Als gevolg van de financiële crisis komen veel nieuwbouwplannen niet of nauwelijks van de grond omdat de woonconsument een stuk terughoudender is geworden. Dit is vooral te merken aan de dreigende recessie, het lage consumentenvertrouwen, de onder druk staande koopkracht, het onzekere financiële klimaat en de lastig te verkrijgen financiering. Bij veel gemeenten is daarnaast sprake van een negatieve grondexploitatie omdat er niet of nauwelijks opbrengsten zijn uit verkoop van bouwgrond. Bij de grote woningontwikkelaars is de crisis vooral te merken door het grote aantal onverkochte woningen op de balans. Bij elkaar hebben marktleders Rabo Vastgoed, BAM, VolkerWessels en Heijmans gezamenlijk voor 450 miljoen euro aan onverkochte woningen op de balans staan (Klaver, 2011).

Het wordt voor woningkopers steeds moeilijker om de financiering rond te krijgen en hun huidige woning te verkopen. Het aantal opgeleverde woningen heeft hierdoor in 2010 een historisch dieptepunt bereikt van zo'n 56.000 nieuwe woningen, terwijl dit in 2009 nog 83.000 woningen waren (Rabobank, 2011). Een daling van circa 40% voor koopwoningen ten opzichte van het voorgaande jaar en bijna 16% voor de woningen in de huursector. Ook de verkoopcijfers van 2011 wijzen nog niet op herstel. De verkoop van nieuwbouwwoningen is in het eerste kwartaal van 2011 zo'n 15% lager dan in 2010, toen er zo'n 7.500 nieuwe woningen per kwartaal werden verkocht (Vastgoedmarkt, 2011a).

De gemiddelde woningwaarde is in 2009 door de crisis gezakt met ongeveer 3,5% op jaarbasis. Calcasa (2011) verwacht op basis van een nieuw ontwikkeld wetenschappelijk prognosemodel dat de woningprijzen in het eerste kwartaal van 2012 opnieuw dalen en wel met 2,9%. Dit wordt ook bevestigd door de cijfers uit het conjunctuurbericht van het CBS (zie figuur 4). Voor de huidige woningbezitters kan dit een reden



Figuur 4: Prijzen van bestaande koopwoningen (CBS, 2011)

zijn om hun woning niet te verkopen. Daarnaast zorgt de slechte doorstroming ervoor dat woningbezitters hun woning niet kunnen verkopen. Dit komt onder andere door de aangescherpte regels wat betreft hypotheekverstrekking, waardoor het voor starters moeilijker is geworden om hun eerste woning te kopen.

Verder is het aanbod ook enorm toegenomen, er staan vergeleken bij het eerste kwartaal van 2010 nu 14% meer woningen te koop (Calcasa, 2011). Er zijn nu dan ook verschillende marktpartijen die pleiten voor een versoepeling van de hypotheekregels, omdat de strenge regels volgens hen het herstel van de woningmarkt tegenwerken. Daarnaast denkt 36% van de actief woningzoekenden dat zij een restschuld hebben als gevolg van de dalende woningprijzen, waardoor eventuele verhuizing wordt uitgesteld (Bouwkennis.nl, 2011). Andere factoren wat de doorstroom op de woningmarkt tegenwerkt is de onduidelijkheid vanuit de politiek over de hypotheekrenteaftrek en de verlaging van de Nibud financieringslastpercentages, waardoor huishoudens zo'n 4% minder kunnen lenen dan een jaar eerder (Rabobank, 2011). Deze laatste maatregel is overigens op korte termijn wel een prikkel geweest waardoor kopers toch op koop overgingen om zo te kunnen profiteren van de oude regels.

Crisismaatregelen

Wanneer ontwikkelopgaven van ontwikkelende marktpartijen voor de crisis zijn geïnitieerd, zijn er verschillende manieren hoe men hierop kan reageren:

- gefaseerd ontwikkelen
- herprogrammering van oorspronkelijke plannen
- zoeken naar andere manieren van financiering
- verlies pakken

Koen Westhoff typeert deze crisismaatregelen als volgt (Bekkering, 2011). Wanneer wordt gekozen voor fasering, gaat de ontwikkelaar uit van verbetering van de slechte huidige situatie, bijvoorbeeld de stilstand op de koopwoningmarkt. Op deze manier kunnen de risico's geminimaliseerd worden, maar het gevaar dat hierin schuilt, is dat de huidige marktsituatie en milieueisen van een gebouw in de loop der jaren flink kunnen veranderen. Bij herprogrammering worden de oorspronkelijke plannen aangepast en kan de functie veranderen of de omvang van het project inkrimpen waar nodig. Vaak speelt de financiering een cruciale rol in het wel of niet voortzetten van een project. Westhoff noemt onder andere dat de gemeente de grond terug kan kopen om deze vervolgens in erfpacht uit te geven om zo de ontwikkelstroom op gang te houden. Wanneer grondposities al waren ingenomen voor de crisis en er geen andere uitweg meer is, is het verlies pakken het laatste redmiddel. Vaak gaat het hier om werklocaties omdat de vraag naar kantoorruimte afneemt.

Tegelijkertijd zijn hoge kosten voor waterdichte marketingstrategieën om nieuwe woningen vooraf te verkopen niet ongebruikelijk omdat het voorfinancieren voor de ontwikkelaar erg moeilijk is geworden ondanks de verschillende financieringsvormen. De klassieke driehoeksverhouding heeft hierdoor ook ruimte gemaakt voor andere manieren van projectontwikkeling. Voorbeelden hiervan zijn consumentgerichte ontwikkeling, particulier opdrachtgeverschap, collectief opdrachtgeverschap (CPO) en catalogusbouw (Van Loenen, 2005) ofwel het vraaggestuurd ontwikkelen waarbij het vooral draait om de wensen van de toekomstige gebruikers van de woning of waarbij de consument veel inspraak heeft.

CPO wordt in verschillende gemeenten juist nu in tijd van crisis als maatregel gezien om de uitbreiding van de woningvoorraad op peil te houden. Zo subsidieert de provincie Drenthe vanaf 2009 de bouw van een eigen woning wanneer wordt gebouwd in een CPO-constructie. De hoogte van deze subsidie bedraagt maximaal 75% van de subsidiabele kosten met een maximum van €50.000,- per project. De subsidie kan gebruikt worden om het voortraject van een project te financieren. De hoogte van de subsidieplafonds liggen in de drie noordelijke provincies rond de vier ton per gemeente (vastgesteld in 2009). De subsidieregeling zal in Drenthe echter vanaf 1 januari 2012 worden afgeschaft, omdat volgens Bonnie Kiers (afdeling RO, provincie Drenthe) hiervoor te weinig animo is (persoonlijk interview, 19 oktober 2011). Vergeleken bij de gemeente Noord-Brabant, waar recentelijk 4 miljoen euro subsidie beschikbaar is gesteld voor CPO in de periode 2011-2015, is er dus sprake van grote regionale verschillen. CPO lijkt in het noorden (en specifiek in Drenthe) minder aan te slaan dan in de rest van Nederland.

Eerdere crises

Claessens et al (2008), die in hun onderzoek meer dan 200 kredietcrises en recessies hebben onderzocht die voorkwamen in 21 verschillende OESO-landen, noemen dat een recessie meestal vier kwartalen duurt. Echter kredietcrises waarbij de woningprijzen ook drastisch zijn gedaald (tot ongeveer 30%) duren vaak langer dan recessies en zijn veelal niet binnen 4,5 jaar over. Vanuit macro-economisch perspectief, is de huidige financiële crisis een ontwikkeling die van grote invloed is op de Nederlandse vastgoedmarkt. Zo is er een sterke teruglopende economische groei waar te nemen met een grote kantorenleegstand als gevolg. Daarnaast wordt het financieren van vastgoed steeds moeilijker en is het vertrouwen van de consument afgenomen, hetgeen de woningprijs ook negatief beïnvloedt. Als de gevolgen van de crisis worden vertaald naar de woningmarkt in

Nederland valt het op dat de trend van stijgende woningprijzen afgelopen is en dat woningbezitters hun woning moeilijk verkopen. Dit kan gebeuren wanneer het aanbod groter is dan de vraag door een uitbreiding van de woningvoorraad. Maar ook een afname van de vraag naar woningen kan hiervoor zorgen. Een belangrijke oorzaak is te vinden in de aangescherpte hypotheekverstrekkingnormen.

Aanscherping hypotheekverstrekkingnormen

De Vereniging Eigen Huis (VEH, 2010) noemt de volgende ontwikkelingen die ingrijpende gevolgen hebben voor de hypotheekverstrekking:

- Per 1 januari 2011 zijn in overleg met het Nibud de normen aangescherpt voor de Nationale Hypotheek Garantie (NHG). Het deel dat aan hypotheeklasten besteed mag worden (woonquote) is ingeperkt. Het gevolg is dat er in sommige gevallen tot wel 20% minder geleend kan worden en dat het moeilijker kan zijn om een hypotheek te krijgen.
- In overleg met de Autoriteit Financiële Markten (AFM) heeft het Ministerie van Financiën besloten om per 1 augustus 2011 de hoogte van de tophypotheek te beperken. Er mag bij aanschaf van een woning nog 110% van de aankoopwaarde worden gefinancierd met een hypotheek en het aflossingsvrije deel mag maximaal de helft van de aankoopwaarde zijn. Dit zou de koper voldoende moeten beschermen tegen hoge schulden. Het plan dat de AFM eerder aankondigde - 112% lenen van de aankoopwaarde, maar aflossing van de top van de hypotheek (12%) binnen 7 jaar - lijkt definitief van tafel.
- Volgens De Nederlandsche Bank (DNB) is de premie van 0,55% over de hypotheeksom te laag om mogelijke tegenslagen op te vangen. Hierdoor zouden de kosten koper dus toe kunnen nemen. Een eerder ingevoerde maatregel om het eigenwoningbezit te stimuleren, was om de NHG grens te verhogen van €265.000,- naar €350.000,- waardoor ook kopers van duurdere woningen aanspraak op NHG kunnen maken.
- Banken zijn voorzichtiger wat betreft het verstrekken van hypotheekleningen en vragen meer documentatie dan voorheen. Als gevolg van het aangescherpte toezicht van de AFM zijn de banken ook genoodzaakt strengere regels op te stellen, waardoor banken zich ook moeilijker kunnen manoeuvreren.

Een andere belangrijke oorzaak voor de slecht presterende woningmarkt zijn volgens hypotheekspecialist Jan Bantema (persoonlijk interview, 15 juni 2011) de doorstromers die 'vast' zitten. Door de waardedaling van de woningen en de vaak (te) hoge schuldenlasten is de schuld in veel gevallen hoger dan de woningwaarde, waardoor verkoop vrijwel niet plaatsvindt. Een belangrijke bijdrage aan de hoge schulden zijn ook de tweede hypotheekleningen die voor consumptieve uitgaven werden gebruikt. Verder is de starter ook nog vrij afwachtend. Hoewel de hypotheekrenteaftrek in de regeringsperiode van Kabinet Rutte naar grote waarschijnlijkheid gehandhaafd blijft, adviseert het Internationaal Monetair Fonds (IMF) om de renteaftrek af te schaffen (NRC, 2011). Deze stimuleringsmaatregel om het eigenwoningbezit te laten toenemen en het consumptief lenen te bevorderen in combinatie met de dalende woningprijzen, zal overkreditering in de hand werken. Het gevaar schuilt in het opslaan van vermogen in vastgoed dat in een stokkende woningmarkt weer moeilijk liquide gemaakt kan worden. Daarnaast zijn woningprijzen ook gestegen als gevolg van de renteaftrek, dus het afschaffen ervan zal bijdragen aan de leegloop van de zeepbel.

Al is de maatregel wat betreft hypotheekverstrekking van 110% van de aankoopwaarde volgens Bantema niet eens de meest ingrijpende. Hiervoor was namelijk de maatregel van 125% van de executiewaarde van toepassing. Op basis van een rekenvoorbeeld voor een woning met een aankoopwaarde van €200.000,- blijkt het maximaal te lenen bedrag €5.000,- te dalen, waarmee de kosten koper dan alsnog betaald kunnen worden. Echter de regels zorgen ervoor dat mensen een goedkopere woning moeten kopen dan dat ze zouden willen, of zelfs (gedwongen) moeten huren. Door de verlaging van de overdrachtsbelasting van 6% naar 2%, is de maximale hypotheek niet langer 110% maar 106%. Deze 106% bestaat uit 104% voor de woningwaarde en 2% overdrachtsbelasting.

Volgens Brounen (Vastgoedmarkt, 2011b) is het een gezonde houding dat banken bedachtzamer omgaan met hypotheekleningen. De gemiddelde hypotheeklast van de Nederlander is erg groot en banken kunnen er niet meer

blindelings vanuit gaan dat een woning binnen vijf jaar in waarde verdubbeld. Het is volgens hem een realistisch beleid om hogere eisen te stellen aan de inbreng van eigen kapitaal of de aflossing van de schuld.

Mogelijk tekort aan huurwoningen dreigt

Door de eerder genoemde stimuleringsmaatregelen van de overheid om het eigenwoningbezit te stimuleren, zijn er nu minder huurwoningen beschikbaar in de hogere prijsklassen. De corporaties richten zich tegenwoordig grotendeels op woningen onder de huursubsidiegrens. Dit heeft alles te maken met de maatregelen om het scheefwonen tegen te gaan. Hierdoor mogen verhuurders van sociale huurwoningen vanaf 2012 namelijk de huur met 5% boven de inflatie verhogen voor huurders met een inkomen van meer dan €43.000,- per jaar. Daarnaast moet 90% van de huurwoningen die vrij komen worden toegewezen aan huurders met een jaarinkomen van maximaal €33.614,- (Priemus, 2011). Volgens Priemus is dit een ondoordacht plan wat zorgt voor bureaucratisering binnen de volkshuisvesting en daardoor veel geld gaat kosten. Daarnaast kan het verscheidenheid op sociaal-maatschappelijk gebied negatief beïnvloeden.

De vrije sector huur daarentegen is niet erg groot (VEH, 2010), maar is voor sommigen misschien wel de enige oplossing. Hierbij valt te denken aan de woningzoekers die niet in aanmerking komen voor een hypotheek en bewoners van sociale huurwoningen met een inkomen van meer dan €43.000,- per jaar. Een andere manier die recent door TBV Wonen uit Tilburg werd gebruikt om het tekort aan geschikte huurwoningen te verhelpen is een internetveiling van sociale huurwoningen. Met succes boden mensen met een middeninkomen op verschillende huurwoningen waar van tevoren een minimumhuur voor was ingesteld. De mogelijke reden voor deze grote interesse is het beperkte aanbod van betaalbare huurwoningen voor deze groep en daarnaast wordt kopen steeds moeilijker.

Daarnaast zijn ouderen volgens Century 21 Benelux (2011) ook een doelgroep die steeds vaker hun huidige koopwoning willen inruilen voor een huurwoning vanwege onzekerheid over de pensioenen. Hierdoor willen ze hun financiële gespaarden dat in de stenen zit vrijmaken om daar van te kunnen genieten en stijgt de vraag naar huurwoningen. Op basis van deze informatie zou een doorstroming te verwachten zijn naar de vrije sector huur, maar deze sector lijkt nu nog te klein. Marktpartijen lijken deze vraag naar huurwoningen ook enigszins te signaleren. Zo gaf Syntrus Achmea recent aan haar portefeuille jaarlijks met 1.500 huurwoningen in het middensegment – huurprijs van €700,- tot €1.000,- per maand – uit te willen breiden (PropertyNL, 2011). Dit is het marktgedeelte dat de corporatiesector vanwege de regelgeving omtrent scheefwonen niet meer mag bedienen. Om meer investeringen los te maken zou volgens Priemus niet alleen de koopmarkt aangepakt moeten worden maar ook de huursector. Door een stapsgewijze verhoging van de huur richting een meer marktconforme huur, gepaard met een forse huursubsidie, zou de woningmarkt weer op gang moeten komen.

2.1.3 Woningmarkt = vragersmarkt

Zoals in de vorige paragraaf werd vermeld, was er in het verleden meer sprake van een aanbiedersmarkt als het ging om woningen. VROM ondernam in 2000 via de Nota Mensen Wensen Wonen de eerste pogingen om woningkopers directer te betrekken bij de bouw van hun woning en beter te luisteren naar de wensen (NVM, 2009). Maar de marktwerking van de Nederlandse woningmarkt is veranderd in een vragersmarkt. Er is steeds meer een trend te herkennen waarin de consument in het middelpunt staat, een verschuiving van aanbodgericht naar vraaggestuurd ontwikkelen. Had de consument de afgelopen 20 jaar nog keuze uit gemiddeld zeven beschikbare woningen, in 2011 zijn er voor iedere woningzoekende gemiddeld 25 woningen beschikbaar (Wegwijs.nl, 2011a), oftewel een ontspannen woningmarkt. De consument heeft meer zeggenschap gekregen door de afnemende vraag naar woningen die niet meer aansluit op het (over)aanbod.

Deze situatie lijkt enigszins op die uit 2005, waarin de Nota Wonen voorschreef dat een derde van de woningen gebouwd moest worden in particulier opdrachtgeverschap. Terpstra (2007) benoemt dit als een omkering van het bouwproces, waarbij de input van de consument veel verder naar voren wordt geschoven in het proces. Met het consumentgericht bouwen neemt de consument het heft in eigen hand en is hij niet meer enkel en

alleen afnemer. Zoals bij vele verschillende branches, zoals bijvoorbeeld de auto-industrie, wordt de consument in grote mate voorzien in zijn wensen. Maar met de woning als product gebeurt dit nog maar weinig. Volgens Terpstra moet de woningkoper centraal worden gesteld middels massa-individualisering, het leveren van maatwerk tegen een industriële prijs. Echter hiervoor zal de ontwikkelaar wel de nodige financiële kaders moeten stellen om dit ook mogelijk te maken.

Ook in gebieden waar de bevolkingsaantallen krimpen, wordt gewerkt aan oplossingen om de afnemende maar kritische vraag naar woningen zo goed mogelijk te faciliteren. Zo wijst Schoffelen (2011) op het succes van Parkstad Limburg, waarin acht gemeenten de economie een impuls willen geven door in te zetten op verschillende speerpunten. Hierbij wordt wat wonen betreft ingezet op herstructurering en het onttrekken van woningen aan de voorraad. Voor de vergrijzende bevolking moet de bestaande voorraad zo goed mogelijk aangepast worden op de behoeften van de ouderen en er worden voor deze doelgroep duurzame woonvormen ontwikkeld. Volgens Schoffelen moeten bouwers en corporaties beter naar de markt luisteren, ofwel een dialoog aangaan met de doelgroep. Er wordt hier dan ook vastgehouden aan het principe van conceptueel bouwen met vooraf gestelde financiële kaders en pijlers. In het bijzonder wordt er rekening gehouden met de eisen van de doelgroep, kwaliteitseisen en afmetingen van de woning en eisen wat betreft duurzaamheid. Ketenintegratie is hierbij van groot belang om een goede samenwerking tussen verschillende stakeholders in vastgoedontwikkelingsproces te garanderen. Ofwel de traditionele bouwkolom moet gekanteld worden.

Vastgoedontwikkelingsproces

Omdat vastgoedontwikkeling in een grote tijdspanne plaatsvindt en per ontwikkeling een uniek product wordt neergezet, zijn in het hele proces verschillende fasen te onderscheiden. Wilkinson en Reed (2008) hebben het traditionele vastgoedontwikkelingsproces opgedeeld in de volgende acht fasen (figuur 5):



Figuur 5: Vastgoedontwikkelingsproces volgens Wilkinson en Reed incl. externe beslisdocumenten (eigen bewerking)

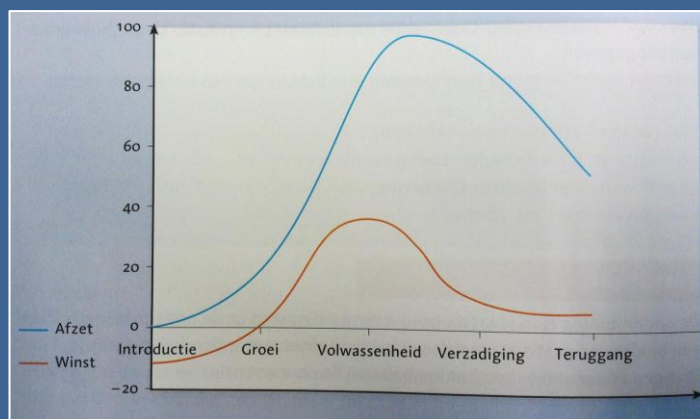
De ontwikkeling wordt geïnitieerd (1) als de grond geschikt is voor intensiever gebruik, of wanneer er vraag is naar een specifieke functie op een daarvoor geschikte locatie. Aan de hand van een marktonderzoek en een financiële raming wordt geëvalueerd (2) wat economisch gezien de levensvatbaarheid is van het project. Ofwel de te behalen winst en het risico dat daarbij gelopen wordt, wordt ingeschat om zo te kunnen beslissen om door te gaan met het project. Wanneer de ruwe versie van het plan klaar is, moeten er in de acquisitiefase (3) nog een aantal beslissingen worden gemaakt. De mogelijkheid om de grond te verkrijgen, moet onderzocht worden. Dit samen met een grondonderzoek en het verwerven van korte en lange termijn financiering (indien er geen eigen vermogen ingezet wordt), moet afgerond worden voordat met het ontwerp en de kostenraming (4) definitief kunnen worden gemaakt. Hoewel het ontwerpen een continu proces is, wordt er altijd geprobeerd dit voor het verkrijgen van de vergunningen (5) zoveel mogelijk te beperken. Vaak moet er nog regelmatig met de lokale autoriteiten onderhandeld worden om tot een planningovereenkomst te komen. Het eerste ontwerp wordt meestal nog verscheidene keren aangepast wat de nodige kosten met zich meebrengt. Voordat de verbintenissen (6) met de verschillende partijen aangegaan worden wat betreft de grond, financiering, arbeid, materialen en acquisities moet er naar tevredenheid zijn onderhandeld en moet er consensus zijn. Belangrijk hierbij, is dat voordat de grond aangekocht wordt, de kosten zo laag mogelijk worden gehouden. Als de toestemming er is en de plannen zijn definitief, kan de bouw (7) beginnen en na de oplevering van het object kan gekozen worden voor exploitatie of dispositie (8).

Als het in het vastgoedontwikkelingsproces woningbouw betreft, werd de consument in het verleden vaak pas in de realisatiefase (fase 7) betrokken in het proces, oftewel de consument had erg weinig inspraak. Eigenlijk zou in de initiatieffase de behoefte van de consument al gepeild moeten worden en vanaf dat moment ook in het gehele ontwikkelproces op de hoogte moeten houden en zeggenschap moeten geven. In de fasen voor de uitvoering is er namelijk ook nog veel flexibiliteit om aanpassingen in het ontwerp aan te brengen en invloed uit te kunnen oefenen op de ontwikkeling. Hierdoor komt het vraaggestuurd ontwikkelen dichterbij.

Productlevenscyclus

Met deze switch naar meer vraaggestuurd ontwikkelen zijn nieuwe concepten op de markt gekomen waar bijvoorbeeld de mate van inspraak voor de consument vergroot is of waar de zorgvraag wordt gefaciliteerd. Het zou kunnen zijn dat medioren en senioren nog niet gewend zijn aan dergelijke nieuwe concepten, naast de traditionele woningtypologieën. Wanneer deze faalfactor gekoppeld wordt aan het marketingbegrip productlevenscyclus en de woonconcepten als producten worden beschouwd, zitten dergelijke concepten dus nog in de introductieperiode (figuur 6). Kenmerkend voor deze fase is dat er nog weinig producten worden verkocht en dat er meestal nog geen winst wordt gemaakt. Er is intensieve marketing nodig om het product onder de aandacht te brengen. Wanneer het product verkocht, zal het in de groeifase en uiteindelijk in de teruggang terecht komen. Voor een mogelijke groei, moet het huisvestingsconcept wel geaccepteerd worden door de afnemers. De promotie zal gericht moeten worden op de zogenaamde 'early adopters', dus de medioren die graag in een nieuw woningtype willen wonen, voordat de grote massa in dit type woning woont.

De term **productlevenscyclus** werd voor het eerst gebruikt door Theodore Levitt in 1965, maar werd later door verschillende auteurs verder uitgewerkt. Marijn Mulders (2007) beschrijft de eerder uitgewerkte visie van Peter Leeflang. Onderstaand model geeft de winst en de afzet in de tijd weer waarbij de verschillende fasen zijn onderscheiden.



Figuur 6: Productlevenscyclus (Mulders, 2007)

2.1.4 Toekomstvisie Nederlandse woningmarkt

Na de verkenning van de effecten op de Nederlandse woningmarkt als gevolg van de huidige financiële crisis, wordt in deze paragraaf een beeld geschetst van de toekomstverwachtingen. Tevens wordt gekeken welke (demografische) ontwikkelingen gaande zijn in Nederland en wat hiervan de gevolgen zijn voor de Nederlandse woningmarkt.

Stock Flow Model

Op basis van het Stock Flow Model van DiPasquale en Wheaton (1994) is een langdurige prijsdaling van woningen te voorspellen. De gebruikskosten van een koopwoning - welke afhankelijk zijn van de rentekosten voor vreemd vermogen, belastingen, verwachte prijsverandering en het risico - stijgen voor huidige woningeigenaren op zowel korte als lange termijn door de aangekondigde maatregelen wat betreft de hypotheekverstrekking. Dit komt omdat het belastingvoordeel afneemt, omdat er vanaf 1 augustus 2011 bij nieuwe hypotheekleningen minimaal 50% afgelost dient te worden. Daarnaast dalen de huizenprijzen in eerste instantie. Voor nieuwe eigenaren is het effect wat betreft de gebruikskosten nog onduidelijk. Ze krijgen weliswaar te maken met het afnemende belastingvoordeel, maar omdat de woning nu voor een lagere prijs gekocht kan worden, is de kans op prijsstijging in de toekomst waarschijnlijk. Het moment van instroom is hierin dus de doorslaggevende factor wanneer gekeken wordt naar de verwachte waardeinstijging.

Volgens de theorie van het Stock Flow Model - die overigens gekoppeld is aan het Vierkwadrantenmodel, tevens van DiPasquale en Wheaton - is de vraag naar woningen (D_t) afhankelijk van het aantal huishoudens in een gebied (H_t), de gebruikskosten (U_t) en nader te formuleren exogene variabelen (α):

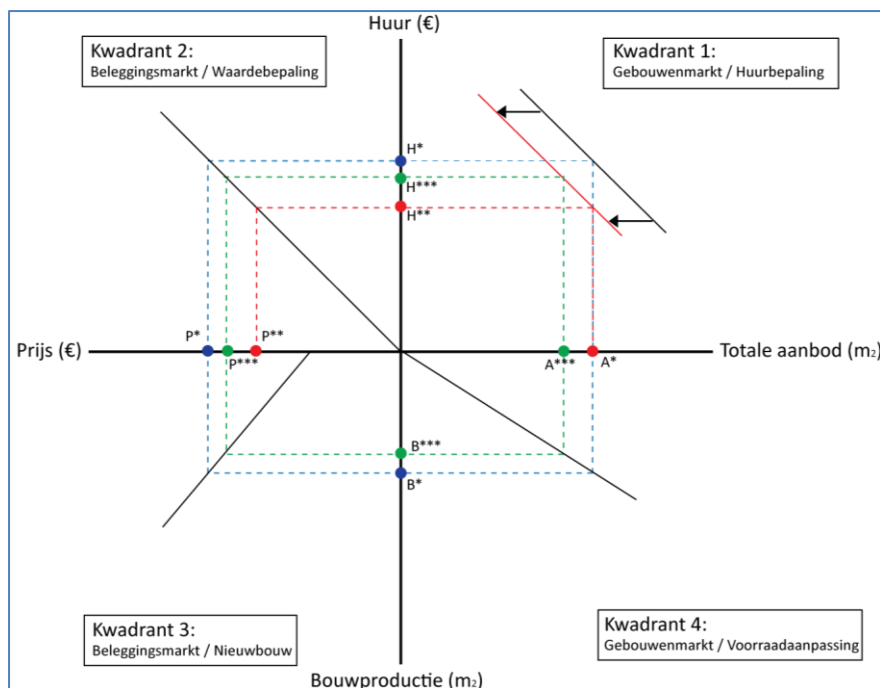
$$D_t = H_t(\alpha_0 - \alpha_1 U_t)$$

Als aangenomen wordt dat het aantal huishoudens niet drastisch toeneemt, zal de vraag naar woningen bij een stijging van de gebruikskosten (U_t) dus dalen. Hierdoor dalen de woningprijzen, wat nu de laatste twee jaar al te merken is. Zelfs wanneer er helemaal geen nieuwbouw meer zou zijn, kan het aanbod niet op korte termijn krimpen. Een nieuw evenwicht tussen vraag en aanbod zal gevonden moeten worden via de woningprijs. Dus een langdurige prijsdaling is te verwachten, waardoor wonen steeds duurder wordt.

Vierkwadrantenmodel

Het Stock Flow Model is een rekenkundige benadering van het onroerend goed systeem. Aangezien de theorie in dit onderzoek enkel dient als gereedschap om een inschatting te maken van de prijsontwikkelingen op de woningmarkt, is het effect van de dalende woningvraag ook visueel uitgewerkt via het vierkwadrantenmodel. De rechterhelft in dit model is gericht op de vraag naar en het aanbod van vastgoed en heeft voornamelijk betrekking op de gebouwenmarkt. De linkerhelft heeft betrekking op de (vastgoed)beleggingsmarkt, omdat hierin de waarde van vastgoed kan worden bepaald en de keuze voor nieuwbouw plaatsvindt (Van der Vlist, 2009). De kwadranten boven de x-as hebben betrekking op de korte termijn dynamiek en de onderste helft op de lange termijn. Zo zijn de markteffecten aan de financiële ontwikkelingen gekoppeld en bestaat er een samenhang. De relaties tussen de verschillende onderdelen leveren de volgende kwadranten op:

- Kwadrant 1** : vraag naar onroerend goed, of vraagcurve (dit is een dalende lijn, omdat naarmate de huurprijs stijgt, de vraag naar het aantal vierkante meters daalt).
- Kwadrant 2** : kapitalisatievoet is de relatie tussen de huur en de prijs van vastgoed (op basis van de huurprijs en het geëiste rendement bepaalt de eigenaar-belegger de prijs van vastgoed).
- Kwadrant 3** : bouwproductie als functie van het prijspeil op de onroerendgoedmarkt (bouwproductie neemt toe naarmate de prijzen stijgen, deze begint niet in de oorsprong omdat er een minimaal prijsniveau moet zijn om de bouwkosten te kunnen dekken).
- Kwadrant 4** : koppeling van het totale aanbod van vierkante meters als functie van bouw en sloop, ook wel vervangingsratio (des te groter de bouwproductie, hoe groter het aanbod).



Figuur 7: Eigen bewerking vierkwadrantenmodel van DiPasquale en Wheaton (1992)

In de bewerking van het vierkwadrantenmodel (zie figuur 7) worden de consequenties van de daling in de vraag naar woningen inzichtelijk als gevolg van de veranderende economische situatie in negatieve zin. De vraagcurve verschuift hierdoor naar links. Omdat het aanbod van woningen niet op korte termijn kan reageren op de dalende vraag, betekent dit dat huurprijzen dalen en hiermee ook de woningprijzen. Dit is aangegeven met de rode stippellijn. Op lange termijn kan de daling van de bouwproductie zorgen voor een nieuw

evenwicht, waardoor de (huur)prijzen van woningen op lange termijn uiteindelijk weer kunnen stijgen. Dit nieuwe evenwicht is aangegeven met de groene stippellijn. De malaise op de woningmarkt, waardoor de vraag naar woningen afneemt, gaat dus gepaard met dalende (huur)prijzen en een daling van het aanbod op lange termijn.

Woningbouwprognose tot 2020 vs overdrachtsbelasting

Volgens het ministerie van VROM (2010a) stijgt het aantal huishoudens tussen 2010 en 2020 met ruim een half miljoen. Dus zo'n 50.000 meer huishoudens per jaar, terwijl dit in de jaren negentig nog ongeveer 70.000 huishoudens waren. Dit betekent dat als er rekening wordt gehouden met onttrekkingen uit de huidige woningvoorraad, er per jaar zo'n 76.000 woningen bij gebouwd moeten worden. Deze toename komt vooral door de stijging van het aantal eenpersoonshuishoudens. Het Rijk streefde in 2009 nog naar een jaarlijkse woningbouwproductie van 80.000 woningen per jaar (VROM-raad, 2009), maar in 2010 werden dit er 56.000. Er worden dus minder woningen aan de voorraad toegevoegd dan volgens de prognoses zou moeten. De woningmarkt zit nog duidelijk op slot, waardoor weinig woningbezitters in staat zijn hun huidige woning te vervuilen voor een nieuwbouwwoning. Dit blijkt ook uit de cijfers over de ontwerp opdrachten bij architecten. Herstel binnen de bouwsector zal hier namelijk het eerst in harde cijfers waarneembaar moeten zijn, omdat groei of daling van nieuwbouw hier het eerst te signaleren is. In 2010 zijn er minder bouwvergunningen afgegeven, wat ook duidt op een te verwachten daling van de bouwproductie in 2011. Ten opzichte van 2009 is het aantal opdrachten voor architecten echter wel toegenomen met 4,6%, (CBS, 2011) maar hierbij moet rekening gehouden worden dat het niveau in 2009 op een dieptepunt was.

De overheid probeert middels tijdelijke verlaging van de overdrachtsbelasting van 6% naar 2% het vertrouwen van de consument in de markt voor koopwoningen te vergroten. Hierdoor zou een verhuisstroom op gang moeten komen, omdat bestaande woningen aantrekkelijker worden waardoor de doorstroom op de woningmarkt wel degelijk verbetert. Echter om aan de geprognosticeerde woninguitbreiding van 76.000 woningen te komen en hiermee een impuls te geven aan de Nederlandse vastgoedmarkt, zal deze maatregel een matige bijdrage leveren. Omdat de overdrachtsbelasting alleen over bestaande woningen wordt geheven en de BTW bij aankoop van nieuwe woningen gelijk blijft, wordt het dus interessanter om een bestaande woning te kopen. Daarnaast zullen woningbezitters die een nieuwbouwwoning willen kopen, hun huidige woning vanwege het laatcyclische karakter van de vastgoedmarkt, pas na een jaar op de markt brengen. De

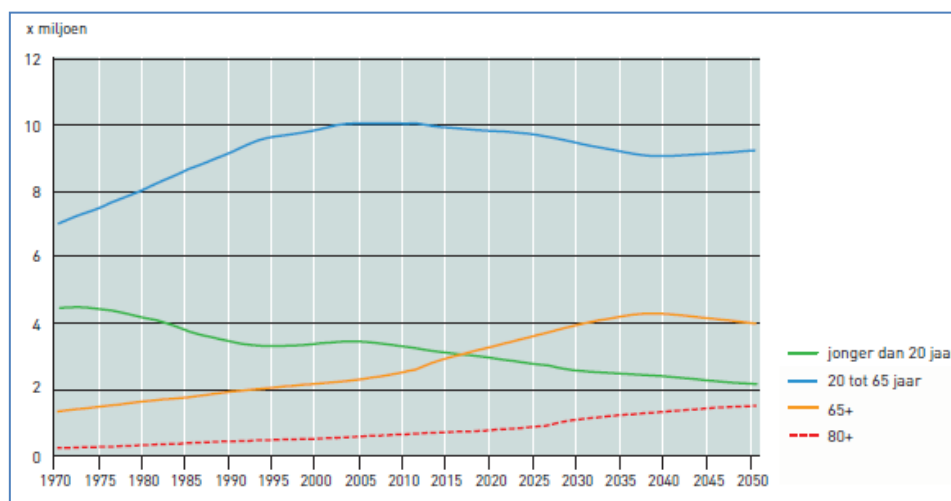
bouw van de woning reageert immers vertraagd op de woningvraag. Tegen die tijd is de maatregel niet meer van toepassing en zal het voor deze groep alsnog lastig worden hun huidige woning te verkopen.

Met deze recente ontwikkelingen in gedachten, verwacht ING Economisch Bureau (Van Sante, 2011) dat er in 2011 60.000 nieuwbouwwoningen bijgebouwd worden en in 2012 62.000. De NEPROM (2011) meldt echter dat de eerste effecten van de verlaging pas over een halfjaar te merken zijn, maar dat de nieuwbouw toch eerder al kan profiteren van een omslag in het sentiment. Volgens de eerste signalen van de NVM was er een lichte opleving in het aantal woningverkoppen in het derde kwartaal van 2011 (Vastgoedmarkt, 2011c). Deze trend zet echter in de daaropvolgende maanden niet door wat volgens de NVM hoofdzakelijk te wijten is aan de daling van het consumentenvertrouwen in augustus.

Cijfers zorg en vergrijzing

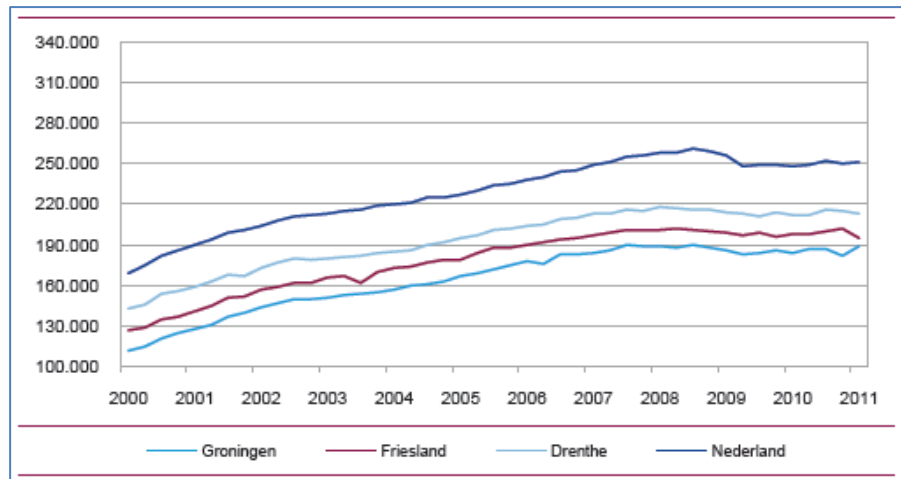
Door de vergrijzing die de komende jaren versneld zal plaatsvinden als gevolg van de geboortegolf (babyboomers), zal de behoefte aan andere woonvormen en de zorgvraag toenemen. Hierdoor zal de woningmarkt verder gedifferentieerd moeten worden. Gebeurtenissen die hieraan kunnen bijdragen zijn de kinderen die het ouderlijk huis verlaten, pensionering, opa/oma worden en afnemende gezondheid. Hierbij is nieuwbouw een oplossing, maar ook aanpassing van de huidige woning zal in sommige gevallen tot goede uitkomsten kunnen leiden om aan de groeiende vraag naar passende huisvesting te voldoen. Niet alleen zal het aanbod meer variërend moeten worden, maar ook kwantitatief zal het aanbod toe moeten nemen. Zo groeit het aantal eenpersoonshuishoudens nog steeds gestaag, wat zorgt voor meer vraag naar woonruimte. Door in een vroeg stadium in te spelen op deze te verwachten behoefte aan passende huisvesting van medioren, kan een kwalitatieve 'mismatch' uitblijven en zullen prijzen ook niet enorm stijgen wanneer de vraag op lange termijn groter wordt dan het aanbod. Om deze vraag zo goed mogelijk te faciliteren, is het in kaart brengen van deze te verwachten vraag essentieel.

De groep die in omvang het meest afneemt zijn de gezinnen, met name tussen 30 en 65 jaar oud en met een hoog inkomen. Deze groep neemt met 100.000 huishoudens af van 1,5 naar 1,4 miljoen in 2020 (VROM, 2010). De eerste babyboomers zijn reeds de 65 gepasseerd en de versnelling in de toename van het aantal ouderen begint nu (zie figuur 8). De vergrijzing wordt verder versterkt door de hogere levensverwachting en het afnemende geboortecijfer, waardoor de vraag naar huisvesting voor medioren en senioren zal stijgen. In 2030 zal al meer dan 23% van de Nederlandse bevolking vallen onder de 65-plussers, wat ongeveer 10% meer is dan nu (Habion, 2007). Ruim 35% van de totale bevolking zal behoren tot de 55-plussers. Al in 2019 zullen de jongeren jonger dan 20 jaar in de minderheid zijn.



Figuur 8: Bevolkingssamenstelling naar leeftijd, 1970-2050 (Garssen en Van Duin, 2007)

Hoewel starters het door de aangescherpte regels betreffende hypotheekverstrekking moeilijker hebben gekregen, lijken de medioren en senioren hun kans te grijpen om een woning in crisistijd te kopen voor een mooie prijs. Starters kochten in 2011 28% minder woningen dan in de jaren 2009 en 2010, terwijl het aantal woningverkoppen in de groep tussen 45 en 55



Figuur 9: Gemiddelde woningprijs per provincie (Calcasa, 2011)

jaar in dezelfde tijd met 21% toenam. Voor woningkopers tussen de 55 en 65 jaar nam het aantal verkopen toe met 49% en voor 65-plussers was dit zelfs 41% (Wegwijs.nl, 2011b). Daarnaast is de afzet in het duurdere segment woningen voor ontwikkelaars in het eerste halfjaar van 2011 toegenomen (NEPROM, 2011). De gemiddelde prijs van *nieuwbouwwoningen* is hierdoor met €4.000,-- toegenomen naar €285.000,-- per woning. Dit ligt zo'n €35.000,-- boven de gemiddelde waarde van bestaande woningen en voor de drie noordelijke provincies is dit gat zelfs nog groter (zie figuur 9).

2.2 Doelgroep: 'Medioren'

Om een beter beeld te vormen van de doelgroep waar dit onderzoek op is gericht, worden de medioren eerst concreter gedefinieerd. Daarna worden de woonwensen en woonvoorkeuren van medioren in Noord-Nederland aan de hand van WoON2009 omschreven.

2.2.1 Definitie medioren (babyboomers)

Omdat er verschillende definities zijn voor babyboomers, zoals 'mensen die net na de Tweede Wereldoorlog zijn geboren' of 'mensen die tussen 1945 en eind jaren zestig zijn geboren', is gekozen voor de theorie van de Henk Becker. Hij typeerde in 1992 vijf generaties op basis van objectieve gegevens zoals de historische en sociaal-economische omstandigheden. Hierbij werd verondersteld dat mensen die onder dezelfde historische condities opgroeien, gemeenschappelijke eigenschappen hebben en zich daarom onderscheiden van andere generaties. De vroege babyboomgeneratie (of protestgeneratie) is geboren in de periode 1946 – 1954. De late babyboomgeneratie (of verloren generatie) is geboren tussen 1955 en 1970. De periode vanaf 1970, toen het aantal geboorten afnam, wordt de babydust genoemd. Om ervoor te zorgen dat tijdens het onderzoek voldoende respondenten gevonden worden, is gekozen om zowel de late als de vroege babyboomers aan te wijzen als doelgroep. Dus grofweg de mensen die nu tussen de 45 en de 65 jaar oud zijn: medioren.

Daarnaast is dit een generatie die beter is opgeleid, vaak meer te besteden heeft, op een andere manier in het leven staan en mobieler zijn. De toekomstige senioren, de *welvarende* medioren van nu, zijn voor commerciële partijen – waaronder ontwikkelaars – dus een interessante doelgroep en er is dus een lucratieve markt wat betreft wonen. Dit zijn namelijk de mensen die mogelijk in het duurdere segment willen kopen of huren. Tevens laten de verkoopcijfers van het afgelopen halfjaar ook zien dat de afzet in het duurdere segment nieuwbouwkoopwoningen ook het meest zijn toegenomen. Daarbij moet rekening gehouden worden met de kritische houding en de mentaliteit van medioren die volgens Habion (2007) als volgt te omschrijven is:

geëmancipeerd - gericht op zelfbeschikking - gericht op transparantie - internationale blik - openstaan voor andere culturen en leefwijzen - betrokken individualistisch

2.2.2 Mediores en woningmarkt Noord-Nederland (WoON2009)

WoON2009 is een onderzoek onder ruim 78.000 inwoners van Nederland, waarin diverse woon- en verhuiscriteria worden onderzocht. Hoewel het onderzoek al ruim twee jaar oud is, is dit wel een onderzoek van dusdanige omvang, afgenomen in crisistijd, waardoor het nu nog steeds een wetenswaardige inkijk geeft in het verhuisgedrag van de Nederlander. Dit wordt versterkt doordat mensen volgens VROM (2010b) niet direct hun woonvoorkeuren en verhuiscriteria aanpassen wanneer er een crisisperiode aantreedt. De plannen om te verhuizen worden echter wel uitgesteld waardoor de vraag op korte termijn daalt. Uiteraard dient er wel rekening mee gehouden te worden dat er in de afgelopen twee jaar verschillende veranderingen hebben plaatsgevonden, waardoor een nieuw woononderzoek mogelijk andere uitkomsten kan geven. Vrij recent was dit bijvoorbeeld de verlaging van de overdrachtsbelasting.

Om in dit stadium van het onderzoek een beeld te vormen van de woonvoorkeuren en verhuiscriteria van welvarende mediores in Noord-Nederland, is gekozen om WoON2009 te gebruiken als vooronderzoek. Hierdoor ontstaat ook meer feeling met de doelgroep. Deze resultaten geven een eerste indruk op basis van bestaande data, die in een later stadium van dit onderzoek vergeleken worden met het eigen veldonderzoek (casestudie Midden-Drenthe). Zo zijn de verschillen en overeenkomsten te ontdekken en kan de betrouwbaarheid van het eigen onderzoek worden vergroot wanneer er veel overeenkomsten zijn.

Aan de hand van de dataset van WoON2009 is eerst Noord-Nederland geselecteerd waardoor er 4.732 respondenten overbleven. Van deze selectie vallen er 1.652 (35%) binnen de leeftijdscategorie 45-65 jaar. Omdat mediores die iets meer te besteden hebben een interessante doelgroep is voor ontwikkelaars, is hier verder op geselecteerd. Wanneer alleen de respondenten met een inkomen van 1,5 keer het modaal inkomen of hoger worden gekozen, blijven er 807 respondenten over. Van deze 807 respondenten is 12% geneigd te verhuizen binnen twee jaar en de helft daarvan heeft zelfs serieuze pogingen gedaan een andere woning te vinden. Hierover kunnen dus interessante uitspraken worden gedaan wat betreft hun woonwensen aan de hand van een grondige analyse van de beschikbare data.

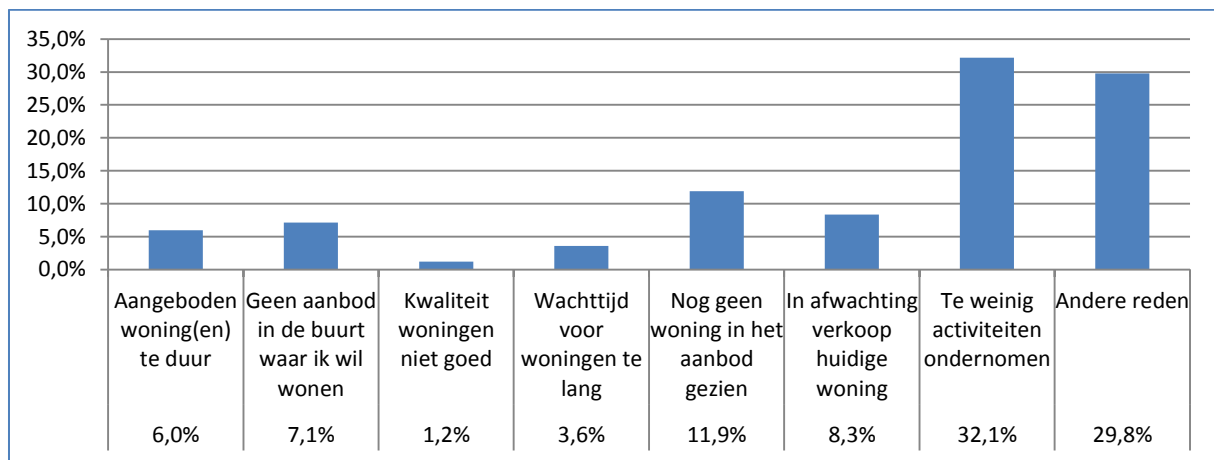
Verhuiscriteria

Van de 12% ondervraagde welvarende mediores in Noord-Nederland die verhuiscriteria zijn binnen twee jaar, geeft maar 20% aan dat de nieuwe woning een nieuwbouwwoning moet zijn. Verder waren er in 2008 zo'n 475.000 inwoners in Noord-Nederland tussen de 45 en 65 jaar (Gardenier et al, 2008) en verdient ongeveer de helft van de mediores een bovenmodaal inkomen op basis van WoON2009. Wanneer aan de hand van deze gegevens de vraag van welvarende mediores in Noord-Nederland naar nieuwbouwwoningen wordt geëxtrapoleerd, kan bepaald worden dat er de komende twee jaar behoefte is aan een voorraaduitbreiding van ongeveer 5.700 nieuwbouwwoningen. Dit aantal zou reëel zijn wanneer rekening was gehouden met bevolkingskrimp, huishoudensstijging en het percentage dat ook daadwerkelijk verhuist. Het is namelijk bekend dat het daadwerkelijke aantal verhuizingen in de praktijk lager ligt dan het aantal mensen dat aangeeft verhuiscriteria te zijn. Dit kan komen door veranderingen in de persoonlijke situatie, of doordat simpelweg de gewenste woning niet gevonden wordt. Daarnaast moet er ook rekening mee gehouden worden dat de mensen die aangaven niet verhuiscriteria te zijn – door bijvoorbeeld acute verandering in de gezondheidssituatie – toch genoodzaakt zijn te verhuizen.

Verhuisredenen

Wanneer de keuze gemaakt is om te verhuizen, heeft de verhuisredenen meestal betrekking op de woning zelf of de woonomgeving. Dichter bij de familie wonen, werk en de behoefte aan zorg zijn maar in weinig gevallen de hoofdredenen om te verhuizen. Daarnaast zijn bijna alle ondervraagden tevreden over hun huidige woning, dus een nieuwe of een andere woning moet wel degelijk van grote meerwaarde zijn om tot verhuizing over te gaan. Het opplussen van de huidige woning is namelijk ook een oplossing. 38% geeft aan een andere reden te hebben voor een mogelijke verhuizing. Dit is een interessant gemis in WoON2009 wat in de casestudie nader onderzocht kan worden. De belangrijkste reden waarom een woning niet wordt gevonden (zie figuur 10) is volgens een derde van de respondenten die op zoek zijn naar een woning dat zij zelf niet genoeg activiteiten

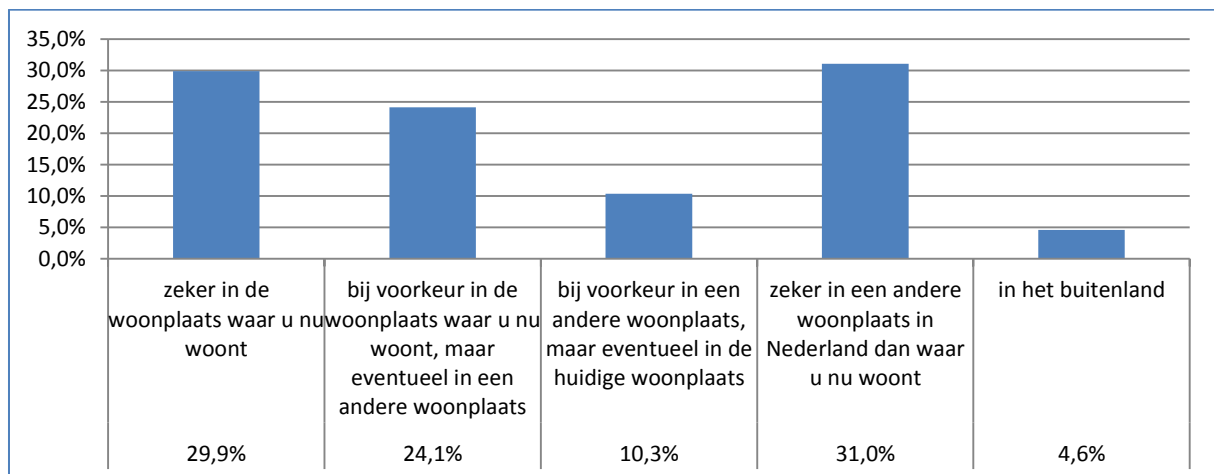
hebben ondernomen. Men denkt er dus wel over na, maar zal misschien toch meer geprikkeld moeten worden om daadwerkelijk in actie te komen. Een goed doordachte creatieve marketingstrategie kan hierin een belangrijke bijdrage leveren.



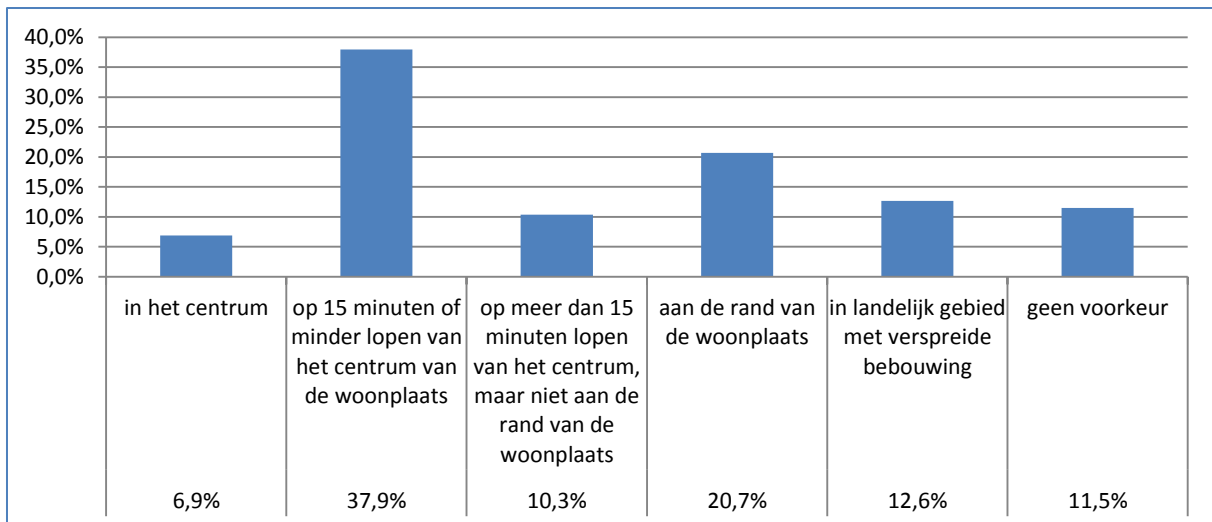
Figuur 10: Belangrijkste reden waarom de gewenste woning niet wordt gevonden (eigen bewerking)

Locatie

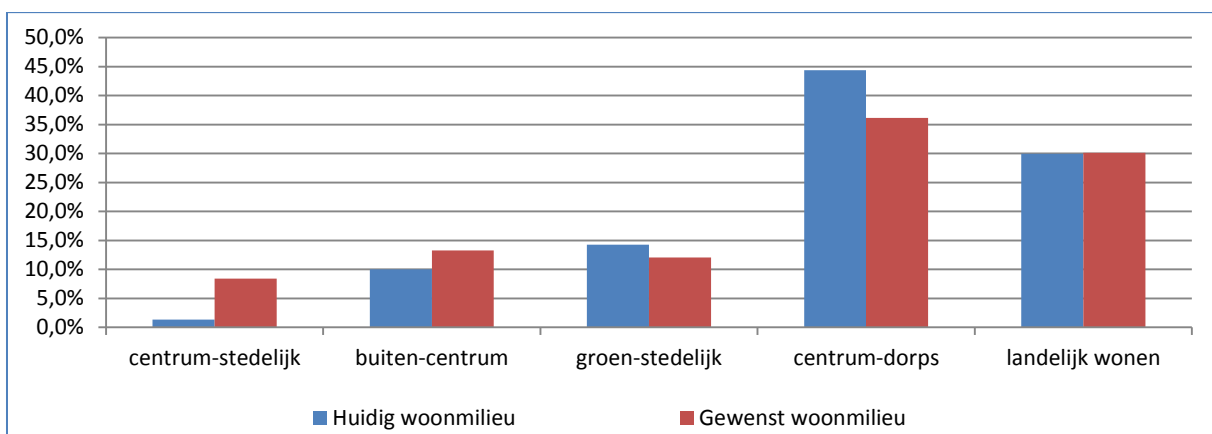
73% van de medioren geeft aan gehecht te zijn aan de huidige woonomgeving waardoor interregionale verhuisbewegingen niet gelijk te verwachten zijn. Wat de doelgroepbenadering betreft is het dus verstandig om te zoeken naar potentiële geïnteresseerden in de regio waar ook ontwikkeld gaat worden. Wanneer echter specifiek naar de woonplaats wordt gevraagd (zie figuur 11), blijkt dat de woningzoekende niet zozeer gebonden is aan de huidige woonplaats. Een dorp tot 20.000 inwoners is door de helft van de verhuigeneigde medioren het meest geliefd, dit is in de vorm van een kleine uitbreiding aan de rand van een woonplaats. 17% woont het liefst in een grote stad (+100.000 inwoners). Wanneer het huidige en het gewenste woonmilieu met elkaar vergeleken worden, valt het op dat er een trek is van een centrum-dorps woonmilieu naar een centrum-stedelijk woonmilieu (zie figuur 13). De ligging weegt zwaar in de uiteindelijke woningkeuze. In de nabijheid van het centrum of aan de rand van een woonplaats worden als meest voornaamste opties gekozen, maar de dagelijkse boodschappen moeten ongeveer binnen 5 kilometer te doen zijn (zie figuur 12).



Figuur 11: Gewenste woning in huidige of andere plaats (eigen bewerking)



Figuur 12: Ligging gewenste woning (eigen bewerking)



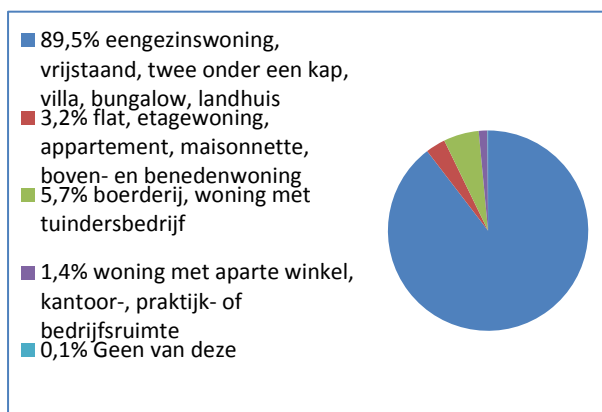
Figuur 13: Woonmilieu (eigen bewerking)

Woningtype

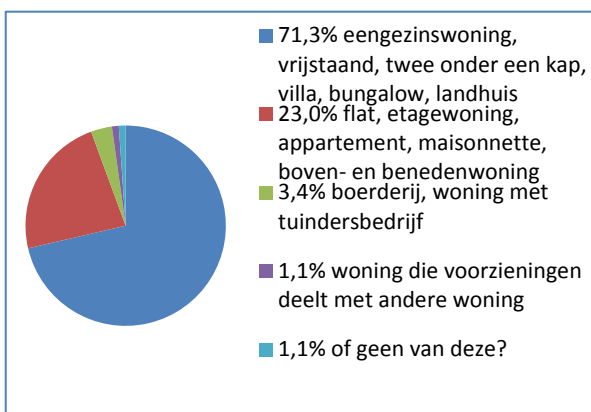
Wanneer gekeken wordt naar de gewenste woning en de huidige woning, valt het op dat er een sterke toename is in het segment ‘flat, etagewoning, appartement, maisonnette, boven- en benedenwoning’ (zie figuren 14 en 15). Hiervan hebben vrijwel de meeste welvarende medioren nu een grondgebonden woning (waaronder ook tussenwoningen). Maar toch blijft deze laatste categorie ook als gewenst woningtype nog steeds het grootst onder medioren in Noord-Nederland. De vrijstaande woning en de twee onder één kap woning zijn het meest populair wanneer het gaat om gewenste grondgebonden woningen. Dit kan goed te maken hebben met het feit dat maar 15,5% aangeeft dat de gewenste woning bestemd moet zijn voor ouderen. Ook geeft maar 6% aan te verhuizen vanwege gezondheidsproblemen of behoefte aan zorg. Het lijkt er dus op dat welvarende woningzoekenden in de leeftijdscategorie 45-65 jaar nog niet op zoek is naar een ouderenwoning en dus zal een stempel als ouderenwoning op een vastgoedconcept niet erg succesvol zijn. Wat wel interessant is om te achterhalen, is in hoeverre deze doelgroep de mogelijkheden voor verzorging meewegen in de keuze van een nieuwe woning.

Overwaarde

De hypothese die in het begin van dit rapport werd genoemd dat deze doelgroep een fikse overwaarde heeft in hun woning en hierdoor veel gespaard heeft, wordt in WoON2009 ook bevestigd. Het gemiddelde aankoopbedrag voor koopwoningen is namelijk €164.723,-- terwijl de gemiddelde verkoopwaarde van huidige woningen €335.226,-- bedraagt. Dus meer dan een verdubbeling ten opzichte van de oorspronkelijke waarde.



Figuur 14: Huidige woning (eigen bewerking)



Figuur 15: Gewenste woning (eigen bewerking)

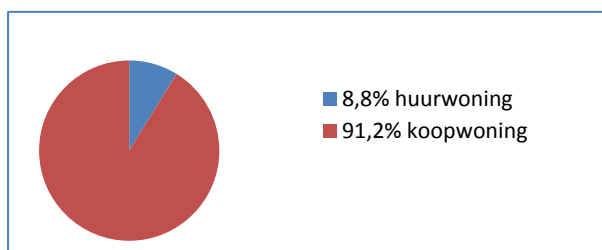
Kenmerken nieuwe woning

De mediaan van het aantal gewenste kamers waarover de nieuwe woning moet beschikken komt uit op 4 (dit is nu 5) met in totaal een gemiddeld woonoppervlak van 168 m² (dit is nu ook 168 m²). De ondervraagde medior wil dus niet groter of kleiner wonen, maar heeft wel liever minder maar grotere kamers. Dit is mogelijk te verklaren doordat kinderen het ouderlijk huis hebben verlaten.

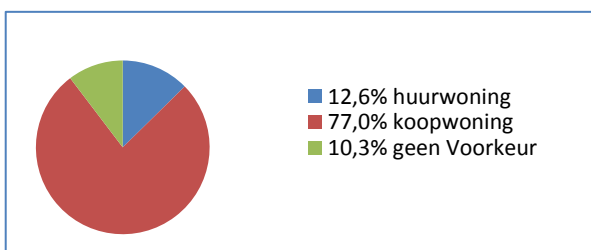
Van de 2-3% van de respondenten die de vraag beantwoord hebben of de nieuwe woning moet beschikken over een tuin, prefereert driekwart een woning zonder tuin. Wat hierin niet is meegenomen, is de vraag of men wel een tuin wil wanneer het onderhoud ervan wordt uitbesteed. Hoewel de welvarende medior nog niet echt de stempel van ouderenwoning op een huisvestingsconcept wil zien staan, prefereert ruim 40% een gelijkvloerse woning die bereikbaar is zonder trappen. Daarnaast geeft 30% aan nu al verzorgd of met diensten te wonen. Voor het veldonderzoek is het dus van toegevoegde waarde om de vraag voor te leggen in hoeverre de woning aangeboden moet worden met bepaalde (huishoudelijke) services. Of in hoeverre de woning *in de toekomst* aangepast moet kunnen worden om het leven te vergemakkelijken, omdat men er wel over nadent, maar nu nog niet bestempeld wil worden als hulpbehoevende.

Huren of kopen?

Hoewel in België een trend wordt gesignaleerd dat medioren hun koopwoning willen inruilen voor een huurwoning, lijkt deze trend in 2009 in Nederland maar in beperkte mate aanwezig. Dit blijkt uit de onderstaande diagrammen 16 en 17, waarin ruim 12% aangeeft een woning te zoeken in de huursfeer. Dit is overigens wel een toename als dit vergeleken wordt met de huidige woonvorm. Van de geïnteresseerden in een koopwoning, geeft 80% aan deze deels te financieren met eigen vermogen. Hierbij ligt de gemiddelde gewenste koopprijs op €339.452,--. Wanneer over vijf jaar de hypotheekrenteafrek zou verdwijnen, zal de helft niet meer hetzelfde bedrag spenderen aan een koopwoning. Onduidelijkheid hierover vanuit de overheid heeft dus een groot effect op het koopgedrag van welvarende medioren en hiermee ook de doorstroming op de woningmarkt.



Figuur 16: Huren of kopen? [huidig] (eigen bewerking)

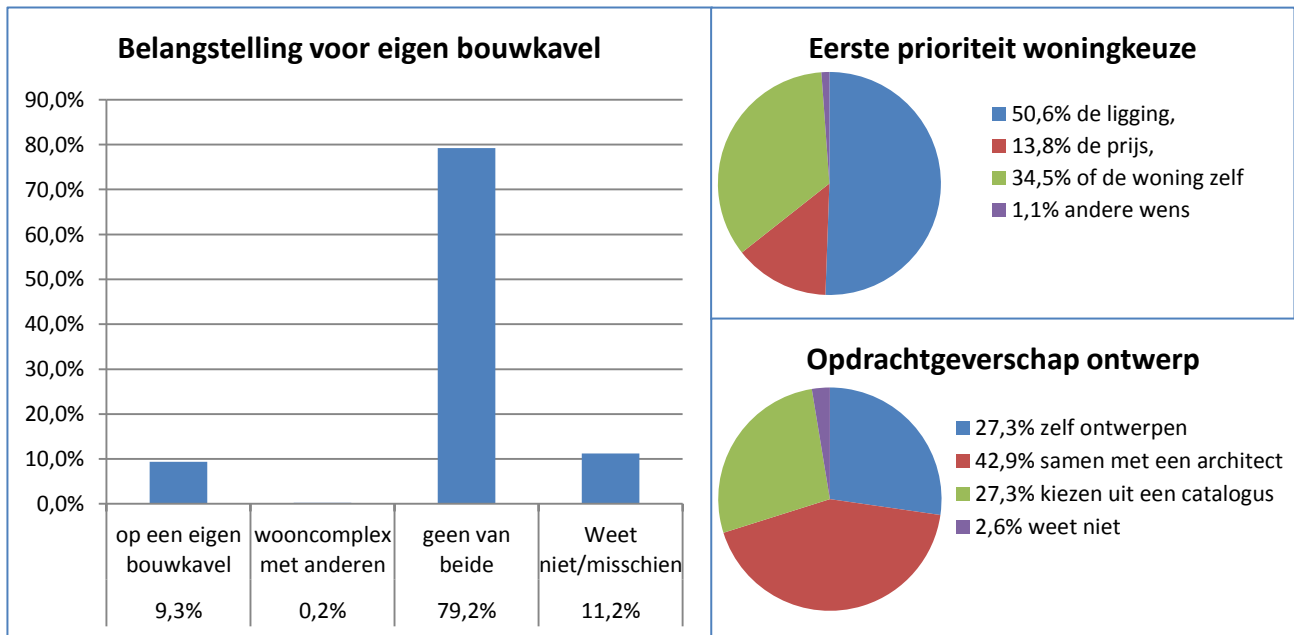


Figuur 17: Huren of kopen? [gewenst] (eigen bewerking)

Als gekeken wordt naar de 12% die geïnteresseerd is in een huurwoning, bedraagt de gemiddelde huurprijs €636,-- per maand waarvoor in de meeste gevallen geen huurtoeslag wordt aangevraagd. 20% van de huurwoningzoekenden geeft overigens aan €800,-- of meer per maand aan huur te willen besteden.

Opdrachtgeverschap

Er is weinig interesse voor woningen in een wooncomplex en bouwen op een eigen kavel. Dit blijkt uit de onderstaande grafiek over de belangstelling voor een eigen bouwkvavel (zie figuur 18). Daarom is de vorm van opdrachtgeverschap ook een nuttige variabele die hierover meer duidelijkheid kan geven. Van de 9,3% die wel geïnteresseerd is in een eigen bouwkvavel, geeft het merendeel aan het niet erg te vinden dat de bouw hierdoor mogelijk een jaar langer duurt. Voorwaarde is wel dat de koper zelf inspraak heeft in het ontwerp, maar slechts een kwart wil ook daadwerkelijk zelf het gehele ontwerp voor zich nemen. Architecten zullen dus met de woonconsument om tafel moeten, of de ontwikkelaar komt met een serie ontwerpen waaruit gekozen kan worden. Hierbij zal de ligging en daaropvolgend de woning zelf de meeste prioriteit hebben als een keuze moet worden gemaakt voor de woning.



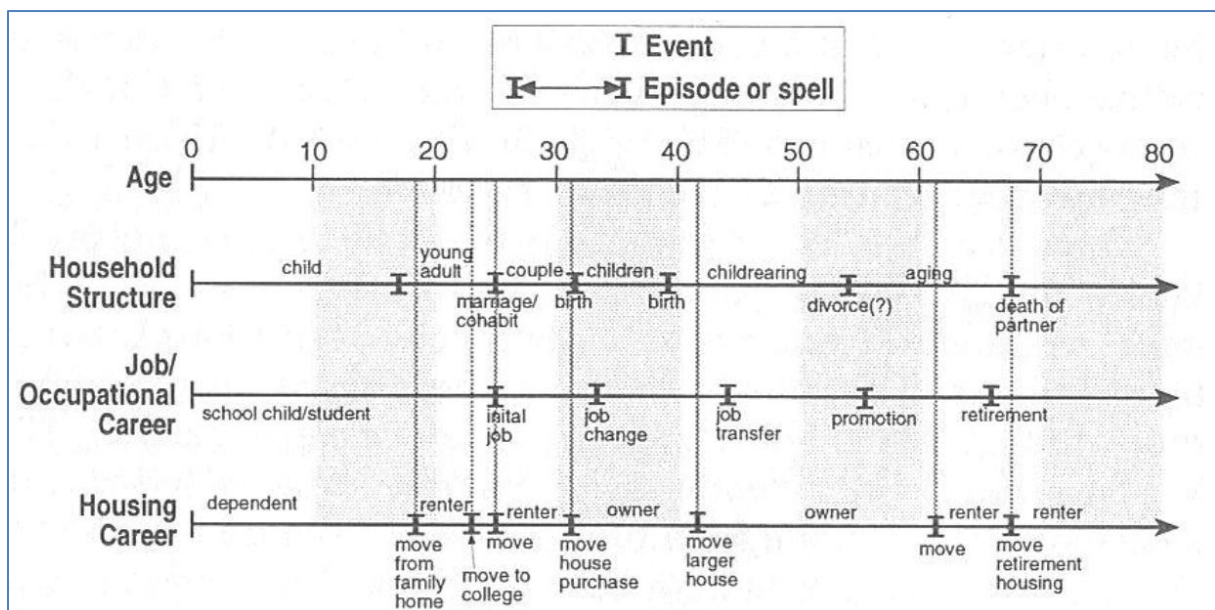
Figuur 18: Opdrachtgeverschap (eigen bewerking)

2.2.3 Ruimtelijke inert gedrag

Hoewel in dit onderzoek de onbenutte kansen worden onderzocht voor de ontwikkelaar en daarmee de succesfactoren van nieuwe en bestaande vastgoedconcepten duidelijk worden, is het ook raadzaam om rekening te houden met de (beperkte) verhuiscapaciteit van medioren. Er wordt regelmatig van uitgegaan dat de keuze voor een nieuwe woning al gemaakt is. Echter de marktpartijen, zoals ontwikkelaars en corporaties, dienen ook zeker rekening te houden met minder verplaatsingsgedrag (inert gedrag) van medioren. Willen zij überhaupt wel verhuizen of blijven zij liever in hun huidige woning in hun vertrouwde omgeving? Op basis van de gegevens uit WoON2009 bleek dat van de 807 respondenten uit Noord-Nederland tussen de 45 en 65 jaar en met een bovenmodaal inkomen, maar 12% (97 respondenten) aangaf binnen twee jaar te willen verhuizen. Een opmerkelijk detail hierin is dat bijna alle 97 respondenten aangeven dat een ingrijpende verbouwing aan hun huidige woning (opplussen) geen reden is om te verhuizen.

Ondanks dat dit onderzoek in crisistijd is uitgevoerd en er veel veranderd is, zal zeker nu een regionale marktverkenning en kennis van de context waarbinnen de ontwikkeling plaatsvindt, noodzakelijk zijn om er achter te kunnen komen of er genoeg animo is voor nieuwe woningen. Verder wordt in deze paragraaf in z'n algemeenheid de verhuiscapaciteit van medioren benoemd via de push- en pullfactoren van zowel rurale als stedelijke gebieden. Hierbij wordt ook rekening gehouden met de wooncarrière, die door Derksen (2009) gedefinieerd wordt als een verhuizing naar een woning, of aanpassing van de huidige woning, zodat deze beter aansluit op de woonwensen van de bewoner.

Bos & De Bruijn (2007) vatten in hun scriptie de theorie van Clark & Dieleman (1996) samen, waarin de verschillende fasen in de levenscyclus gekoppeld worden aan de woningbehoefte. Het model (zie figuur 19) dat Clark & Dieleman hebben opgesteld geeft de verhuizingen (wooncarrière) weer in de verschillende fasen van de levenscyclus in relatie tot de gebeurtenissen in de beroepsloopbaan en de structuur van het huishouden. Een voorwaartse stap in de woninghiërarchie, zoals een duurdere/ruimere woning of de stap van huur naar koop, kan volgens het model verklaart worden door de komst van een kind, samenwonen of stijging van de inkomsten door promotie. Evenzo is een achterwaartse beweging in de woninghiërarchie (goedkopere/kleinere woning of de stap van koop naar huur) te verwachten op latere leeftijd.



Figuur 19: Wooncarrière in relatie tot structuur van het huishouden en beroepsloopbaan (Clark & Dieleman, 1996)

Volgens Short (1996) is de ruimtebehoefte, die in het bovenstaande model niet expliciet benoemd is, per fase in de levenscyclus te specificeren. Hierbij houdt Short de indeling van de verschillende fasen aan van de levenscyclusbenadering uit 1955 van Peter Henry Rossi en koppelt deze aan de ruimtebehoefte. Volgens het overzicht in tabel 1 vindt verhuizing plaats wanneer een bewoner zijn woonsituatie meer wil aanpassen aan zijn woonwensen en hierdoor wil veranderen van woonplaats.

Tabel 1: Fase in levenscyclus vs ruimtebehoefte (Short, 1996)

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

Nu bekend is waarom mensen zich in een bepaalde periode van hun wooncarrière op een bepaalde plek vestigen, is het nuttig om dit verder toe te spitsen op de post-child generatie, ofwel de medioren van nu. Aan de hand van de push- en pullfactoren worden hieronder de mogelijke beweegredenen weergegeven waarom medioren overwegen om zich in stedelijk of ruraal gebied te vestigen of daar juist te blijven (zie tabel 2). Pushfactoren kunnen volgens Rossi (1955) gezien worden als redenen waarom de verhuisgeneigdheid wordt vergroot omdat de huidige woon- en/of werksituatie negatief wordt beïnvloed. Bij pullfactoren wordt het verplaatsingsgedrag verklaard doordat men een bepaald doel wil bereiken, zonder dat er een verschil is tussen

wat men wenst en wat de werkelijkheid laat zien. Dus als stedelingen bijvoorbeeld wensen om in een rustigere omgeving te wonen, zullen ze meer geneigd zijn te verhuizen naar een gebied waar het ook daadwerkelijk rustiger is. Buckers (1999) somt enkele push- en pullfactoren op die in het voordeel werken van vestiging in ruraal gebied.

Tabel 2: Push en pullfactoren (eigen bewerking)

	Pullfactoren	Pushfactoren
Ruraal gebied	<ul style="list-style-type: none"> • Privacy en persoonlijke ruimte • Natuur en ruimte om het huis • Mogelijkheden voor ruimte-eisende activiteiten • Aantrekkelijk om kinderen groot te brengen • Economische voordelen (relatief lage woning- en grondprijs en mogelijke waardeestijging) • Meer aanbod van grondgebonden koopwoningen 	<ul style="list-style-type: none"> • Minder voorzieningen • Verder weg van vrienden en familie • Minder werkgelegenheid
Stedelijk gebied	<ul style="list-style-type: none"> • In de buurt wonen van de kinderen en jongere generatie • Meer sociaal contact • Hogere werkgelegenheid • Aanwezigheid voorzieningen (zorg, healthcare, OV, sport) 	<ul style="list-style-type: none"> • Verkeerscongestie • Luchtverontreiniging • Hectiek van het stedelijk leven • Criminaliteit/onveiligheid • Grootchaligheid • Slechte prijs-kwaliteitverhouding wonen • Minder ruimte om de woning

Voor beide gebieden zijn dus zeker noemenswaardige pullfactoren te noemen. Werden ouderen voorheen voornamelijk in bejaardenhuizen in de rand van de stad gehuisvest, tegenwoordig hebben ook deze mensen meer behoefte om te wonen in stedelijk gebied (Lenzholzer & Colombijn, 2011). Het beeld was vaak dat senioren hun oude dag wilden slijten op het rustige platteland, maar dit beeld klopt niet meer. Ouderen dragen graag bij aan de sociale controle in een stad, zijn graag betrokken bij de besluitvorming in een stad en dragen op deze manier hun kennis en ervaring over aan de jongere generatie.

In voorgaande jaren waren deze verhuisbewegingen bijna vanzelfsprekend en werd de vraag naar luxe en duurdere woningen aangemoedigd, omdat doorstromers hun overwaarde konden verzilveren. In de huidige crisistijd is de opbrengst bij verkoop veel lager, waardoor mogelijke doorstromers minder snel deze stap maken. Ontwikkelaars moeten dus ook zonder meer rekening houden met vraaguitval in het duurdere segment of zullen potentiële doorstromers moeten helpen bij de verkoop van hun huidige woning.

2.2.4 Doelgroepbenadering

Mulders (2007) beschrijft in zijn boek over managementmodellen onder andere de doelgroepenbenadering van Kotler uit 1996. Uitgangspunt is dat de doelgroep – in dit geval medioren in Noord-Nederland – bestaat uit één of meerdere segmenten en dat elke doelgroep op zo'n manier wordt benaderd dat het product het beste aanslaat en verkoopt. Het meest succesvol is volgens Kotler de geconcentreerde benadering of individuele benadering. Het andere uiterste is de ongedifferentieerde benadering (massabenedering), dat meestal vele malen goedkoper is. Daar tussenin zit de gedifferentieerde benadering, waarbij meerdere segmenten op verschillende manieren worden benaderd.

De massabenedering lijkt voor het in de markt zetten van een huisvestingsconcept gericht op de kritische medior niet echt weggelegd. Men heeft wat wonen betreft vaak vele uiteenlopende woonwensen die moeilijk samen te vatten zijn in één woningtype. Daarnaast zal de prijsstelling nooit gelijk zijn, waardoor via een massabenedering nooit alle medioren aangesproken zullen worden. Het grote risico wanneer op deze manier wordt gesegmenteerd is dat hetgeen een consument zoekt in een nieuwe woning niet aanwezig is. Zoals bijvoorbeeld de keuzevrijheid die bij de concurrent ontwikkelaar wel wordt geboden. Kenmerkend voor de geconcentreerde benadering is dat de marketingmix wordt afgestemd op één of enkele segmenten in de doelgroep. Wanneer dit vertaald wordt naar de woningmarkt zou de ontwikkelaar zich dus moeten specialiseren op één segment, bijvoorbeeld de verhuisgeneigde medior die iets meer te besteden heeft. Deze benadering wordt veelal gebruikt door kleine ondernemingen met een laag budget. Maar in een tijd van financiële crisis lijkt dit voor ontwikkelaars ook de manier om toch te kunnen blijven ontwikkelen in een nichemarkt.

De overgang naar meer vraaggestuurd ontwikkelen heeft echter ook een keerzijde. Het is erg mooi om in een concept een onderdeel op te nemen waarbij de ontwikkelaar zich bindt aan de consument door naar de wens van de potentiële koper te ontwikkelen. Bijvoorbeeld door het gezamenlijk samenstellen van het Programma van Eisen of het organiseren van informatieavonden of workshops. Echter het ontwikkelingsproces van een gemiddeld woningproject kost nu al erg veel tijd door de vele procedures en dit zal door deze vraaggestuurde aanpak alleen maar langer worden. Sinds begin jaren zeventig is de doorlooptijd volgens oud-NVB voorzitter Van Harssel (NVB, 2008) verdriedubbeld, van 30 maanden naar ongeveer 90 maanden nu. Hierdoor wordt van de ontwikkelaar dus een lange adem vereist en zullen er meer risicovolle investeringen gedaan moeten worden voordat er met de bouw gestart kan worden.

Het proces van gezamenlijk ontwikkelen op basis van de woonwensen van de consument zal daarom niet te lang moeten duren en hierbij is een goede planning en procesbeheersing dus van belang. Om toch enige vorm van zekerheid te verkrijgen als ontwikkelaar zal het vroegtijdig tekenen van een koopovereenkomst of een intentieverklaring geprefereerd worden. Maar wanneer een woning pas na drie jaar opgeleverd zal worden, zullen er weinig potentiële kopers een dergelijke overeenkomst willen tekenen.

Daarnaast zal een bestemmingsplan geschikt moeten zijn voor veel verschillende vormen van woonwensen en bouwmethodieken wanneer gebouwd wordt naar individuele wensen van de consument. Bij nieuwe bestemmingsplannen is dit uit te werken, echter bestaande bestemmingsplannen zijn daarvoor te stringent, waardoor het moeilijk is om hier verandering in aan te brengen. De welstandscommissie van een gemeente wil het eindresultaat en de inpasbaarheid in de bestaande omgeving beoordelen. Maar wanneer de keuzes wat betreft architectuurstijl en woonvorm door de consument gekozen kunnen worden kan dit eindbeeld nog niet geschetst worden door de ontwikkelaar. Een zekere coulance vanuit deze commissie wordt dus gewenst om de vraaggestuurd ontwikkelen te bevorderen. Het opzetten van een complete bestemmingsplanprocedure pas nadat de woonwensen in kaart zijn gebracht, zal het ontwikkelproces nog langer maken.

2.3 Tot slot

Vanuit de verdieping in de Nederlandse woningmarkt is in dit hoofdstuk de basis gelegd voor het vervolg van het onderzoek. Het besef is binnengetreden dat de woningmarkt stagneert en dat herstel op zich zal laten wachten. De woningmarkt transformeert onder andere hierdoor ook steeds meer naar een vragersmarkt waarin de woonconsument als nooit tevoren zo sterk in het middelpunt staat. De concurrentie tussen de verschillende aanbieders op de woningmarkt zal hierdoor ook steeds verder toenemen, wat te merken is door de constante toestroom van vernieuwende woonconcepten op de markt. Met de kennis en het bewustzijn van de verschillende factoren die invloed hebben op de werking van de woningmarkt – en in het bijzonder de impact van de financiële crisis – zijn in het volgende hoofdstuk verschillende woonconcepten geanalyseerd. Het vooronderzoek naar de woonwensen van de doelgroep medioren, helpt hierbij om niet alleen vanuit de (vaak commerciële) gedachtegang van de marktpartijen te denken, maar ook alvast rekening te houden met de wens van de woonconsument.

3. Marktinitiatieven

Het doel is om te achterhalen hoe de markt verwacht succesvol woningen te kunnen ontwikkelen voor medioren in Noord-Nederland. De uitkomsten resulteren in een typologie van huisvestingsconcepten waarbij verschillende succes- en faalfactoren onderscheiden worden. Eerst wordt in hoofdstuk 3 een zestal huisvestingsconcepten, gericht op medioren en senioren, geanalyseerd en met elkaar vergeleken. Daarna worden de visies, van de verschillende marktpartijen omschreven, gebaseerd op meerdere diepte-interviews die zijn gehouden. Deze analyse van de aanbodzijde dient tevens als uitgangspunt voor het volgende hoofdstuk. Hierin is de vraag naar huisvesting van medioren in de gemeente Midden-Drenthe onderzocht aan de hand van de woonwensen.

3.1 Inleiding

Om een duidelijk beeld te krijgen hoe marktpartijen inspelen op de te verwachten vraag naar huisvesting voor medioren en senioren zijn in dit hoofdstuk zes verschillende huisvestingsconcepten van verschillende marktpartijen geanalyseerd. Hierbij zijn telkens verschillende kenmerken van deze concepten in kaart gebracht. Deze kenmerken worden vervolgens in het volgende hoofdstuk voorgelegd aan medioren in Midden-Drenthe, om te achterhalen of het huidige woningaanbod aansluit op de vraag. Om de specifieke informatie van de concepten te verzamelen zijn (telefonische) interviews met de desbetreffende personen gepleegd. Daarnaast zijn deze kenmerken ook voorgelegd aan verschillende professionals uit de vastgoedmarkt om erachter te komen hoe zij vinden dat er gebouwd zou moeten worden voor medioren in Noord-Nederland (zie tabel 3). In deze diepte-interviews zijn naast de kenmerken ook een aantal algemene vragen gesteld om te achterhalen hoe zowel commerciële als sociaal-maatschappelijke organisaties denken dat een huisvestingsconcept het beste in de markt gezet kan worden. Er zijn dus twee aanvliegroutes waarmee het aanbod in kaart is gebracht:

- Conceptanalyses van bestaande huisvestingsconcepten gericht op medioren/senioren
- Diepte-interviews met professionals die bouwen en/of ontwikkelen voor de doelgroep medioren/senioren (bijbehorende vragenlijst is toegevoegd in bijlage 1)

Tabel 3: Geïnterviewde personen

Geïnterviewde personen conceptanalyses	Geïnterviewde personen algemene interviews
F. Tuinman – Ontwikkelingsmanager <i>AM Vastgoedontwikkeling</i>	K. van Hoeckel – Directeur <i>Habidrome</i>
P. van Berkel – Commercieel Manager <i>Plegt-Vos Bouwgroep</i>	G. Zwartscholten – Gebiedsontwikkelaar <i>Credo Integrale Planontwikkeling</i>
G. Spooren – Manager Business Development <i>Heijmans Vastgoed</i>	P. Looije – Portefeuillemanager <i>Lefier</i>
W. Hof – Directeur <i>Omale</i>	N. Wit – Junior Projectontwikkelaar <i>Nijestee</i>
A. Vos – Communicatie en PR <i>Habion</i>	R. Schoemaker – Manager Bureau Vastgoed <i>Interzorg</i>
	A. Offereins – Voorzitter <i>Stichting Seniorbouw Noord-Nederland</i>
	P. Wijnholds – NVM makelaar en taxateur o.z. <i>Hup & Fidom makelaars</i>

3.2 Conceptanalyses: Typologie woonconcepten voor medioren

Om uiteindelijk te kunnen vergelijken of het huidige aanbod van woonconcepten aansluit op de vraag, worden in deze paragraaf een zestal concepten geanalyseerd. Het betreft voornamelijk concepten die gericht zijn op medioren (of senioren), maar ook concepten waarin de consument veel inspraak heeft en mee kan denken in het bouw- en ontwikkelproces. Ook is bij de keuze van de concepten onderscheid gemaakt in het soort organisatie dat het concept op de markt heeft gebracht en zo zijn er een zestal concepten aangewezen. De geanalyseerde concepten zijn van twee commerciële woningontwikkelaars (waarvan één concept niet meer operationeel is), een ontwikkelend bouwbedrijf, een consumentenorganisatie, een participant/adviseur gericht op vraaggestuurde zorg en een woningcorporatie. Er is zo geprobeerd zoveel mogelijk diversiteit in de mix van concepten aan te brengen.

Vergelijkbare concepten die tijdens de verkenning van de concepten zijn gesignaleerd, maar in deze conceptanalyse niet aan bod komen zijn:

- Soulife (Inbo, adviseur)
- Vilavie (Initiatiefgroep bestaat uit verschillende ontwikkelaars en adviseurs)
- Seniorenstad (Initiatiefgroep bestaat uit verschillende ontwikkelaars en adviseurs)
- Senior Living concept (TCN, ontwikkelaar)
- Gated communities (Geen concept maar een begrip in Amerika)
- Wenswonen (Heijmans Vastgoed, ontwikkelaar)
- Habidrome (Consumentenorganisatie / tussenpartij)

De reden om deze concepten niet mee te nemen in de analyse is dat het geen concrete concepten zijn, of dat het dezelfde soort aanbieders zijn, terwijl voor een interessante mix juist is gezocht naar verscheidenheid in aanbieders. Omdat het voornamelijk commerciële partijen zijn die met woonconcepten inspelen op de woningbehoefte van medioren, is eveneens gekeken naar het aanbod vanuit de corporatiesector.

Aan de hand van beschikbare informatie via internet, flyers of brochures is eerst deskresearch gedaan. Belangrijker waren de gesprekken die na de informatieanalyse plaatsvonden met de experts uit de markt die bij de desbetreffende concepten betrokken waren. Er is voor de interviews gekozen voor deze personen omdat zij nauw betrokken waren bij de conceptontwikkeling. De concepten worden eerst individueel kort omschreven, waarna de succesfactoren en de mogelijke faalfactoren worden genoemd. Deze factoren – waarmee een concept valt of staat – zijn in paragraaf 3.4 kort en overzichtelijk samengevat. Op deze manier ontstaat een concreet beeld van de mogelijkheden die de woningmarkt momenteel voor medioren (en senioren) biedt. Daarnaast worden hierdoor de kansen verkend die er mogelijk in de woningmarkt zijn op basis van een praktische beoordeling.

3.2.1 Golden Years

Bedrijfsnaam : BAM Vastgoed / AM Vastgoedontwikkeling
Soort organisatie : Vastgoedontwikkelaar / bouwbedrijf
Prijssegment : Hoog

Het concept

Het uitgangspunt van dit concept is dat er niet uitgegaan wordt dat dé seniorenwoning bestaat. Er wordt gewerkt met maatwerkoplossingen in plaats van een standaard product. Schetsen op stedenbouwkundig en architectonisch niveau helpen hierbij om een beeld te vormen. Innovatie en marketing spelen hierin een belangrijke rol. Om de kritische 55-plusser zo goed mogelijk te doorgronden en de behoeften in kaart te brengen, hanteert de BAM een segmentatiemodel. Op basis van de *ouderdomsperceptie* ('hoe kijkt iemand aan tegen het ouder worden') en de zogenaamde *locus of control* ('wie een hoge interne controle heeft, gaat ervan uit dat hij door zijn eigen acties zijn leven in goede banen leidt') wordt de consument ingedeeld in één van de 4 kwadranten: ontspannen, strijdbaar, fatalistisch of wanhopig. Hiermee zijn dan volgens BAM de kenmerken en de woonbehoeften van de consument in te schatten. Aan de hand van een marketingplan wordt de mix van elementen duidelijk van het concept en daarmee ook de prijsstelling. Daarna worden met een klankbordgroep van geïnteresseerden de wensen en behoeften verder vastgesteld om deze vervolgens te interesseren om tot koop over te gaan.

Succesfactoren volgens de initiatiefnemer

- Woning wordt op maat opgeleverd
- Verbondenheid met concept
- Regie in handen van consument
- Algemeen onderzoek geeft inzicht in woonwensen
- Nadruk op comfort i.p.v. zorg
- Servicepunt voor alle (zorg)diensten
- Zorg op maat
- Verscheidenheid aan beschikbare diensten
- Hotelkamers voor logés

Mogelijke faalfactoren

Omdat dit concept niet meer operationeel is, zijn de succesfactoren gebaseerd op de conceptbrochure. In het interview met de initiatiefnemer is vooral ingegaan op de mogelijke faalfactoren.

Met het Golden Years concept werd misschien iets teveel vertrouwd op de onderzoeksresultaten van het algemene onderzoek naar woonwensen van de actieve 55-plusser. Hoewel er voor verschillende onderdelen periodieke bijeenkomsten in de vorm van workshops gepland zouden worden, zoals inrichting van de openbare ruimte en samenstellen van de definitieve mix van woontypologieën, werd er misschien toch nog teveel ingevuld door de ontwikkelaar. De doelgroepbenadering lijkt hiermee het meest op de in paragraaf 2.2.4 genoemde gedifferentieerde benadering. De gehele exploitatie werd doorgerekend, maar nog niet compleet in prijs uitgewerkt. Afhankelijk van de lokale woonwensen, de omvang van het project en de wensen vanuit de gemeente, zullen prijzen, omvang en het scala aan voorzieningen verschillen. Ondanks dat volgens BAM Vastgoed nog veel keuzevrijheid bij de consument ligt, wordt dus ook al veel ingevuld door de ontwikkelaar zelf. De focus moet wellicht nóg meer liggen op vraaggestuurd ontwikkelen en meer inzetten op het inventariseren van locatie-specifieke woonwensen. Wat marketing betreft zou er misschien meer een geconcentreerde benadering gebruikt moeten worden.

Het woonconcept bestaat verder in grote lijnen uit drie externe onderdelen: de kernbehoeften van de consument, locatienkenmerken, overheidsbeleid en de interne onderdelen van het Golden Years concept: woning & woonomgeving, comfort & voorzieningen en klant- & marktbenadering. In eerste instantie lijkt het een veelbelovend concept, maar toch is het concept niet meer operationeel. Wanneer kritisch wordt gekeken

naar de kernbehoeften (waaronder comfort, privacy en zinvol leven) lijken dit allemaal aspecten die niemand zou willen missen in een huisvestingsconcept. Is dit juist de valkuil omdat dit soort aspecten eigenlijk als vanzelfsprekend beschouwd mogen worden? Wanneer men namelijk iets van een product mag verwachten, is het dan verstandig om dit expliciet te noemen? Wanneer dit genoemd wordt, kan de gedachte rijzen dat hiervoor betaald moet worden. Een auto uit 2011 wordt immers ook niet meer geleverd zonder airbags en de aanwezigheid ervan wordt daarom ook als vanzelfsprekend beschouwd en (vaak) niet in de marketing meegenomen.

Er wordt verder benadrukt dat het concept zorg niet als uitgangspunt heeft, maar juist comfort. Echter er worden al wel vele diensten en hulpmiddelen benoemd die de mogelijkheid bieden tot zorg, zoals acuut gewenste zorg, overbruggingszorg en dagelijks structurele zorg. In ruil voor deze diensten werden de servicekosten hiervoor doorberekend naar de bewoners. Of de stempel van zorg (of de kosten daarvan) de vitale, kritische, jonge ouderen afschrikt wordt duidelijk in het volgende hoofdstuk waarin de vraag van medioren verder is onderzocht. De vraag waarom het concept niet meer operationeel is, is ook voorgelegd aan de ontwikkelingsmanager van AM Vastgoedontwikkeling, de heer Tuinman. Volgens hem waren noch de financierbaarheid van reeds uitgevoerde projecten, noch de ietwat stroperige besluitvorming bij gemeenten en provincies faalfactoren van het Golden Years concept. Echter ondanks meerdere onderzoeken waaruit geconcludeerd kon worden dat er een vraag was naar woningen vanuit de doelgroep 55-plussers, leverde dit nauwelijks concrete projecten op. De generieke vraag was er wel, maar geen concrete vraag. De 'small senior community' lijkt volgens Tuinman dan ook niet erg gegroeid.

Aan de marketing heeft het volgens hem niet gelegen. Echter, het beeld dat het concept misschien te weinig inspraak op het ontwikkelingsproces bood voor de consument zou misschien meegespeeld kunnen hebben. Dit helaas niet te achterhalen omdat het in de praktijk nooit zover is gekomen. Wat locatie betreft zocht BAM Vastgoed naar meerdere locaties. Op deze manier had de consument toch enigszins keuze in de locatie. Als opvolger van dit concept is nu het Villavie concept gestart waarin de inspraak op het ontwikkelingstraject is toegenomen voor de consument. Hierbij is ook gebleken dat kleinschalig ontwikkelen meer in trek is bij de medior, dan het op grote schaal ontwikkelen van woningen. Het Golden Years concept was daarom misschien ook vanuit een té breed ontwikkelingsperspectief opgezet. Daarnaast was het innovatieve concept ten tijde van invoering helemaal nieuw voor medioren en senioren, waardoor men nog niet gewend was aan dergelijke concepten in plaats van de traditionele woontypologieën voor senioren. Mogelijk heeft dit volgens Tuinman ook bijgedragen aan de gematigde populariteit destijds.

Als Tuinman het woonconcept vergelijkt met enkele andere reguliere projecten, valt het hem op dat er bij ontwikkeling van appartementencomplexen in binnenstedelijke gebieden veel vraag is vanuit dezelfde doelgroep, de actieve en zelfverzekerde 50-plusser. Voorwaarde hierin is wel dat er voldoende voorzieningen in hetzelfde gebouw of in de buurt aanwezig zijn. Wat locatie betreft lijkt stedelijk gebied dus ook wel degelijk in trek.

3.2.2 Huisvanu

Bedrijfsnaam : Plegt-Vos

Soort organisatie : Ontwikkeland bouwbedrijf

Prijssegment : Midden en laag

Het concept

De reden dat gekozen is om dit concept mee te nemen in deze analyse, is omdat er gewerkt wordt vanuit een conceptuele bouwwijze. Het voordeel van het conceptueel bouwen is met name dat de realisatietijd teruggebracht kan worden naar 12 weken. Daarnaast speelt het concept niet specifiek in op de woonvraag van medioren en senioren, maar de doelgroep wordt wel als potentieel aangemerkt. Er wordt dan ook niet expliciet rekening gehouden met het faciliteren van een mogelijke zorgvraag door bijvoorbeeld het verzorgen van services of diensten. Door deze twee specifieke kenmerken onderscheidt het concept zich enigszins van de

andere concepten. Hoewel de bouwkosten door de standaardisering wellicht lager zullen zijn dan die van andere concepten, zal de consument hier mogelijk een stukje keuzevrijheid voor in moeten leveren. Het ontwikkelingsproces van 'Huisvanu' bestaat uit zeven stappen: Analyse klantvraag - Verkaveling locatie - Maatvoering woning - Bepalen vorm - Bepalen plattegrond - Integreren technische wensen en eisen - Vrije architect(uur). Vanuit deze ontwikkelingsvisie wordt er dus wel degelijk vraaggestuurd ontwikkeld.

Een project dat gebouwd wordt naar het Huisvanu concept, wordt geïnitieerd op basis van de grond die de opdrachtgever, zoals corporaties en ontwikkelaars in bezit hebben. Plegt-Vos heeft zelf ook grond in bezit en kan daar wanneer er vraag is door een snelle conceptuele bouwstijl en een specifiek woningtype op een bepaalde locatie 'on demand' bouwen. Dit kan volgens Peter van Berkel al vanaf twee woningen, omdat twee woningen als één worden gezien, mits het twee onder één kappers zijn. Op deze manier wordt weinig risico gelopen omdat er vrijwel geen leegstand is, echter de rentekosten zullen wel oplopen wanneer de bouwer voor eigen rekening en risico ontwikkeld en de grond te lang onbebouwd blijft. Vaker komt het voor dat een corporatie of een ontwikkelaar met de grond en een ontwikkelingsplan komt. Het bouwbedrijf schuift dan aan vanaf de VO-DO fase. Door de snelle bouw kunnen de rentekosten voor de marktpartij juist beperkt worden, mits zij weten wat er gebouwd moet worden.

Succesfactoren volgens de initiatiefnemer

- Flexibiliteit in gestandaardiseerd woonconcept mogelijk
- Gegarandeerde korte opleveringsdata
- Servicepunt voor bewoners
- Keuzevrijheid bereikbaar voor midden- en laagsegment
- Eén partij ontzorgt gedurende gehele proces
- Sociale buurtactiviteiten via Foundation: "Verbindt Buren"
- Relatief goedkoop door snelle bouwtijd

Mogelijke faalfactoren

Het bouwbedrijf geeft aan geen standaard concepten en geen basisplattegrond te gebruiken. Qua afmeting en architectuurstijl is bijna alles mogelijk en een opdrachtgever is niet gebonden aan een vaste huisarchitect. Wel wordt gezocht naar architectuur dat te combineren valt met de eigen wijze van (conceptueel) bouwen. Het nadeel dat hierin schuilt is dat het concept in de markt wordt gezet waarbij alles mogelijk is. Wanneer echter specifieke eisen vanuit de opdrachtgever of de eindgebruiker worden gesteld, zal het principe van conceptueel bouwen niet meer zo optimaal mogelijk toe te passen zijn. Dus als de wensen complexer worden en moeilijker in te passen zijn in de conceptuele bouwstijl van het bouwbedrijf, zal de woningprijs exponentieel stijgen.

In de standaardprocedure waarin de opdrachtgever een marktpartij is, kan de uiteindelijke huurder in gesprek gaan met de aannemer en kan hij tot op zekere hoogte aangeven hoe de woning afgewerkt moet worden. Wanneer de eindgebruiker een koper is, krijgt deze een volledig 'kopersgesprek' waarin de optielijst met meer- en minderprijzen wordt doorgenomen. Daarnaast worden mogelijke individuele wensen besproken waarbij gedacht kan worden aan domotica oplossingen, afwerkingsniveau van de woning en eventueel kleine wijzigingen in de indeling van de woning. Er is dus geen sprake van uitgebreide keuzevrijheid. Wanneer het gaat om kleine aanpassingen is dit vaak tegen een lage meerprijs te realiseren en kan een snelle oplevering gegarandeerd worden.

Deze gesprekken met de eindgebruiker vinden overigens plaats zodra de koopovereenkomst getekend is. Hierdoor is het voor de consument dus lastiger om van tevoren vrijblijvend een traject in te stappen en de woonwensen kenbaar te maken voorafgaand aan de bouw van de eigen woning. In tijd van crisis is in te denken dat een bouwbedrijf zo weinig mogelijk risico wil lopen en pas tijd en kosten investeert wanneer bouw zo goed als zeker is. Maar vanuit de consument gezien zal het vooraf tekenen van de koopovereenkomst een grote drempel zijn en soms afschrikken om de bouw door te zetten.

Hoewel wordt aangegeven dat er wordt ingespeeld op de marktvrage, richt het concept zich op professionele opdrachtgevers – zoals corporaties en ontwikkelaars – die meerdere woningen voor de consument willen

ontwikkelen. Er wordt dus niet direct in opdracht van de eindgebruiker zelf gebouwd (CPO is wel mogelijk). Hierdoor lijkt het dat veel keuzes in het ontwikkelingsproces toch bij marktpartijen liggen in plaats van bij de consument zelf, tenzij deze marktpartij zelf de woonwensen inventariseert bij de toekomstige bewoners. Enerzijds is dit een faalfactor omdat de keuzevrijheid van de eindgebruiker beperkt wordt, anderzijds kan dit een succesfactor zijn omdat puur wordt ingespeeld op het midden- en laagsegment op de woningmarkt.

3.2.3 Second Bloom

Bedrijfsnaam : Heijmans Vastgoed

Soort organisatie : Vastgoedontwikkelaar / bouwbedrijf

Prijsegment : Midden en hoog

Het concept

Vergeleken bij het Golden Years concept, lijkt Heijmans in de initiatiefase beter naar de markt te luisteren. Zodra minimaal 30 geïnteresseerden in een gemeente zich hebben aangemeld voor een woning volgens het Second Bloom concept, wordt onderzocht of een project opgestart kan worden. Op deze manier kan een locatie worden ingevuld waar ook daadwerkelijk vraag is. Hierbij heeft de consument veel inspraak en kan hij sturing geven in het opstellen van de uitgangspunten, zoals de architectuurstijl, inrichting van de openbare ruimte, woningindeling aan de hand van een interactief computerprogramma, materialisering en domotica. De woonbehoeften kunnen in een vroeg stadium via internet worden aangegeven. Vervolgens worden via verschillende bijeenkomsten met meerdere geïnteresseerden de wensen concreter gemaakt. De locatie is dus vooraf niet bekend maar er wordt gestreefd naar een locatie in een bestaande omgeving met hoog voorzieningenniveau. Projecten worden dus niet overal gerealiseerd. Locaties worden vooraf beoordeeld en getoetst op aanwezigheid van door Heijmans opgestelde randvoorwaarden. Er is op dit aspect dus geen directe inspraak voor de eindgebruiker, maar er worden keuzes voorgelegd.

Heijmans is in Pijnacker een pilot gestart met de ING als belegger waarbij woningen in de huursfeer worden ontwikkeld. De belegger is zeker geïnteresseerd om te investeren in dit segment binnen de woningmarkt, maar het is (nog) een nichemarkt. Qua locaties gaat het dan voornamelijk om Randstedelijke gebieden. Het is een andere woonconsument vergeleken bij de 'traditionele' woonconsument die over het algemeen veel kritischer is en hogere eisen stelt aan wooncomfort. Daarnaast wil de woonconsument graag begeleid en gestuurd worden. Er is behoefte aan regie volgens Gonny Spooren, Manager Business Development bij Heijmans Vastgoed. Ofwel er is behoefte aan duidelijke communicatie over de uitgangspunten, zoals wat er bijvoorbeeld vastligt in het bestemmingsplan. Voorafgaand aan de ontwikkeling liggen er dus een aantal zaken vast en dit vormen de kaders waar duidelijk over gecommuniceerd wordt richting de geïnteresseerden. Hier ligt dan ook de toegevoegde waarde vanuit Heijmans, omdat zij veel kennis en knowhow beschikbaar hebben rondom deze kaders. Hierdoor kan er gespeeld worden met de mogelijkheden en bijbehorende prijzen op een bepaalde locatie en kan er sneller geschakeld worden met de geïnteresseerden. Het grote voordeel is dat de woonconsument in een vroeg stadium van het ontwikkelproces betrokken kan worden. Hierdoor zijn de wensen sneller te vatten in concrete bouwplannen en dit geeft op voorhand ook een beter prijsbeeld.

Veel partijen gaan zich organiseren als tussenpartij bij collectief particulier opdrachtgeverschap. Het is volgens Spooren beter om als organisatie de processen en concepten achter de schermen vooraf compleet door te denken, zodat deze alleen nog op maat aangepast hoeven te worden op de wensen van de consument. Wanneer de organisatie zelf al een aantal uitgangspunten bedenkt, kun je deze voorleggen en kan het ontwikkelingstraject zo kort mogelijk worden gehouden. Hierbij moet wel de vrijheid op gebied van afwerking zo groot mogelijk blijven.

In het Second Bloom concept gaat Heijmans verder dan alleen het in kaart brengen van de wensen wat betreft de woning. De omgeving, de wijk, de openbare ruimte en de mogelijke woonvormen op de desbetreffende locatie worden gescand en gecombineerd met betaalbare productiemethoden die vooraf zijn bedacht. Het

draait uiteindelijk toch vaak om geld wanneer specifieke woonwensen vertaald moeten worden naar concrete bouwplannen en alles wat daarbij komt kijken (zoals inrichting van de ruimtelijke omgeving). De consument vindt het ook belangrijk gedurende het hele traject betrokken te zijn. Hierdoor kan ook zoveel mogelijk transparantie, helderheid en eerlijkheid worden geboden met oog op het eindresultaat van de gewenste woning. Sturing, door middel van het in beeld brengen van ideeën, is hierin van groot belang.

Met oog op de vergrijzing, is een groei te verwachten naar specifieke woonvormen. Het is echter een erg lastige markt om te bespelen, waarbij vanuit een transparante werkwijze de kritische medior bediend zal moeten worden. Het gaat daarnaast, in vergelijking met de ontwikkeling van traditionele woonvormen, veel meer om lifestyle. Het wordt steeds belangrijker om tot een bepaalde projectgedachte te komen door bijvoorbeeld de inzet van sociale media en community-building.

Succesfactoren volgens de initiatiefnemer

- Keuzemogelijkheden worden voorgelegd op basis van algemeen onderzoek
- Vroegtijdige betrokkenheid en veel direct contact met consument
- Woonwensen als uitgangspunt
- Participatie gedurende het gehele ontwikkelingsproces
- Digitaal platform waar woonwensen en ideeën uitgewisseld kunnen worden
- Woning wordt op maat opgeleverd
- Professionele partij ontzorgt gedurende het proces
- Geen onnodige (financiële) risico's
- Keuze uit servicepakketten

Mogelijke faalfactoren

Community-building is een belangrijk onderdeel van dit concept. Zodra men zich aanmeldt voor het Second Bloom concept krijgt men toegang tot een platform waar wensen en ideeën onderling uitgewisseld kunnen worden. Wanneer de resultaten en ideeën bekend zijn, kan de betrokkene overgaan op huur of koop en de individuele wensen verder bespreken. Of er kan besloten worden uit het project te stappen. Heijmans benadrukt dat een actieve en enthousiaste deelname in het collectief opdrachtgeverschap vereist is om lid te kunnen worden. Voor de geïnteresseerde die minder behoefte heeft aan actieve deelname, is het ook mogelijk om de woonwensen kenbaar te maken aan de hand van eerder gerealiseerde referentieprojecten van Heijmans. Deze voorbeelden dienen dan als inspiratie en de medior hoeft de referentie vervolgens alleen nog naar eigen wens te fine tunen. Hoewel veel inspraak voor de consument gunstig is voor de consument, kan een té actieve vereiste participatie misschien afschrikken. Dit zal dan ook in de vragen aan de welvarende medioren in Midden-Drenthe terugkomen.

Een sterke eigenschap van het concept is dat de woonwensen aangegeven kunnen worden voordat de koopovereenkomst is getekend. Heijmans zal daarom dus veel tijd en geld moeten investeren voordat er ook daadwerkelijk zekerheid is dat er woningen afgenomen gaan worden. In situaties waar de consument toch besluit af te zien van koop na een intensief proces om de woonwensen in kaart te brengen, betekent dit een financiële strop voor de ontwikkelaar. Dergelijke situaties worden door Heijmans in de praktijk opgelost en elk probleem heeft weer een ander karakter of achterliggende gedachte. Het is dus een momentopname waar niet één oplossing voor is. Heijmans trekt met dit concept dus aardig wat risico naar zich toe.

Bij de traditionele vorm van ontwikkeling van woningen wordt vaak de maatstaf van 70% verkoop gebruikt om start bouw af te kunnen kondigen. Omdat het Second Bloom concept locatie specifiek is, kan een project soms bij een minder aantal vooraf verkochte woningen al doorgang vinden. Dit is projectafhankelijk en er wordt dan een risicoanalyse van de markt gemaakt en wanneer Heijmans het vertrouwen heeft dat de onverkochte woningen verkocht gaan worden, zou het project door kunnen gaan. Het is in deze overweging ook erg belangrijk wat de consequenties zijn voor de mensen die reeds een woning hebben gekocht. Dus per locatie wordt ingeval van tegenvallende verkoop gezocht naar oplossingen om zowel de eindgebruiker als de eventuele professionele opdrachtgever zo goed mogelijk van dienst te kunnen zijn.

3.2.4 SIR-55

Bedrijfsnaam : SIR-55

Soort organisatie : Consumentenorganisatie bij CPO constructies

Prijsegment : Hoog

Het concept

In het SIR-55 concept staan de woonwensen van medioren en senioren voorop. De consument bepaalt hoe en waar hij of zij wil wonen en wordt dan ook betrokken bij de ontwikkeling en bouw van hun eigen woning. De consument wil inspraak volgens SIR-55 en zij treden dan ook op als vertegenwoordiger wanneer een groep medioren/senioren gezamenlijk hun eigen woningen willen bouwen (collectief opdrachtgeverschap). Het gezamenlijk ontwikkelen levert schaalvoordelen wanneer materialen gezamenlijk worden ingekocht. Een actieve bijdrage van de consument wordt ook hier (net als het Second Bloom concept) vereist. Er wordt van de medioren verwacht dat de mening en wens continu kenbaar worden gemaakt waardoor over de gehele linie van de ontwikkeling invloed uitgeoefend kan worden op het eindresultaat. Daarnaast is er ook een platform waar deelnemers hun meningen kunnen delen en het ontwikkelingsproces kunnen volgen. Een succesvol en onderscheidend kenmerk van dit concept is dat ontwikkelkosten worden voorgefinancierd en wanneer men dit wenst, kan SIR-55 faciliteren bij het dragen van het financiële risico bij onvoldoende deelnemers.

Succesfactoren volgens de initiatiefnemer

- Maatwerk
- Voorfinancieren van ontwikkelingskosten
- Risicodragers bij onvoldoende deelnemers
- Digitaal platform
- Transparantie in kosten
- Vroegtijdige betrokkenheid
- Woonwensen als uitgangspunt
- Consument participeert gedurende het gehele ontwikkelingsproces.

Mogelijke faalfactoren

SIR-55 is misschien wel het meest vrije concept op de huidige woningmarkt, wat inhoudt dat er geen gebruik wordt gemaakt van standaard woonvormen en indelingen. Omdat geen project hetzelfde is, komt er bij elk project en elke woning veel maatwerk kijken waardoor de prijs op kan lopen. Daarnaast wordt de woning zo ontwikkeld dat men er lang in kan blijven wonen. Er wordt verder niks genoemd over mogelijke services waarmee ingespeeld kan worden op een eventuele zorgvraag in de toekomst, terwijl dit bij sommige andere concepten wel nadrukkelijk aanwezig. Of dit door de mediator in Noord-Nederland positief of negatief wordt bevonden wordt duidelijk in hoofdstuk 4.

Net als bij het hiervoor besproken concept van Heijmans, is ook bij SIR-55 een continue actieve deelname van de consument vereist. Wanneer blijkt dat men in Noord-Nederland een dergelijke actieve deelname niet op prijs stelt, zou ook dit naast een hoge prijs een mogelijke faalfactor kunnen zijn van dit concept.

3.2.5 Goed leven

Bedrijfsnaam : Omale

Soort organisatie : Participant/adviseur gericht op vraag gestuurde zorg

Prijsegment : Midden en hoog

Het concept

Met het Goed Leven-concept richt Omale zich op de vraag naar wonen van met name 50-plussers, maar ook veeleisende tweeverdieners die zich weinig laten voorschrijven en gevoelig zijn voor hun sociale status. Daarbij is zorg ook hier onderdeel van het concept dat prominent aanwezig is. Het pilotproject van dit concept in

Emmen, moet ruimte gaan bieden voor onder andere een wellness centrum met aanbod van zorgdiensten omdat hier vanuit het marktonderzoek vraag naar blijkt te zijn. Hierbij wordt gedacht aan kennis op gebied van (zware) zorg zoals diabetes, fysiotherapie, hartfalen, longproblemen en orthopedie. Verder kunnen de bewoners zelf een pakket van zorg en services samenstellen. De omvang van het project beslaat zo'n 250 woningen, waaronder patiowoningen, rijtjeswoningen, vrijstaande woningen, appartementen en kangoeroewoningen. In Emmen was veel ruimte, dus plaats voor veel grondgebonden woningen en veel verschillende types. De woningmarkt verschilt per locatie en per project zal dan ook vanuit financieel oogpunt bekeken moeten worden wat de toe te passen woonvormen zijn. Grondprijs speelt hierin een cruciale rol en kan het verschil uitmaken tussen grondgebonden woningen en gestapelde bouw. Omale is hierin enigszins risicodragend doordat de grond door hen is aangekocht en het project pas van start gaat wanneer 70% verkocht is. Verder wordt het risico zoveel mogelijk verspreid door samen te werken met verschillende partners zoals een zorgverzekeraar, een ontwikkelaar, de gemeente en mogelijke beleggers.

Vanuit de locatie wordt gezocht naar geïnteresseerden, dus de consument heeft geen inspraak meer op de locatie. Verder bestaat het concept in grote lijnen uit een Programma van Eisen (PvE) waarbij de woonwensen in het algemeen van de medior/senior in Nederland vooraf zijn bepaald, aldus Wiebe Hof, directeur Omale. Het is volgens Hof sowieso erg goed om te horen wat de consument wil, vooral in een lastige tijd waarin de verkoop van de eigen woning vaak moeilijk gaat. Een marketingbureau is verantwoordelijk geweest voor de indeling van medioren en senioren in een aantal profielen. Aan de hand van deze profielen zijn woningtypes samengesteld. Bij de indeling, inrichting van de openbare ruimtes, parkeren et cetera, is rekening gehouden met de woonwensen van de consument op basis van het algemene onderzoek. Belangrijk is dat de woning:

- goed toegankelijk is door bredere deurposten;
- er geen drempels geplaatst worden;
- een kleine verdieping heeft (wanneer deze in het woningtype is opgenomen);
- meer toegespitst is op wonen op de begane grond;
- zo gebouwd wordt dat zorg gemakkelijk thuis aangeboden kan worden wanneer dat nodig is.

Hiermee wordt enerzijds voor de marktpartij zelf een beeld geschepd van de voorkeuren van de medioren en senioren, echter locatie-specifiek onderzoek naar de woonwensen van de daadwerkelijke eindgebruiker is (nog) niet gedaan. Zodra er interesse is voor het concept wordt het in de markt gezet. Het precieze plan hoe de doelgroep (medioren en senioren) benaderd gaat worden wordt niet bekend gemaakt, maar 'social media' zal hierin een belangrijke rol spelen. Daarnaast wordt het opzetten van een community en een instrument via internet waarmee gelijkgestemden met elkaar kunnen communiceren, ook onderdeel van de marketingstrategie. De geïnteresseerde koper of huurder heeft uiteindelijk zelf nog inspraak op de afwerking en de eventuele zorg en services die men wenst, maar technisch gezien is het concept wel gebonden aan een aantal eisen, op basis van het PvE. Er zit dus nog wel een stukje aanbodgerichte ontwikkeling in waar misschien wel een mogelijk gevaar in schuilt.

Succesfactoren volgens de initiatiefnemer

- Keuzemogelijkheden worden voorgelegd op basis van algemeen onderzoek
- Consument heeft voldoende inspraak om woonwensen kenbaar te maken
- Ruime keus aan woonvormen
- Levensloopbestendige woningen
- Samenstellen zorg- en servicepakket

Mogelijke faalfactoren

Het PvE blijft dus wel leidend en op gebied van materialisering en maatvoering zal weinig inspraak zijn. Wat betreft domotica, architectuurstijl en woningindeling zijn kleine variaties wel mogelijk. Bij de inrichting van de openbare ruimte is inspraak afhankelijk van het aantal geïnteresseerden die er op voorhand zijn. Er worden wel verschillende woningtypes aangeboden zoals ook in het pilotproject in Emmen. Het PvE dat voor dit concept

gemaakt is, noemt Wiebe Hof niet standaard. Er is vooraf rekening gehouden met de woonwensen van de medior en de senior door een marketingbureau de woonwensen te laten peilen en deze in te delen in groepen. Hierdoor weet Omale ongeveer welk type woning de consument zoekt en hier is de architectuur vervolgens aan gekoppeld. De keuzevrijheid voor de consument lijkt in dit concept dus enigszins beperkt, want er wordt door de betrokken marktpartijen in dit concept al een aardige invulling gegeven op basis van het algemene marktonderzoek. Het concreet vertalen naar de woning is nog lastig. Daarom blijft het initiëren van de lokale marktvraag van groot belang en hiervoor is Omale ook bezig om een marketingstrategie op te zetten. Omale geeft zelf al aan dat het Goed Leven-concept misschien teveel geassocieerd wordt met zorg. Daarom zal dit in de marketing niet te nadrukkelijk aanwezig moeten zijn, maar de mogelijk toekomstige zorgvraag moet op een later moment wel makkelijk en snel gefaciliteerd kunnen worden. Dit zal naar verwachting bij de toekomstige bewoners in goede aard vallen. Alle andere mogelijke services op gebied van zorg zijn binnen handbereik. Op het concept zelf zit volgens Hof geen stempel van zorg, maar het moet wel kenbaar zijn bij geïnteresseerden dat alles op gebied van zorg en services mogelijk is. In de Vastgoedmarkt van februari 2011 werden de eerder genoemde mogelijkheden voor (zware) zorg specifiek benoemd. Wanneer dit op voorhand bij de potentiële koper/huurder bekend is, zou dit wel eens een faalfactor kunnen zijn, als blijkt dat de doelgroep niet wenst te wonen gerelateerd aan zorg.

3.2.6 De grijze motor

Bedrijfsnaam : Habion
Soort organisatie : Woningcorporatie
Prijssegment : Midden en laag

3 concepten

Op basis van eigen onderzoeksgegevens heeft Habion drie concepten ontwikkeld en getoetst waarbij zorg een belangrijke plaats inneemt. Primair hierin staat het denken vanuit de senioren. De voorbeeldconcepten geven dan ook een mogelijke oplossing en helpen om een visie te vormen voor mogelijke concretisering van de woonwensen. Ofwel Habion heeft de processen op orde om met huisvestingsalternatieven te komen wanneer de vraag zich aanbiedt. Het concept *'De grijze motor'* speelt vooral in op deze mogelijke toekomstige zorgvraag van 55-plussers. Hiervoor is in 2002 een woonwensenonderzoek gedaan onder 490 bewoners van 9 woonzorgcomplexen. Recenter is onder mensen uit verschillende leeftijdscategorieën een tweede onderzoek gedaan om de drie concepten te kunnen peilen. Hiervoor zijn mensen geselecteerd uit de databank van Motivaction. Dat de resultaten van het eerste onderzoek een grote behoefte aan zorg laten zien is daarom niet vreemd. Volgens het tweede onderzoek heeft de 55-plusser behoefte aan veiligheid, sociaal contact en een vertrouwde omgeving. Daarnaast deelt Habion de aanstaande senioren in drie verschillende clusters in naar (deels zorg gerelateerde) stijlvoorkeuren, waarden en opvattingen:

- 25% traditioneel georiënteerden (degelijke levensstijl, hecht minder waarde aan luxe, wonen in landelijk gebied, lokale oriëntatie, gezond leven)
- 33% modern georiënteerden (denkt minst na over de oude dag, geïnteresseerd in domotica voor meer comfort, comfortabel en luxe leven, relatief veel laag opgeleiden, wonen in suburbane omgeving)
- 42% postmodern georiënteerden (zelfstandig en individualistisch, hogere opleiding en hoger inkomensniveau, levensgenieters, houdt van netwerken en internet, wonen in (centrum) stedelijk gebied of landelijk)

Op basis van prognoses over de generatietrends wordt het segment 'Traditioneel georiënteerden' over 20 jaar kleiner en 'Modern' en 'Postmodern georiënteerden' groter. Daarnaast woont de 55-plusser liever thuis met zorg aan huis, dan in een verzorgingstehuis. Er bestaat volgens Habion een tendens vanuit de overheid om wonen en zorg van elkaar te scheiden. Met deze onderzoeksresultaten is de corporatie concepten gaan ontwikkelen waarin het denken vanuit de algemene noemer 'wellness' centraal staat. De opdracht is om voor

goede huisvesting te zorgen en extra te kijken naar betaalbaarheid en dan met name voor doelgroepen die hier zelf niet voor kunnen zorgen. De concepten zijn nog niet gerealiseerd, maar om toch zekerheid te creëren zullen er voorafgaand aan de bouw huurovereenkomsten gesloten worden. Koop is niet aan de orde.

Een sterk punt in de conceptontwikkeling, is dat niet alleen de mening van de senioren getoetst is, maar ook de andere leeftijdscategorieën. Woonwensen zijn dus wel in het algemeen gepeild, maar tijdens de uitvoering van concrete project heeft de eindgebruiker niet direct inspraak. Wel kijkt een adviescommissie die als acteert als eindgebruiker en zij let voornamelijk op gebruiksvriendelijk.

Succesfactoren volgens de initiatiefnemer

- Maatschappelijke functie wordt vervuld (huisvesting voor financieel minder draagkrachtigen)
- Verschillende leeftijdsgroepen bij elkaar huisvesten door de combinatie van basiselementen zorg, opleiding, werken, wonen en mantelzorg. Jongeren en ouderen kunnen elkaar ondersteunen.
- Interne processen op orde doordat er verscheidenheid aan concepten is op basis van woonwensen van de te huisvesten doelgroep
- Men voelt zich thuis en blijft betrokken bij de samenleving
- Geen standaard verzorgingstehuis meer
- Zekerheid van zorg wanneer de vraag zich aanbiedt

Mogelijke faalfactoren

Het eerste concept is een complex met zorgappartementen, studentenhuysvesting, lesruimten, bioscoop, supermarkt, restaurant en een gemeenschappelijke tuin. Studenten van een zorg gerelateerde opleiding en senioren kunnen hierdoor elkaar ondersteunen en men kan zelfstandig wonen. Na de toetsing bleken ouderen meer te hebben met het aspect 'contact tussen jong en oud' dan de jongeren. Verder valt het succes van multifunctionaliteit in dit concept te betwijfelen. Door de aanwezigheid van de jongeren zal de mogelijk gewenste rust verstoort kunnen worden. Daarnaast is er voor de medior ook geen mogelijkheid om te kiezen voor een grondgebonden woning waardoor bewegingsvrijheid minder groot is.

Het tweede concept van Habion wordt beschreven als 'Wonen + mantelzorg', maar lijkt erg veel op de kangoeroewoning waarbij twee generaties van dezelfde familie samenwonen. De woonfunctie van de begane grond en de eerste verdieping zijn bestempeld als grondgebonden woning. Op de bovenste verdieping komen zorgappartementen die bereikbaar zijn met een centrale lift, eventueel direct in verbinding met de grondgebonden woning. Het voordeel is natuurlijk dat beide generaties elkaar op meerdere vlakken tegemoet kunnen komen, vooral de (verplichte) mantelzorg voor de ouderen wordt hierdoor opgevangen. Echter de grootte van de vraag naar dit woningtype zal erg lastig te bepalen zijn, omdat het gaat om een hele kleine, specifieke markt (nichemarkt). Daarnaast zijn de risico's voor de commerciële verhuurder erg groot. Denk hierbij bijvoorbeeld aan problemen bij onenigheid tussen beide gezinnen, of het eerder overlijden van de oudere generatie. Het concept lijkt dan ook eerder weggelegd voor de corporatiesector, eventueel in samenwerking met een zorginstelling. Na toetsing door het onderzoeksbureau bleek dit concept ook minder populair dan het hiervoor besproken concept van Habion.

Het derde concept is een woontoren met zorgpraktijken (huisarts, tandarts), health center (wellness voorzieningen, fysiotherapie en zwembad), shopping center (winkels, galerie en café-restaurant) en parkeergarage. In het woongedeelte zijn zowel woningen voor het zorgverlenend personeel als de medioren/senioren gevestigd. De ondervraagde ouderen zijn positiever gestemd dan de jongeren. Het grootste probleem zal dan ook zijn om de woonruimte voor het zorgverlenend personeel op te vullen. Daarnaast is het concept erg kolossaal waardoor er ook in dit concept weinig bewegingsvrijheid overblijft voor de (welvarende) medior en daarnaast zal het niet de meest rustige woongelegenheden zijn. Ook staat het concept in sterke mate in het teken van zorg terwijl naar alle waarschijnlijkheid de zorgvraag bij medioren nog niet dusdanig groot is. Wellicht zal het concept het meest populair zijn onder senioren met een (zware) zorgvraag.

3.3 Diepte-interviews professionals

Naast de conceptanalyses zijn ook meerdere diepte-interviews gehouden met verschillende experts om een duidelijk beeld te vormen van de aanbodzijde. Hierbij is niet expliciet een concept onderwerp van gesprek geweest maar er zijn verschillende vragen voorgelegd over hoe er in een moeilijke tijd gebouwd moet worden voor (welvarende) medioren. Hiermee is de visie en de achterliggende gedachte van de experts uit de vastgoedmarkt in kaart gebracht. Uiteindelijk worden uit deze interviews en de conceptanalyses de succes- en faalfactoren van de aanbodzijde gedestilleerd. Hiermee wordt in het volgende hoofdstuk de confrontatie met de vraagzijde aangegaan.

Angst regeert en onzekerheid heerst

Alle ondervraagden zijn het er over eens dat angst regeert bij woningkopers als wordt gevraagd welke invloed de huidige financiële crisis heeft op het koopgedrag van verhuiscandidate medioren. Deze mensen zijn volgens de experts zeer behoudend. De prioriteit van deze medioren is om eerst de eigen woning te verkopen voordat ze een andere woning kopen. Dit is nogal een lastige opgave in een periode met een stagnerende woningmarkt waarin woningen niet of tegen een sterk gereduceerde prijs ten opzichte van de taxatiewaarde worden verkocht. Medioren zullen zich daarom moeten afvragen met hoeveel overwaarde zij genoegen nemen in relatie tot het besluit te kiezen voor een nieuwe woonomgeving. De daling in de overwaarde wordt overigens deels verevend wanneer een woningbezitter opnieuw een woning koopt, omdat de huizenprijs van de nieuwe woning ook gedaald zal zijn.

Er worden ook een aantal oplossingen genoemd waarmee de onzekerheid bij de consument in zekere mate weg te nemen is. Zo wordt voor bestaande bouw woningruil genoemd waarbij de huidige woning via een makelaar wordt geruild met een andere woning elders. Een andere gunstige uitkomst is dat de ontwikkeling van de nieuwe woning tot en met de oplevering zo'n drie jaar duurt, waardoor de consument geruime tijd heeft om de huidige woning te verkopen.

Waar momenteel door de grotere ontwikkelaars mee geëxperimenteerd wordt, is dat de huidige woning overgekocht wordt voor bijvoorbeeld 90% van de taxatiewaarde, waarbij zowel de woningbezitter als marktpartij een eigen taxatierapport laat opstellen. Hiermee loopt de ontwikkelaar natuurlijk erg veel risico door met een onverkochte voorraad woningen te blijven zitten. Daarnaast blijkt op basis van onderzoek en ervaring volgens één van de respondenten dat de mogelijkheid om de onverkochte woning na twee jaar voor 90% van de dan geldende taxatiewaarde te verkopen aan de ontwikkelaar, geen populaire oplossing is. De woonconsument wil juist nu zoveel mogelijk zekerheid over hun huidige woning.

Een andere oplossing met meer garantie richting de consument is om de koper een optie te geven op de woning, ofwel 'met voorbehoud verkoop eigen woning'. Wanneer bijvoorbeeld drie maanden vóór oplevering van de nieuwe woning, de huidige woning nog niet is verkocht, is de consument alleen de optieprijs kwijt. Hierdoor worden dubbele woonlasten voorkomen, maar zal er een zeker risico zijn voor de ontwikkelaar wanneer van koop wordt afgezien. Dit geeft de consument echter wel meer zekerheid over de opbrengstwaarde van hun huidige woning en hij kan afzien van een koopcontract en dubbele woonlasten omzeilen. Een laatste vergelijkbare oplossing is de overbruggingsgarantie. Hiermee worden eventuele dubbele woonlasten voor één of twee jaar door de verkoper gecompenseerd, zolang de oude woning niet is verkocht. De maandelijkse compensatie wordt dan gebaseerd op een vast percentage van 2,5% van de koopsom van de nieuwe woning voor jaar één en 5% voor jaar twee. Met deze oplossing is echter nog weinig ervaring.

Gematigd optimisme wat betreft kansen op de Noord-Nederlandse woningmarkt

Wanneer de professionals werden gevraagd of er sprake is van een toenemende vraag naar huisvesting voor medioren in Noord-Nederland, zowel voor koop- als huurwoningen, liepen de antwoorden uiteen. Er is wel een generieke vraag te verwachten, maar een concrete vraag is er zeker niet. Ondanks dat de marktpartijen weten dat de woningmarkt dusdanig op slot zit en dat er niet of nauwelijks een toenemende vraag naar huisvesting voor medioren te zien is, zijn ze toch vaak optimistisch. Het grote probleem is de verkoop van de huidige woning. Wanneer ervan wordt uitgegaan dat er vraag is naar nieuwbouwwoningen, hoeft dit niet per definitie in het duurdere segment te zijn. Wel moeten het toegesneden concepten zijn waarmee vraaggestuurd

ontwikkeld wordt. De visie dat er te weinig aanbod is voor de medioren/senioren en dat er nog steeds teveel aanbodgestuurd wordt gebouwd zonder dat deze doelgroep daar voldoende inspraak in krijgt, wordt ook door meerdere experts gedeeld. Ook zouden nieuwbouwwoningen in Noord-Nederland niet teveel overbodige luxe moeten bevatten. Luxe waardoor de bouwkosten alleen maar hoger oplopen. De uitdrukking *“Doe maar normaal dan doe je al gek genoeg”* past volgens één van de respondenten goed bij de nuchtere mentaliteit van de medioren in Noord-Nederland.

Vanuit de kant van de corporaties wordt de meeste vraag naar huisvestingsmogelijkheden voor medioren en senioren gesignaleerd. Zij noemen ook dat er juist meer medioren zijn die hun woning willen verkopen en de huurmarkt willen betreden. Zowel in de sociale huur als de vrije huursector. De corporaties stellen bij nieuwe ontwikkeling van woningen daarom ook hoge eisen aan woonkwaliteit om zo toegankelijkheid en levensloopbestendigheid te kunnen garanderen. Strengere eisen bovenop het bouwbesluit zorgen ervoor dat een woning voor langere tijd geschikt is voor de medioren en senioren. De behoedzame houding van financiers heeft er echter voor corporaties voor gezorgd, dat het financieren van projecten voor de vrije sector erg moeilijk is geworden. De focus ligt daarom nu voornamelijk op de sociale huursector. Wat betreft zorg wil men het liefst zo lang mogelijk thuis blijven wonen in plaats van zoeken naar huisvesting waarin zorg is inbegrepen. Extramurale zorg wordt daarom steeds populairder.

Er zijn mogelijkheden voor de vastgoedbelegger

Vanuit de kant van de (institutionele) vastgoedbeleggers is er ook sprake van interesse in huurwoningen voor medioren en senioren. Zij zijn echter nu nog erg terughoudend en investeren in dergelijk vastgoed zou mogelijk op langere termijn interessanter worden. Hierbij zijn de criteria volgens een ontwikkelaar vaak een huurprijs tussen de 650 en 1000 euro en ligging in Randstedelijk gebied. De reden voor de switch van commercieel vastgoed naar woningen en zorgvastgoed zou volgens één van de respondenten de forse leegstand in de kantorensector zijn.

Met toekomstbestendige woningen kan de belangstelling van de belegger gewekt worden wanneer de woning bijvoorbeeld over 20 jaar gemakkelijk aangepast kan worden van een ‘mediorenwoning’ naar een starterswoning. Belangrijk bij de bouw van de woning is in dit geval dat de indeling van de woning gemakkelijk aangepast moet kunnen worden op deze nieuwe toekomstige doelgroep. Daarnaast moeten de woningen in een stedelijk gebied in de buurt van voorzieningen worden gebouwd. De woonwensen tonen wat betreft locatie zeker overeenkomsten met de woonwensen van jongeren. De voordelen voor de belegger zijn in dit geval dat er een gegarandeerde verhuur is voor langere termijn en de woningen hebben een gunstige prijs bij het uitpanden omdat de woningen voor meerdere doelgroepen geschikt zijn of makkelijk zijn aan te passen. Het feit dat retailvastgoed niet immuun blijkt te zijn voor de crisis zorgt voor optimisme bij één van de geïnterviewde personen: *“De crisis zorgt wat dat betreft eerder voor kansen dan bedreigingen wat betreft interesse vanuit de beleggershoek”*.

Een geheel andere inzicht wat betreft kansen voor de belegger is volgens één van de respondenten investeren in zorgvastgoed voor aparte leefgemeenschappen met zorg- en wellnessarrangementen. Voor een dergelijk beleggingsobject in Dedemsvaart worden momenteel beleggers gezocht. De achterliggende gedachte is dat de belegger hier uiteindelijk zelf kan gaan wonen wanneer zijn vraag naar zorg toeneemt. Tot die tijd kan er resultaat behaald worden uit de verhuur. Het voordeel is dat de onzekerheid over de pensioenfondsen hiermee deels worden ondervangen. De kosten die men anders op een later moment moet maken voor zorg, worden nu al gemaakt en zullen nu lager liggen dan over bijvoorbeeld 10 of 20 jaar.

Er zou genoeg kapitaal in de stenen zitten

Landelijk gezien zou er volgens sommige partijen sprake zijn van een groei van de medioren en daarbinnen een stijging van het aandeel met een bovenmodaal inkomen. Tegelijkertijd wordt op nationaal niveau gesignaleerd dat medioren vaak een koopwoning achterlaten waarop doorgaans geen of nog slechts een geringe hypotheek rust. De genoemde generatie heeft gebruik kunnen maken van premie A en B regelingen. Hiermee werd in de jaren zeventig het woningbezit gestimuleerd omdat dit, vergeleken bij omliggende landen, schrikbarend achter bleef. Zelfs de mensen met een twee onder één kap woning hadden hier voordeel aan waardoor ook deze mensen op den duur doorschoven naar een nóg duurdere woning of zelf een woning lieten bouwen. Er zit dus

wel degelijk veel kapitaal opgeslagen in de stenen bij deze doelgroep en er zijn ook zeker veel dure huizen bewoond door deze doelgroep. Deze overwaarde zou volgens sommigen prima ingezet worden bij een verhuisbeslissing. Hierdoor worden (welvarende) medioren een interessante doelgroep voor commerciële partijen om woningen voor te bouwen. Het is volgens hen de groep die momenteel het meest te besteden heeft, maar zeer specifieke woonwensen heeft. Echter is dit ook de gedachtegang van de medioren? Zou er niet eerder gevreesd moeten worden voor daling van de overwaarde van de eigen woning wat vervolgens de nodige druk zet op de vraag naar nieuwe woningen?

Een misschien wel realistischer beeld dat ook gevormd wordt is dat deze kapitaalkrachtige woningbezitters toch liever blijven zitten waar ze zitten. Het is namelijk een erg groot risico dat een nieuwe woning duurder wordt door een hogere hypotheek, terwijl men naar alle waarschijnlijkheid het liefst een zo laag mogelijke hypotheek wil. Dus het bouwen van nieuwe woningen zou wel interessant zijn mits, de kosten van een nieuwe woning lager zijn dan de huidige. De markt voor het midden en laagsegment ligt vanuit deze optiek meer open voor bouwers om op in te spelen en zo differentiatie aan te brengen in de woningvoorraad. Dit wordt nog eens versterkt doordat de helft van de corporaties de komende jaren volgens Stec Groep (2011) geen extra actie gaan ondernemen om deze doelgroep te huisvesten. Tien procent van de sociale huurwoningen mogen namelijk nog maar worden toegewezen aan huishoudens met een inkomen dat hoger is dan €33.000,-.

Volgens één van de respondenten is er in het noorden geen markt voor dure koopwoningen, dit is eerder te verwachten in het midden van het land. De echte welvarende mediator uit Noord-Nederland heeft de markt helemaal niet nodig volgens één van de respondenten: *“Zij blijven in hun dure woning zitten en kopen wel een tweede woning waar gerecreëerd kan worden. Zij geven zich pas over wanneer de zorg echt daadwerkelijk noodzakelijk is en verhuizen dan wel naar een woning die op dat moment aangeboden wordt.”*

Stedelijk gebied met een hoog voorzieningenniveau maar met een dorps karakter

Dat er op een locatie een hoog voorzieningenniveau moet zijn alle partijen het over eens. Meer in detail tredend moeten dit volgens merendeel van de respondenten locaties zijn in stedelijke gebieden met veel levendigheid in de woonomgeving, maar ook ruimte voor ontspanning. Er wordt zelfs genoemd dat medioren steeds vaker de anonimiteit van de stad opzoeken omdat men minder betrokken is in de dorpsgemeenschap. Vaak komt dit doordat kinderen het huis uit zijn gegaan. Dus een stedelijk gebied en bij voorkeur wel met een dorps karakter zou in trek zijn. In het algemeen moet het dus een locatie zijn met niet te veel drukte rondom de woning zijn, echter wel in de buurt van deze drukte. Eén van de respondenten meldt hierover: *“Er zal altijd een groep zijn die de voorkeur geeft aan plattelands wonen, het gros gaat toch voor voorzieningen.”*

Over de vraag hoe dit dan georganiseerd moet worden, zijn de meningen verdeeld. Hoewel de één zweert bij een vrije locatiekeuze, pleit de ander ervoor dat dit toch de keuze van de marktpartijen moet blijven. Het grote voordeel wanneer de woonconsument de locatie zelf kan aanwijzen, is dat de kans dat hij afhaakt aanzienlijk kleiner wordt. De andere kant is dat de ontwikkeling vanaf het vastleggen van de locatie erg lang kan duren wat het risico met zich meebrengt dat men afziet van koop. Verder wordt genoemd dat woningzoekenden het liefst in de plaats blijven wonen waar zij hun leven lang gewoond hebben. Dus wanneer door marktpartijen enkel gefocust wordt op locaties in stedelijk gebied, zouden de mensen uit meer ruraal gelegen gebieden buiten de boot kunnen vallen.

Een tussenliggende oplossing die overigens het meeste toegepast wordt, is dat op basis van eigen marktonderzoek naar de woonwensen een aantal locaties worden getoetst op geschiktheid. Bij het zoeken naar locaties vanuit een eigen netwerk komen gemeenten ook steeds vaker met grond die in bezit is van corporaties, bouwers of ontwikkelaars waarvan de grondprijs vaak veel te hoog ligt. Wanneer de locaties uiteindelijk goedgekeurd zijn kunnen deze voorgelegd worden aan de geïnteresseerden. Het is hiervoor belangrijk een groep eensgezinden samen te brengen die bijvoorbeeld op basis van één bepaald thema overeenkomsten met elkaar hebben, zoals zorg of duurzaamheid. Zo is er toch een keuze wat betreft locatie voor de consument. Tevens heeft de ontwikkelaar op deze manier de gelegenheid om samen met andere stakeholders (beleggers, zorginstellingen, corporaties, gemeenten) vooraf de kaders en prijsklassen vast te stellen en de (on)mogelijkheden in kaart te brengen.

Succesvolle woningkenmerken en succesfactoren van huisvestingsconcepten volgens de respondenten

Met de conceptanalyses is dit beeld al grotendeels vastgelegd, maar deze vraag is ook voorgelegd aan de experts die zelf geen concreet woonconcept in de markt hebben gezet. De antwoorden waren divers en vatten ook deels de achterliggende gedachte van de concepten uit de vorige paragraaf samen.

Dat de doelgroep medioren een interessante, maar tegelijkertijd een erg kritische doelgroep is, zijn bijna alle respondenten het over eens. Een overtuigende meerwaarde in de nieuwe woonomgeving moet daarom aanwezig moeten zijn wat bereikt kan worden door een intensieve benadering en de consument inspraak geven in het bouw- en ontwikkelingsproces. Dus meer vraaggestuurd ontwikkelen, wat wel de nodige extra kosten met zich meebrengt. Vooral het bieden van transparantie en integriteit wordt meerdere keren genoemd in de interviews. Het gaat dan voornamelijk om duidelijkheid wat betreft de kosten wanneer bepaalde woonwensen van medioren uitgevoerd moeten worden. Daarnaast moet de marktpartij zo vroeg mogelijk inzichtelijk maken wat de kaders zijn waarbinnen gebouwd moet worden. Hierdoor komen mogelijke beperkingen niet pas in een later stadium van de ontwikkeling pas naar voren. Dus bijvoorbeeld welke eisen worden er gesteld in het bestemmingsplan, welke woonvormen zijn er mogelijk en binnen welk prijssegment.

De experts is ook gevraagd aan welke kenmerken een woning moet voldoen of wat succesfactoren zijn van een huisvestingsconcept. Deze zijn hieronder opgesomd en zijn gebaseerd op ervaringen en onderzoeken van de marktpartijen. Hiermee wordt duidelijk hoe de marktpartijen verwachten dat de medioren willen wonen. Daarnaast is het van groot belang om bij de ontwikkeling van nieuwe woningen met onderstaande zaken rekening te houden, omdat dit veel kosten kan schelen omdat het ontwerp in een later stadium niet of nauwelijks meer aangepast hoeft te worden. Na de analyse van de vraag in het volgende hoofdstuk wordt duidelijk of de visie van de marktpartijen aansluit op de woonwensen van de medioren in Noord-Nederland.

- 'Reuring' en levendigheid in de woonomgeving
- Ligging in gebied met hoog voorzieningenniveau (zoals winkels, supermarkt, openbaar vervoer, sportvoorziening, biljartclub, zangclub, kaartvereniging)
- Veiligheid is van toenemend belang (bijvoorbeeld geen glas boven 2,20m i.v.m. schoon houden)
- Behoeft aan sociaal contact en sociale activiteiten met soortgenoten (qua interesses, gezondheid, hobby's, etc.)
- Eenvoud en kwaliteit (niet overdreven veel voorzieningen op gebied van energiebesparing en domotica wat de woning onnodig duur maakt, maar wel een hoogwaardige afwerking en een stijlvolle uitstraling. Alleen slimme domotica oplossingen toepassen waardoor zorg op afstand mogelijk is)
- Goedkoop wonen met een klein inkomen, maar veel vermogen
- Grondgebonden en eventueel geschakelde woning om de overgang vanuit de vorige woning minder groot te maken. Men wil de huidige luxe (riante tuin en een garage) nog niet inruilen voor een appartement zonder tuin of kleine buitenruimte, al zijn appartementen in de buitendorpen vaak nog niet aanwezig. Het lagere voorzieningenniveau zal hiermee te maken hebben.
- Woonkamer en slaapkamer aan elkaar gekoppeld en op dezelfde verdieping
- Levensloopbestendigheid (nultredenwoning, relatief weinig grond/tuin en een eenvoudig aan te passen indeling)
- Woning heeft genoeg ruimte om de kleinkinderen te kunnen ontvangen.
- Er moet voldoende bergruimte zijn
- Parkeergelegenheid (de auto moet het liefst voor de deur of in de garage kunnen staan)

3.4 Aanbodzijde verkend

Nu de huidige initiatieven (concepten) verkend zijn en verschillende professionals uit de vastgoedmarkt gevraagd zijn naar hun visie wat betreft huisvesting voor medioren, is een duidelijk beeld ontstaan van de aanbodzijde. Op basis van de gevoerde interviews met de verschillende professionals en de conceptanalyses worden de succes- en faalfactoren volgens de marktpartijen genoemd (zie tabel 4).

Tabel 4: Succes- en faalfactoren volgens de marktpartijen

Succesfactoren	Faalfactoren
Consument moet invloed uit kunnen oefenen op het ontwikkelingstraject wat vertrouwen creëert (via infoavonden, workshops, CPO etc.).	Vanzelfsprekende woonaspecten moeten in de conceptmarketing niet te dominant aanwezig.
Kleinschalig ontwikkelen op basis van locatie-specifieke woonwensen.	Vergroten van inspraak voor consument kan kostenverhogend werken.
Stedelijk gebied met hoog voorzieningenniveau.	Op grote schaal ontwikkelen van woningen.
Vrije keus voor de locatie.	Hoge servicekosten door (verplicht) zorgcomponent.
Bouwen volgens CPO zorgt voor veel keuzevrijheid en hiervoor zijn mogelijk subsidies beschikbaar.	Woonwensen pas bespreken na ondertekening van de koopovereenkomst.
Niet alleen richten op het hoge segment, maar ook midden- en laagsegment (bijv. bouwkosten verlagen d.m.v. een conceptuele bouwstijl).	Optimisme bij ontwikkelaars dat woningen in tijd van crisis goed verkopen.
Bouwer voert gesprekken met eindgebruiker over de woonwensen wanneer de opdrachtgever een corporatie is. Dit creëert keuzevrijheid voor mensen in een minder sterke financiële positie.	Alleen ontwikkelen op basis van generalistisch onderzoek naar de doelgroep medioren (imaginaire vraag) i.p.v. locatie-specifiek onderzoek (concrete vraag).
Duidelijkheid over kosten wanneer specifieke woonwensen kenbaar worden gemaakt (open communicatie en transparantie).	Woningzoekers raken hun huidige woning moeilijk kwijt door stagnatie op de woningmarkt.
Voorfinancieren van ontwikkelkosten en faciliteren bij het dragen van het financiële risico bij onvoldoende deelnemers.	Concept in de markt zetten waarbij alles mogelijk is op gebied van woonwensen en waarvan later pas de (meer)prijzen bekend worden.
Door community-building wordt een inspiratiebron gecreëerd doordat eindgebruikers vooraf hun ideeën onderling kunnen uitwisselen tijdens bijvoorbeeld workshops. Hierdoor ontstaat tegelijk een band tussen mensen die later burens zullen worden.	Een té vrij concept waarin alle keuzes nog open liggen, kan ervoor zorgen dat woonvoorkeuren sterk uiteen lopen waardoor het moeilijk wordt overeenstemming te vinden tussen de verschillende deelnemers.
Organiseren van bedrijfsmatige processen en randvoorwaarden door ontwikkelaar waardoor verschillende woonvormen aangeboden kunnen worden en alleen nog maar aangepast hoeven te worden naar de wens van de eindgebruiker.	Mogelijkheden om de zorgvraag te faciliteren moeten niet té dominant aanwezig. Zorg en services moeten op de achtergrond aanwezig zijn en in de toekomst makkelijk op maat aangeboden kunnen worden. Er moet dus geen 'zorgstempel' op een concept zitten.
Mogelijkheid bieden eigen woning aan te passen.	

3.5 Tot slot

In dit hoofdstuk zijn een zestal concepten geanalyseerd en zijn verschillende professionals uit de vastgoedmarkt geïnterviewd met als doel om inzicht te krijgen hoe marktpartijen inspelen op de verwachte vraag naar huisvesting voor medioren. Op basis van de interviews ontstaat een positief beeld wat betreft de kansen om te ontwikkelen voor medioren. Daarnaast lijken de concepten al aardig goed aan te sluiten op de woonwensen van medioren, al zijn er reeds een aantal vermoedelijke faalfactoren te voorspellen. Vanuit de verschillende diepte-interviews zijn verschillende trends op de woningmarkt en kenmerken van concepten gesignaleerd. Deze worden in hoofdstuk 5 getoetst worden op de specifieke woonwensen van medioren in Midden-Drenthe. De succes- en faalfactoren uit paragraaf 3.4, aangevuld met de conceptkenmerken die verkregen zijn uit de conceptanalyses, zijn hiervoor de input.

4. Casestudie Midden-Drenthe

Na de conceptanalyses en de gesprekken met de marktpartijen, wordt in dit hoofdstuk onderzocht wat de specifieke woonwensen van de medioren zijn, want dat is waar het uiteindelijk om draait. Om een globaal beeld te krijgen van de woonwensen van medioren die woonachtig zijn in Noord-Nederland, is ervoor gekozen om via een casestudie de woningvraag in kaart te brengen in Midden-Drenthe. Aan de hand van de verkenning van de vraagzijde vindt in het volgende hoofdstuk de confrontatie plaats met de aanbodzijde.

4.1 Inleiding

Midden-Drenthe is één van de 62 gemeenten in Noord-Nederland. De reden om te kiezen voor een casestudie is dat voor heel Noord-Nederland veel meer respondenten nodig zijn om betrouwbare uitspraken te doen. Er zijn echter wel op een aantal aspecten overeenkomsten tussen de vraag in Midden-Drenthe en de vraag in Noord-Nederland. Hierdoor vormen de uitkomsten van het onderzoek naar de woonwensen in Midden-Drenthe met een zekere marge ook een beeld van de woonwensen van medioren in gelijkwaardige (plattelands)gemeenten in Noord-Nederland. Dit is de onderzoeksmethode die past binnen de tijdspanne van het afstuderen. Voor een betrouwbaarder beeld van de woningvraag van medioren in Noord-Nederland zou een dusdanig grote steekproef getrokken moeten worden, wat met de beperkte beschikbare middelen en tijd niet mogelijk is.

De situatie op de woningmarkt in Midden-Drenthe wordt eerst in een bredere context geplaatst. De gemeente wordt uitgelicht op gebied van demografische gegevens en woningvoorraad wat de basis vormt voor de toekomstvisie. Vervolgens worden de woonwensen van medioren in Midden-Drenthe in kaart gebracht aan de hand van een bestaande uitgebreide marktverkenning. Via de gemeente is een verbijzondering van het WoON2009 onderzoek verkregen, waarin specifiek voor Midden-Drenthe de woningvraag in kaart is gebracht. Op basis van de uitkomsten van 887 medioren die via een aselecte steekproef zijn getrokken, kunnen generieke uitspraken gedaan worden over de woonwensen van medioren uit deze gemeente. Het onderzoek is in 2009 uitgevoerd door ABF Research in opdracht van de gemeente Midden-Drenthe en verschillende woningcorporaties. De uitkomsten van dit onderzoek worden ook vergeleken met de woonwensen van medioren in heel Noord-Nederland (zie paragraaf 2.2.2) om de betrouwbaarheid te vergroten.

In de volgende paragraaf wordt het bestaande onderzoek van ABF uitgebreid met een zelfstandig uitgevoerd locatie-specifiek veldonderzoek onder verhuigeneigde medioren in Midden-Drenthe. Na de conceptanalyses en de gesprekken met de professionals uit hoofdstuk 3, bleek dat de beschikbare woononderzoeken niet op alle vlakken toereikend waren. Middels een online enquête (zie bijlage 2), is daarom meer relevante data voor dit onderzoek verkregen. Er wordt in het veldonderzoek onder andere ingegaan op thema's als de gewenste ontwikkelingsvorm, inspraak op diverse aspecten en volgen van nieuws via digitale media. Hoewel mensen volgens VROM (2010b) niet direct hun woonvoorkeuren en verhuigewensen aanpassen wanneer er een crisisperiode aantreedt, geeft nieuw onderzoek wel betrouwbaardere uitkomsten.

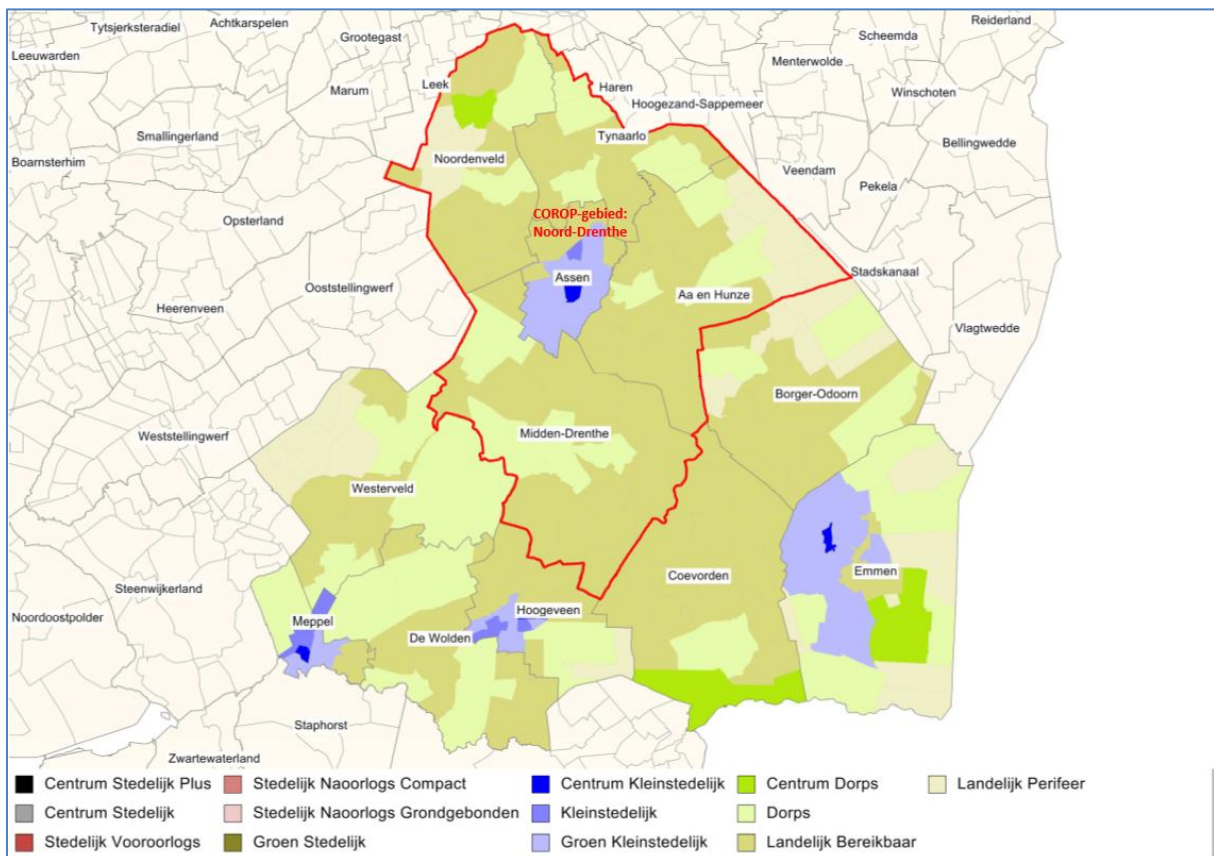
De online enquête is onder meer via Hup & Fidom Garantiemakelaars verspreid onder zo'n 150 medioren in Midden-Drenthe waarvan de meesten op zoek zijn naar een koopwoning. De resultaten van de 32 respondenten die een bruikbare enquête hebben ingevuld, zijn dus een verrijking van het bestaande onderzoek in Midden-Drenthe. De betrouwbaarheid is vergroot doordat er meerdere overeenkomsten zijn aangetoond tussen het eigen veldonderzoek en de onderzoeksresultaten van ABF Research. Daarnaast betreffen het woonwensen van medioren die nú (in 2011) verhuigeneigd zijn en dus nú nadenken over hun woonwensen. De respons is echter wel erg laag om harde uitspraken te doen over de gehele populatie. De uitkomsten van het eigen veldonderzoek geven dus zeker een betrouwbaar beeld van enkel de verhuigeneigde medioren in Midden-Drenthe. Dit aantal is namelijk erg laag in de totale populatie (circa 5% in Midden-Drenthe), maar wel het meest interessant voor ontwikkelaars. Het is verstandig om de uitkomsten van het veldonderzoek met uiterste voorzichtigheid te beschouwen. De resultaten vormen met enige marge ook een beeld voor de gehele populatie. Al met al is het veldonderzoek een interessante aanvulling op de bestaande woononderzoeken.

4.2 Verkenning woningmarkt Midden-Drenthe

De verkenning van de Drentse woningmarkt is hoofdzakelijk gebaseerd op het eerder door ABF Research uitgevoerde woningmarktonderzoek uit 2009. Daarnaast is voor het in kaart brengen van de woningvoorraad ook het omgevingsrapport Midden-Drenthe van de NVM uit 2011 gebruikt. Overige aanvullende gegevens zijn afkomstig van het CBS, indien anders vermeld in de tekst.

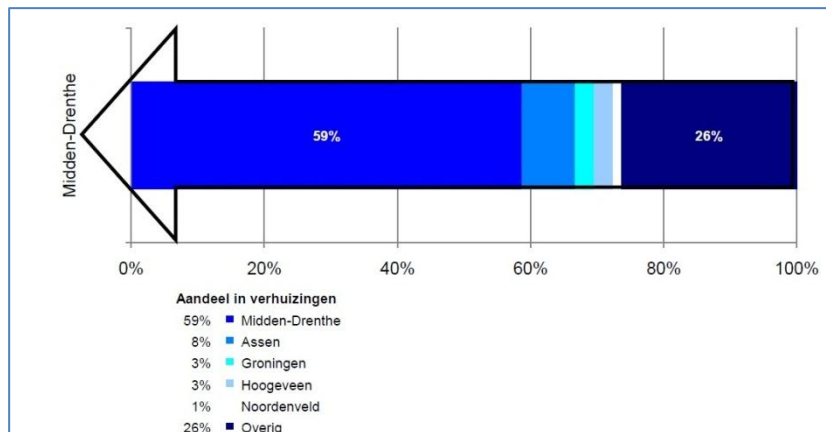
4.2.1 Midden-Drenthe in provinciale context

Tezamen met de gemeenten Aa en Hunze, Assen, Noordenveld en Tynaarlo vormt Midden-Drenthe het COROP-gebied Noord-Drenthe (zie figuur 20). Hierin is Assen de centrale kern met de omliggende gemeenten als verzorgingsgebied. Hierin kan Midden-Drenthe aangewezen worden als plattelandsgemeente omdat het overgrote deel landelijk wonen bestrijkt. De plaatsen Beilen, Westerbork en Smilde zijn hierbinnen de dorps woonmilieus (weinig-stedelijk gebied). Gekeken naar provincie Drenthe als geheel is driekwart van de gemeenten qua woonmilieu vergelijkbaar met Midden-Drenthe. Alleen de gemeenten Assen, Emmen, Hoogeveen en Meppel zijn duidelijk afwijkend qua woonmilieu.



Figuur 20: Woonmilieus provincie Drenthe in 2009 volgens AFB Research (eigen bewerking)

Wanneer gekeken wordt naar het aantal verhuizingen richting Midden-Drenthe, is het overgrote deel afkomstig uit dezelfde gemeente (59%). Het overige deel is afkomstig uit andere gemeenten (zie figuur 21). Daar tegenover staat dat het aantal verhuizingen uit Midden-Drenthe naar Assen en Groningen respectievelijk 10% en 5% is. Hierdoor verliest Midden-Drenthe dus jaarlijks inwoners aan zowel de gemeente



Figuur 21: Verhuizingen in 2009 naar Midden-Drenthe vanuit.. (NVM, 2011)

Groningen als Assen. Daarom is het verstandig om bij de verkenning rekening te houden met de provincie Drenthe, omdat er veel binnen-provinciale verhuizingen zijn.

4.2.2 Demografische ontwikkelingen

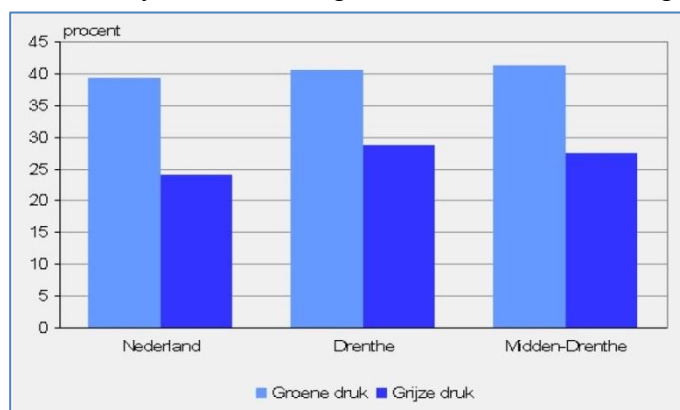
Gekeken naar het aantal inwoners van Midden-Drenthe ten opzichte van de provincie en heel Nederland, valt het op dat het aantal medioren hier hoger ligt dan in de vergeleken regio's. Namelijk 10.277 in 2008 (tabel 5). Bij benadering komt dit uit op ongeveer 4.200 mediorenhuishoudens in 2008 (30,6% van de in totaal 13.750 huishoudens in Midden-Drenthe). Verder blijven de aantallen medioren in de komende jaren tot 2020 ongeveer gelijk: 10.524 medioren in 2010 en 10.495 medioren in 2020 (Provincie Drenthe, 2009).

Tabel 5: Bevolkingsgroepen naar leeftijd in 2008 in regionale en nationale context (CBS, 2009 - eigen bewerking)

	Midden-Drenthe	Drenthe	Nederland
Jonger dan 25 jaar	28,9%	28,7%	30,1%
25 tot 45 jaar	24,2%	25,3%	28,0%
45 tot 65 jaar	30,6%	29,1%	27,2%
65 jaar of ouder	16,3%	16,9%	14,7%
Totaal (%)	100%	100%	100%
Totaal aantal inwoners	33.587	488.135	16.405.399

Wanneer dit naast het aantal binnengemeentelijke verhuizingen wordt gehouden, ligt een stijging in de vraag naar huisvesting voor medioren en toekomstige senioren in lijn der verwachting. Dit beeld wordt ook bevestigd

wanneer gekeken wordt naar de groene en grijze druk (figuur 22). De trend die in Midden-Drenthe zeker al van 2000 tot 2007 is waar te nemen (wanneer gekeken wordt naar het migratiesaldo), is dat het aantal inwoners uit de leeftijdscategorie 15 tot 30 jaar afneemt en het aantal inwoners uit de leeftijdscategorie 30 tot 65 jaar toeneemt. Dit positieve migratiesaldo voor deze laatst genoemde leeftijdscategorie blijkt volgens ABF (2009) grotendeels vanuit andere gemeenten te komen dan Midden-Drenthe zelf.



Figuur 22: Groene en grijze druk (CBS, 2009)

Het totale netto migratiesaldo voor de gemeente Midden-Drenthe was echter in 2008 negatief. Van een krimpgemeente is echter geen sprake als gevolg van de toename van het aantal huishoudens. Dit heeft voornamelijk te maken met de gezinsverdunding door echtscheidingen en toenemende vergrijzing. Het aantal huishoudens is in de periode 2000 tot 2008 met 8% toegenomen en de gemeente schrijft in haar visiedocument Wonen (2010) dat de verwachting is dat het aantal huishoudens de komende jaren blijft groeien. Het aantal huishoudens blijft ook volgens ABF (2009) in Midden-Drenthe stijgen. In 2020 zijn er volgens het onderzoeksbureau in totaal 660 huishoudens bij gekomen. Dat is 5% meer dan in 2010. Hiermee is de groei van het aantal huishoudens in Midden-Drenthe iets lager zijn dan in Drenthe als geheel.

4.2.3 Woningvoorraad

De woningvoorraad, zowel in de gemeente Midden-Drenthe als in de provincie Drenthe, heeft een groot aandeel koopwoningen (zie figuur 23). Hiervan betreft het merendeel eengezinswoningen. Het segment koop ligt hiermee beduidend hoger dan het landelijk gemiddelde (zie tabel 6). Verder kwam de jaarlijkse groei van het aantal woningen in de periode 2000 – 2008 uit op gemiddeld 1% per jaar (ABF, 2009). Hiermee ligt deze groei iets hoger dan het landelijk gemiddelde (0,8%). Verder is het grootste gedeelte van de woningvoorraad gelegen in de dorpse woonmilieus in Midden-Drenthe.

Tabel 6: Samenstelling van de woningvoorraad in 2008 in regionale en nationale context (ABF 2009 – eigen bewerking)

	Midden-Drenthe	Drenthe	Nederland
Koop	67%	66%	57%
Huur	33%	34%	43%
Totaal aantal woningen	13.530	93.420	7.028.610

De uitbreidingen in nieuwbouwwijken die de afgelopen jaren plaatsvonden in Midden-Drenthe bestonden voornamelijk uit vrijstaande en twee onder één kap woningen in de koopsektor (Provincie Drenthe, 2011). Dat de appartementen in aantallen ook ondergeschikt zijn aan (duurdere) grondgebonden woningen blijkt ook uit de kerncijfers van het huidige woningaanbod in de koopsektor, dus inclusief bestaande bouw (zie tabel 7). Opvallend genoeg zijn koopappartementen wel het meest in prijs gedaald ten opzichte van de andere woningtypes. De vraagprijzen van koopappartementen zijn vanaf het 4^e kwartaal 2009 gemiddeld met €100.000 gedaald, terwijl andere woningtypes enkel lichte schommelingen vertoonden (NVM, 2011). Hierbij moet rekening gehouden worden met het feit dat het aantal koopappartementen erg laag is.

Tabel 7: Kerncijfers aanbodzijde koopsektor Midden-Drenthe op 01-01-2011 (Provincie Drenthe, 2011 - eigen bewerking)

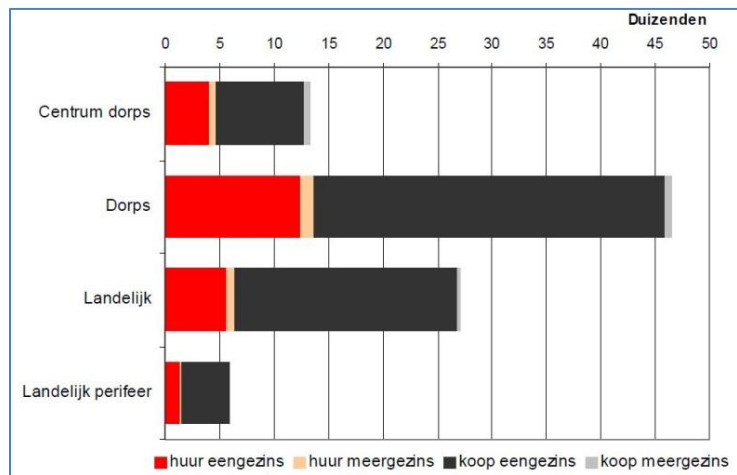
	< €113.400	€113.400 tot €181.500	€181.500 tot €272.300	> €272.300	Totaal
Tussenwoning		17	3		20
Hoekwoning		12	13	1	26
2^1 kap woning / eindwoning		13	68	13	94
Vrijstaande woning	2	7	46	214	269
Appartementen		7	4	6	17
Totaal woningen	2	56	134	234	426

Bij een verwachte stijging van het aantal huishoudens van 0,5% per jaar voor de periode 2010 – 2020, zal in het woonbeleid een duidelijke richtlijn opgesteld moeten worden waar de uitbreidingen plaats gaan vinden. Meer concentratie rondom kerngebieden met als mogelijk gevolg dat gebieden met een laag voorzieningenniveau krimpen, of een eerlijke spreiding over alle woonmilieus. Volgens de prognose van ABF vind de komende 10 jaar een uitbreiding plaats van 562 eengezinswoningen in de koopsektor. Vooral in dorps en landelijk gebied. De

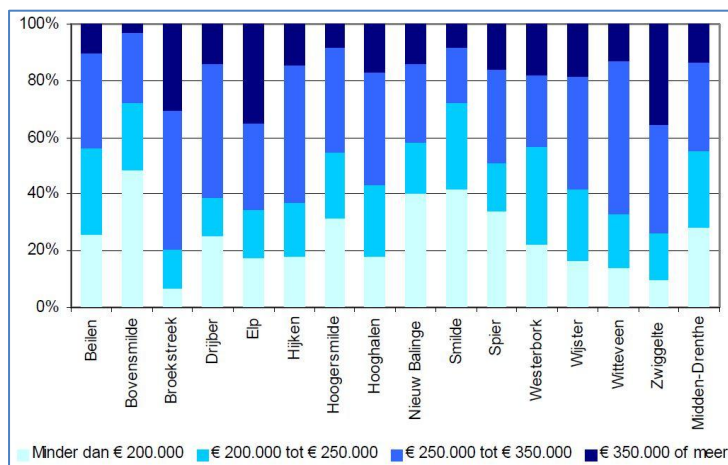
huidige verdeling van bewoonde koopwoningen naar prijsklasse per kern is weergegeven in figuur 24. Het valt op dat in de kernen Bovensmilde, Nieuw Balinge en Smilde de meeste goedkope koopwoningen staan en in Broekstreek, Elp en Zwiggelte relatief de duurste koopwoningen.

Daarnaast zou Midden-Drenthe volgens onderzoek van ABF (2009) moeten uitbreiden met 130 appartementen in de huursfeer, mogelijk als gevolg van een verwachte vraag naar huisvesting door ouderen. Deze toevoeging zou met name in centrum-dorpse en dorpse woonmilieus moeten plaatsvinden.

Marktpartijen spelen hier overigens nog niet op in, wat blijkt uit het aantal afgegeven bouwvergunningen. In 2010 zijn er geen bouwvergunningen afgegeven voor huurwoningen. Het aantal koopappartementen zou de komende 10 jaar met 61 uitgebreid moeten worden.



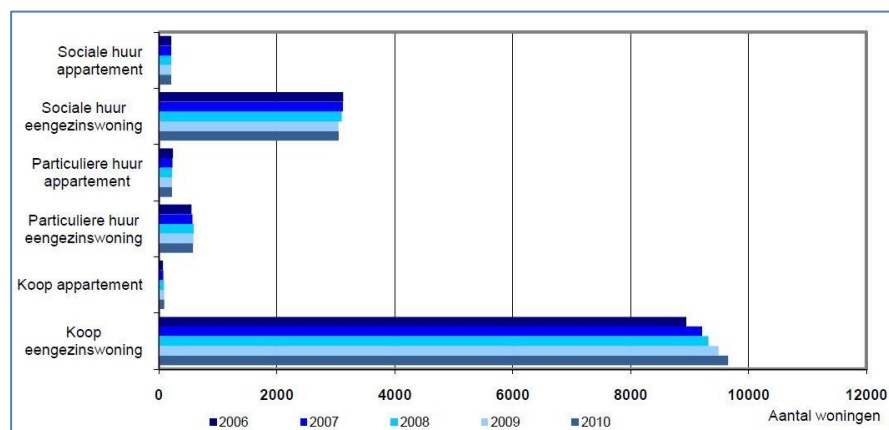
Figuur 23: Woningvoorraad Midden-Drenthe en plattelandsgemeenten per woonmilieu (ABF, 2009)



Figuur 24: Koopwoningen (bewoond) naar prijsklasse per kern in Midden-Drenthe (ABF, 2009)

De behoefte aan koopwoningen is echter wel ongeveer acht maal zo groot als de behoefte aan huurwoningen. Van dit overgrote deel koopwoningen zou de helft onder de €200.000 moeten zijn. Daarnaast zou er wat huurwoningen betreft naast middel dure corporatiewoningen ook vraag zijn naar huurwoningen in de prijsklassen boven de aftoppingsgrens van €475 per maand. Een overzichtelijk beeld van de ontwikkelingen van de woningvoorraad naar woningtype is hieronder weergegeven (figuur 25).

Rekening houdend met de toename van het aantal ouderen en de gezinsverdunding, zoals genoemd in de vorige paragraaf, is de aanname plausibel dat er mogelijk teveel té grote woningen worden aangeboden voor ouderen. Hierdoor is er wellicht meer behoefte aan nieuwe woonvormen, binnen bestaande woonomgevingen, waaronder



Figuur 25: Woningvoorraad Midden-Drenthe naar eigendom en woningtype (NVM, 2011)

appartementen. Nieuwbouw als voorraadtoevoeging zal overigens alleen plaats kunnen vinden mits dit kleine aantallen betreft. Dit zal aan moeten sluiten op de verwachte huishoudensgroei van 660 huishoudens tot 2020 – niet rekening houdend met voorgenomen onttrekkingen aan de woningvoorraad – zodat het woningaanbod de kwantitatieve vraag naar woningen niet overschrijdt. De overige nieuwbouw zal samen moeten gaan met een nagenoeg evenredig aantal onttrekkingen uit de huidige woningvoorraad.

4.2.4 Toekomstvisie woningmarkt Midden-Drenthe

Wanneer de huishoudensgroei wordt gekoppeld aan de groei van het aantal woningen, is de verwachte groei van het aantal woningen op jaarbasis voor de komende 10 jaar gehalveerd vergeleken met de groei van het aantal woningen in de afgelopen 10 jaar. Er zullen dus de komende 10 jaar 50% minder woningen gebouwd moeten worden vergeleken bij de periode 2001 – 2011, niet rekening houdend met eventuele onttrekkingen aan de huidige voorraad. Het accent bij de voorraauditbreiding en vervanging die de komende 10 jaar zal plaatsvinden, zal liggen op de ouderen in de gemeente (zie tabel 8). Daarnaast moet er volgens de provincie Drenthe (2011) wel rekening gehouden worden met de starters op de woningmarkt die het momenteel erg moeilijk hebben aan een geschikte betaalbare woning te komen.

Tabel 8: Bevolkingsopbouw Midden-Drenthe (Provincie Drenthe, 2011)

Leeftijdsgroep	Inwoners januari 2001	Inwoners januari 2011	Inwoners januari 2021
0 tot 20 jaar	8.411	7.931	6.366
20 tot 65 jaar	19.594	19.629	18.013
65 jaar en ouder	4.808	6.021	8.292
Totaal	32.813	33.581	32.671

Hoewel de geschetste woningbehoefte voor Midden-Drenthe in de vorige paragraaf aantoont dat er de komende jaren een uitbreiding van het aantal huishoudens is te verwachten, wordt aangeraden om sceptisch te blijven. De stijging in de vraag naar huisvesting (vooral door de leeftijdscategorie 55+) zal er wellicht zijn, maar het totaalbeeld van de (Drentse) woningmarkt is zorgelijk te noemen. Dit komt door de stagnatie op de woningmarkt (slechte doorstroming, dalende huizenprijzen, daling woningverkoop en oplopende wachtlijsten corporatiewoningen), waardoor rekening moet worden gehouden met een beperkte verhuisgeneigdheid. Er zal meer gestuurd moeten worden op een meer gedifferentieerd woningaanbod, waarin dure grondgebonden woningen nu in overvloed aanwezig zijn. Inwoners met lage en middeninkomens die nu in een huurwoning wonen, zullen nu de stap naar een koopwoning niet nemen omdat het aanbod simpelweg niet toereikend is.

Op basis van een analyse van de demografische ontwikkelingen in Midden-Drenthe en de analyse van de huidige woningvoorraad, kan gezegd worden dat er in de koopsector meer goedkope en middel dure koopwoningen bij moeten komen (ABF, 2009). Hiervan betreft het merendeel eengezinswoningen en een minder groot gedeelte koopappartementen. Wat de huursector betreft moeten er meer appartementen bij komen in de prijscategorie middel duur tot duur (meer dan €475 per maand). Om te controleren of dit beeld ook daadwerkelijk aansluit bij de huidige woonwens van medioren in Midden-Drenthe, zijn de woonwensen van medioren in de volgende paragraaf besproken.

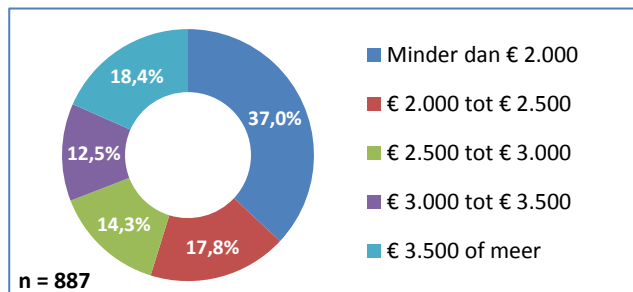
4.3 Woonwensen medioren Midden-Drenthe

In deze paragraaf staan de woonwensen van de medioren in Midden-Drenthe centraal. Het gaat hier om de kwalitatieve vraag van medioren naar huisvesting, dus welke eisen stelt men aan de woning en aan het ontwikkelingsproces. Om deze specifieke vraag van een kritische doelgroep in kaart te brengen is deze paragraaf zowel gefundeerd op bestaand onderzoek als op eigen veldonderzoek in Midden-Drenthe. Op basis van deze uitkomsten kunnen generalistische uitspraken worden gedaan wat betreft de woonwensen van circa 10.275 medioren in Midden-Drenthe.

4.3.1 Woonwensen medioren op basis van woningmarktonderzoek Midden-Drenthe

Waar in de uitwerking van het woningonderzoek van ABF Research ingegaan wordt op de kwalitatieve vraag van alle inwoners naar huisvesting in Midden-Drenthe, is dezelfde dataset nu gefilterd op alleen medioren. Van de 1974 respondenten bleven er 887 over. Met deze data zijn de specifieke woonwensen van medioren in Midden-Drenthe onderzocht. In een aantal gevallen wordt de link gelegd met de eerdere indicatie van de woonwensen van welvarende medioren in Noord-Nederland als geheel (zie paragraaf 2.2.2).

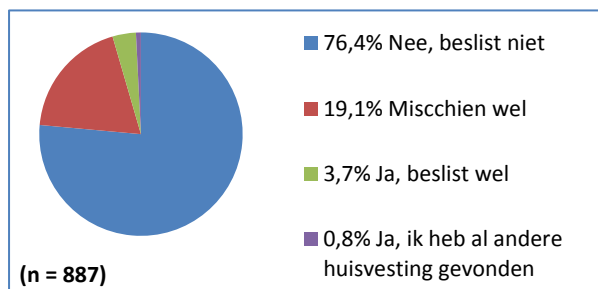
Verder wordt de verdeling van de huidige en gewenste woningtypes verderop in deze paragraaf in percentages en niet in aantallen gegeven. Dit komt omdat woonwensen per individu zijn aangegeven en niet per huishouden. Woonwensen zouden daardoor dus dubbel voor kunnen komen. Op basis van de indeling naar inkomensniveau (zie figuur 26) blijkt dat het aantal medioren met een bovenmodaal inkomen hoog ligt in Midden-Drenthe (circa 30%) ten opzichte van de provincie. Het aantal inwoners met een bovenmodaal inkomen van het totaal aantal inwoners in de provincie is namelijk ongeveer 24% (ABF, 2009).



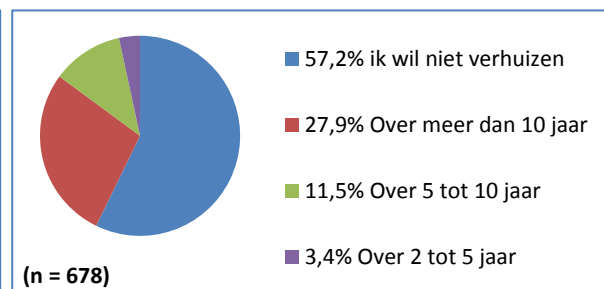
Figuur 26: Huishoudens in Midden-Drenthe naar netto maandinkomen (eigen bewerking)

Woningbehoefte en verhuiscapaciteit

De verhuiscapaciteit onder medioren is (net als in Noord-Nederland) niet erg groot. Voor Midden-Drenthe is dit in onderstaande diagram weergegeven (figuur 27). De medioren die beslist willen verhuizen of reeds andere huisvesting hebben gevonden is nog geen 5%, terwijl 12% van de welvarende medioren in heel Noord-Nederland aangaven binnen twee jaar te willen verhuizen. Als de respondenten worden meegeteld die 'misschien wel' willen verhuizen binnen twee jaar, zou de verhuiscapaciteit echter groter zijn in Midden-Drenthe ten opzichte van Noord-Nederland. Voor Midden-Drenthe betekent dit dat er 380 medioren beslist willen verhuizen binnen nu en twee jaar. 23,1% prefereert een nieuwbouwwoning. Ongeacht de eigendomssituatie en woningtype (sociale huur, luxe koopappartementen etc.) en niet rekening houdend met eventuele onttrekkingen uit de huidige woningvoorraad, zouden er de komende twee jaar op basis van de kwalitatieve vraag 88 woningen gebouwd moeten worden voor medioren in Midden-Drenthe.



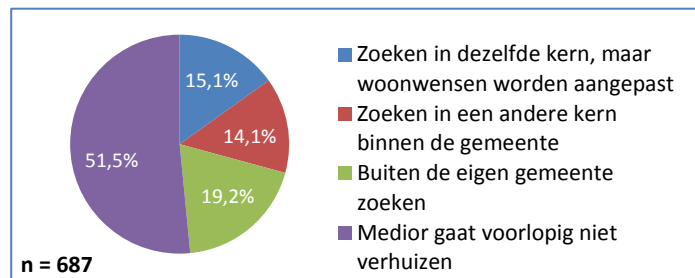
Figuur 27: Verhuiscapaciteit binnen 2 jaar (eigen bewerking)



Figuur 28: Verhuiscapaciteit over 2 jaar (eigen bewerking)

Wanneer echter de medioren die beslist niet willen verhuizen binnen twee jaar worden gevraagd naar de verhuiscens over twee jaar, neemt de verhuiscens aanzienlijk toe (figuur 28). Op basis hiervan zouden 4.398 medioren de komende 10 jaar verhuiscens zijn (42,8%). Hieruit kan geconcludeerd worden dat de verhuiscens van medioren zoals deze in de theorie van Clark & Dieleman (1996) op basis van de wooncarrière en de levenscyclus is besproken, wordt uitgesteld. Daarnaast is het niet meer een verzorgingstehuis waarin met oud wil worden, maar het lijkt er meer op dat men liever zo lang mogelijk zelfstandig wil blijven wonen. Tevens geven 105 van de 388 respondenten (27,1%) aan dat ze verbouwplannen hebben, zodat ze langer in hun huidige woning kunnen blijven wonen. Er is dus naast nieuwbouw ook zeker een markt voor het renoveren en upgraden van woningen van medioren.

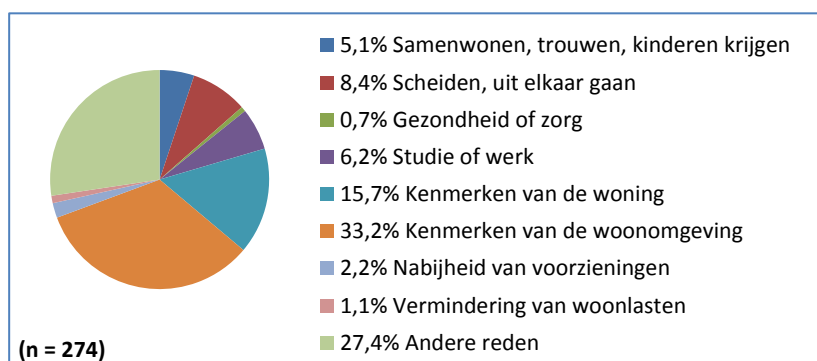
Wanneer een gewenste woning niet wordt gevonden in de gewenste kern, besluit ruim de helft van de medioren voorlopig nog niet te verhuizen (zie figuur 29). Een derde van de medioren blijft op zoek naar een woning binnen dezelfde gewenste gemeente, maar past de woonwensen aan óf de gewenste kern binnen de gemeente. Eén op de vijf medioren gaat (noodgedwongen) op zoek naar een woning buiten de gemeente.



Figuur 29: Alternatieve verhuiscens wanneer er in de gewenste kern geen geschikte woning wordt gevonden (eigen bewerking)

Verhuiscensredenen

Dat bij projectontwikkeling de locatie voorop staat, blijkt ook als de verhuiscensmedioren in Midden-Drenthe worden gevraagd naar hun verhuiscensredenen (zie figuur 30). Het leeuwendeel van de ondervraagden geeft namelijk aan dat de kenmerken van de woonomgeving de voornaamste reden is om te verhuizen net als de medioren in heel Noord-Nederland. Voor ruim



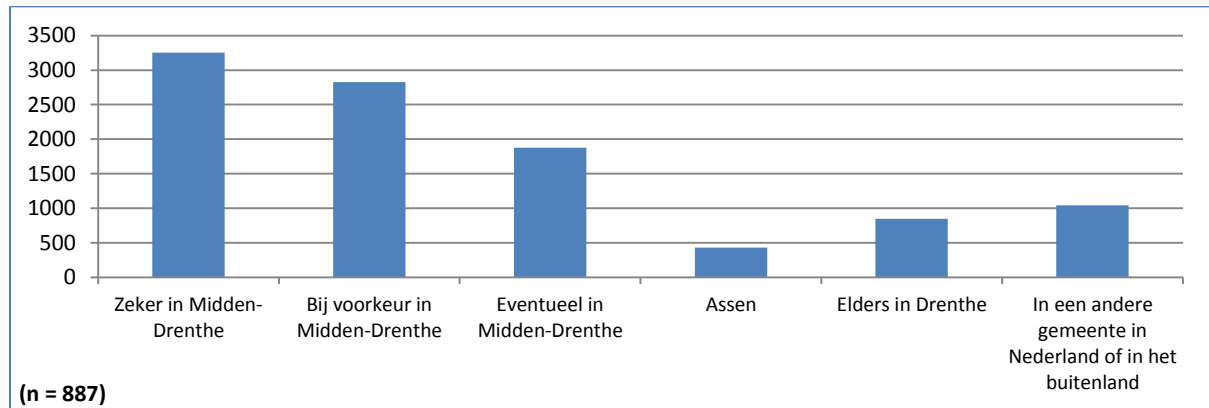
Figuur 30: Hoofdrede voor de verhuiscens (eigen bewerking)

1 op de 6 respondenten zijn de kenmerken van de woning reden om te gaan verhuizen. Uit de conceptanalyses blijkt dat op dit laatste aspect al veel wordt ingespeeld door de woonconsument meer inspraak te geven wat betreft de kenmerken van de woning. In nieuwbouwconcepten heeft de eindgebruiker nu meestal inspraak op zaken als de keuze van het woningtype, oppervlakte, woningindeling en materiaalkeuze. Dit is ook eenvoudiger te verwerken in een concept dan de locatiekeuze, al wordt door sommige aanbieders al gewerkt vanuit de interesse in een bepaalde locatie.

Merkwaardig is het hoge aantal scheidingen dat tot een verhuiscensbeweging leidt. Hoewel dit wel de prognose onderbouwt dat het aantal huishoudens de komende 10 jaar toeneemt ten gevolge van de gezinsverdunding, zou dit kunnen betekenen dat er meer vraag is naar woningen voor eenpersoonshuishoudens. Verder bevestigen de uitkomsten van de verhuiscensredenen de eerder genoemde faalfactor dat huisvesting voor medioren niet direct gelieerd moet zijn aan zorg. Gezondheid en zorg wordt slechts door 0,7% van de respondenten genoemd als reden om te verhuizen, terwijl in heel Noord-Nederland 6% van de medioren aangaf te verhuizen vanwege problemen met de gezondheid of behoefte aan zorg. Andere redenen (27,4%) die door medioren worden genoemd zijn in het woningmarktonderzoek van ABF niet gespecificeerd.

Locatie

In onderstaand figuur 31 is weergegeven aan welke plaats de medioren in Midden-Drenthe de voorkeur geven.



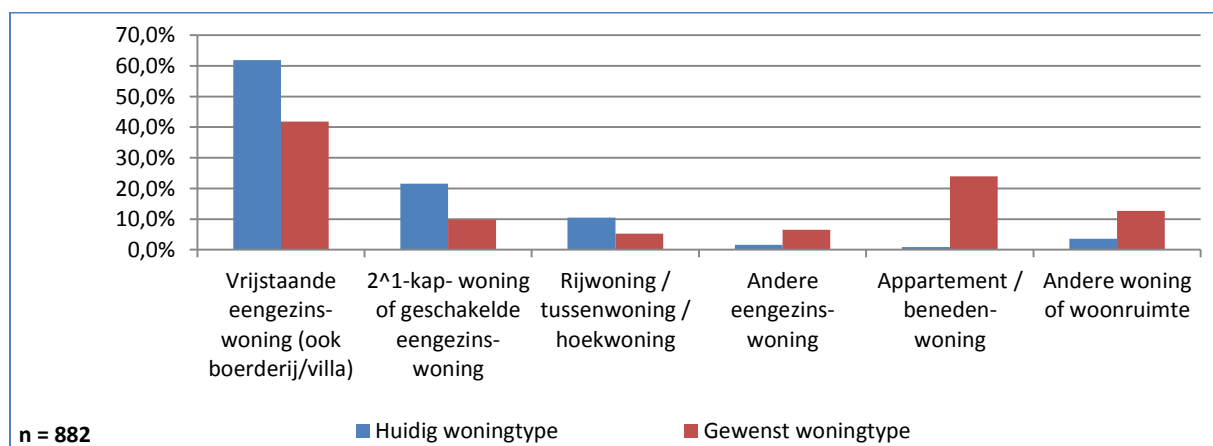
Figuur 31: Voorkeursgemeente medioren Midden-Drenthe in aantallen van de populatie (eigen bewerking)

Duidelijk wordt dat een groot gedeelte (31,7%) van de (toekomstige) mediorenhuishoudens de gemeente zeker niet wil verlaten, terwijl het overgrote deel van de medioren de eigen gemeente zeker niet uitsluit als toekomstige woonplaats (45,8%). De meeste medioren zijn dan ook blij met hun huidige woonomgeving en binnengemeentelijke verhuizingen zullen daarom ook het vaakst voorkomen. Wanneer nu naar de specifieke vestigingsplaats wordt gevraagd in Midden-Drenthe, blijkt Westerbork met 27,8% de meest populaire plaats om te vestigen. De tweede populaire plaats is Beilen (20,2%) gevolgd door Smilde (7,3%). 12,2% geeft aan geen voorkeur te hebben wat betreft vestigingsplaats. Bijna 20% is ervan overtuigd dat de nieuwe woning in een andere gemeente dan Midden-Drenthe zal staan en ruim 4% heeft een onbetwiste voorkeur voor Assen.

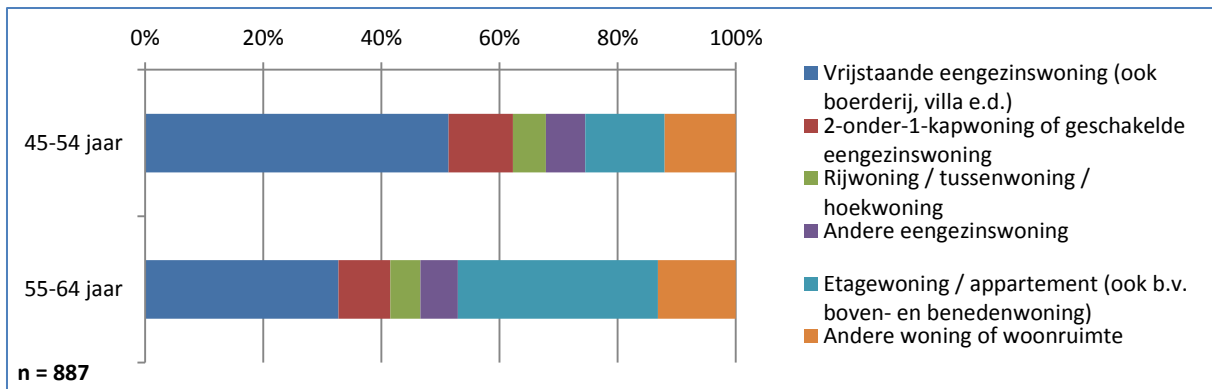
Woningtype

De meeste medioren in Midden-Drenthe hebben nog steeds een voorkeur voor een vrijstaande eengezinswoning, echter is er in dit segment wel de grootste daling waar te nemen (zie figuur 32). Van de ruim 60% van de medioren die nu een vrijstaande eengezinswoning hebben, geeft ongeveer twee derde in 2009 aan dat de gewenste woning weer eenzelfde woning moet zijn. De daling van 20% is terug te vinden als stijging in het woningtype 'appartement / benedenwoning'. Ditzelfde beeld is overigens ook te herkennen wanneer de welvarende medioren in Noord-Nederland worden gevraagd naar hun gewenste woningtype.

Dat de stijging wat betreft interesse voor een appartement te maken heeft met leeftijd, blijkt ook wanneer de leeftijdscategorie 45 – 65 jaar wordt opgesplitst (zie figuur 33). Hierin is duidelijk te zien dat medioren tussen de 45 en 55 jaar al wel interesse hebben voor een appartement, maar dit is bij de medioren tussen 55 en 65 jaar al meer dan verdubbeld.



Figuur 32: Huidig en gewenst woningtype medioren Midden-Drenthe (eigen bewerking)

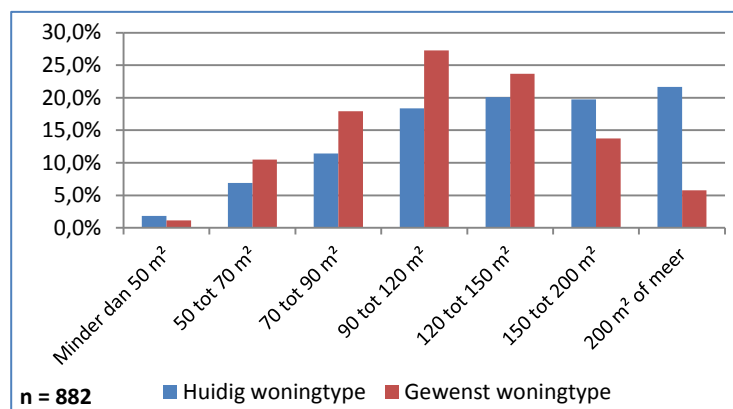


Figuur 33: Gewenst woningtype per leeftijdscategorie (eigen bewerking)

Van de ondervraagde medioren in Midden-Drenthe geeft ongeveer 5% van de respondenten aan dat de huidige woning nu speciaal bestemd is voor ouderen. Opvallend is dat meer dan de helft (54%) van de ondervraagde medioren aangeeft dat de volgende woning speciaal voor ouderen bestemd moet zijn, ongeacht het woningtype. Dit terwijl de welvarende medioren in Noord-Nederland over het algemeen nog niet op zoek is naar een ouderenwoning. Hiervan geeft 16% aan dat de volgende woning een ouderenwoning moet zijn. Dit verschil is grotendeels te verklaren doordat medioren in het woononderzoek in Midden-Drenthe ook gevraagd worden naar de verhuisgeneigdheid over twee jaar. Hierdoor wordt de respondent geprikkeld om ook op lange termijn de woonbehoefte aan te geven. In het WoON2009 onderzoek wordt vooral ingegaan op de woonbehoefte op korte termijn (verhuisgeneigdheid binnen twee jaar).

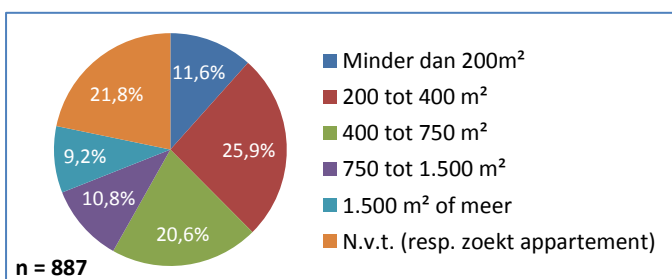
Kenmerken nieuwe woning

Uit onderstaande gegevens blijkt dat een woning met een oppervlakte tussen de 90 en 150 m² het meest in trek is bij de doelgroep (zie figuur 34). Zo'n 2.800 medioren wonen het liefst in een woning met een oppervlakte tussen de 90 en 120 m². De grotere woningen zijn beduidend minder in trek, aangezien in deze categorieën een daling is waargenomen. De woningen met een omvang van 200 m² of meer dalen hierin het meest in populariteit. Het ligt dan ook in lijn der verwachting dat er de komende 10 jaar



Figuur 34: Huidige en gewenst woonoppervlak (eigen bewerking)

veel (vrijstaande/grondgebonden) riante woningen te koop worden aangeboden. Dit werd overigens ook al in de analyse van de huidige woningvoorraad aangetoond waarin vrijstaande woningen met een vraagprijs van meer dan €272.300 het meest werden aangeboden. Dit gegeven in combinatie met de gestegen interesse naar appartementen onder medioren duidt erop dat er binnen nu en tien jaar een verhuisbeweging ontstaat van vrijstaande woningen naar gelijkvloerse woningen (appartementen) met een oppervlakte tussen de 90 en 150 m². Op de vraag of de nieuwe woning gelijkvloers moet zijn, gaf 70% aan dat dit een vereiste is.



Figuur 35: Gewenste kavelgrootte nieuwe woning (eigen bewerking)

De interesse in appartementen wordt bevestigd wanneer respondenten gevraagd worden naar de gewenste kaveloppervlakte (zie figuur 35). Het overgrote deel (25,9%) dat vooralsnog graag in een grondgebonden woning woont, heeft een sterke voorkeur voor een kavel tussen de 200 en 400 m². Gevolgd door een kaveloppervlakte tussen de 400 en

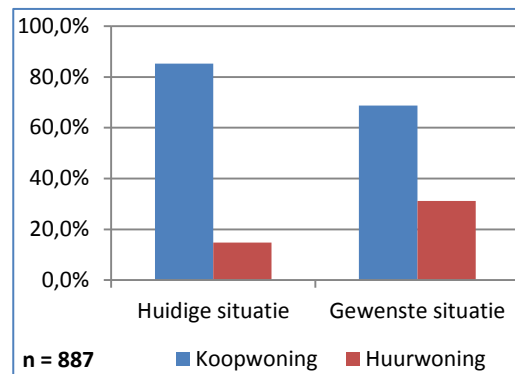
750 m². Eén op de vijf medioren prefereert een woning op een kavel van 750 m² of meer. Dit sluit tevens aan op de gematigde interesse in vrijstaande woningen, veelal voorzien van een grote tuin. De mediaan van het aantal gewenste kamers waarover een nieuwe woning moet beschikken komt (net als voor de medioren uit Noord-Nederland) uit op 4 kamers. Dit sluit eveneens aan op de eerdere constatering dat grotere woningen minder in trek zijn. Het aantal gewenste woningen met 6 of meer kamers is fors gedaald vergeleken bij het aantal woningen met 6 of meer kamers die medioren nu bezitten of huren. De daling in het gewenste aantal kamers in een nieuwe gewenste woning kan verklaard worden doordat kinderen het ouderlijk huis verlaten.

Huren of kopen?

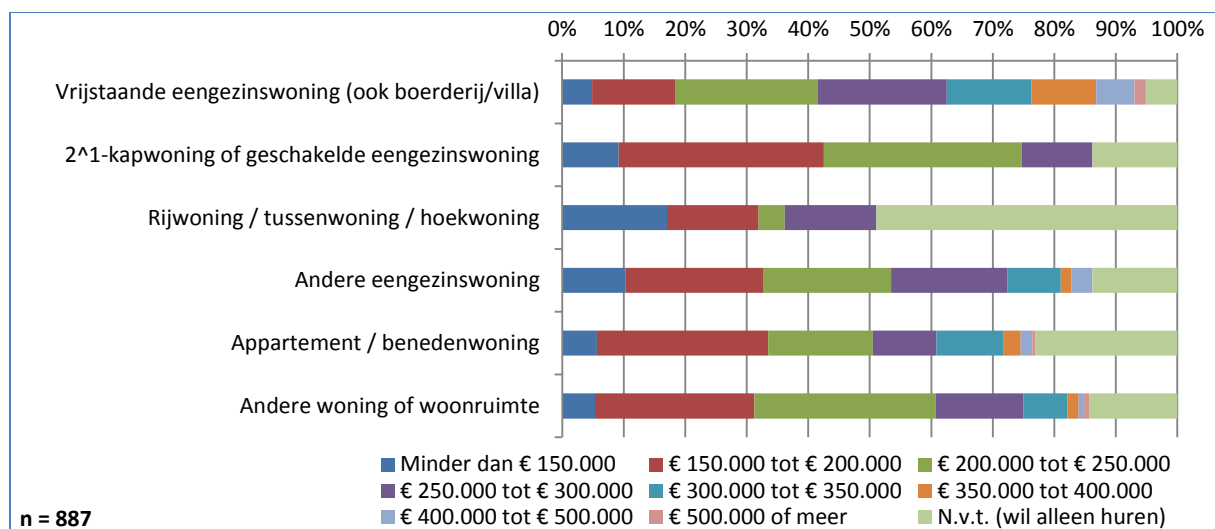
Dat de marktpartijen hoofdzakelijk inspelen op de vraag naar woningen van medioren in het koopsegment lijkt een logische keuze, omdat een koopwoning nog steeds door de meeste medioren geprefereerd wordt (zie figuur 36). Echter er is een verdubbeling waar te nemen in het aantal medioren dat liever in een huurwoning woont. Zo'n 3.200 medioren zouden nu het liefste huren, terwijl er op dit moment zo'n 1.520 woningen worden verhuurd aan medioren in Midden-Drenthe. Dit betreffen echter overwegend huurwoningen in de sociale huur. Van de 453 respondenten die aangaven voor welke maandelijkse huur zij graag zouden willen huren, geeft 90% aan dat de huurprijs onder de €648 per maand moet liggen. Slechts 10% van de medioren dat het liefste wil huren,

zoekt een huurwoning met een huurprijs boven de maximale huurgrens voor de huurtoeslag in 2009 van €648 per maand. Dat zijn in de gemeente Midden-Drenthe zo'n 320 medioren. Dat duurdere huurwoningen maar in beperkte mate in trek zijn bij medioren bleek eerder al uit de woonwensenanalyse van medioren in heel Noord-Nederland. Van de medioren met een bovenmodaal inkomen gaf 12% aan geïnteresseerd te zijn in een huurwoning. Hiervan zocht in 2009 20% een woning met een huur boven de €800.

De interesse in koopwoningen is gedaald. De reden zal zeker te maken hebben met de onzekerheid op de woningmarkt, maar daarnaast zijn er ook medioren die liever het geld dat in de stenen zit vrijspelen. De helft van de ondervraagde medioren uit Midden-Drenthe geeft aan dat de koopprijs van een eventuele andere woning onder €250.000 moet liggen. Slechts 10% zou een woning van meer dan €350.000 kopen bij een eventuele verhuisbeweging. De verdeling van gewenste koopwoning naar gewenste koopprijs geeft een duidelijk beeld van wat de medioren voor een bepaald woningtype willen betalen (zie figuur 37).



Figuur 36: Huidige en gewenste eigendomssituatie (eigen bewerking)



Figuur 37: Gewenste koopwoning naar gewenste koopprijs (eigen bewerking)

4.3.2 Woonwensen medioren op basis van eigen onderzoek

In deze paragraaf wordt een aantal aspecten van het veldonderzoek onder verhuisgeneigde medioren uit Midden-Drenthe uitgelicht, waardoor het bestaande onderzoek wordt verrijkt. Er wordt hoofdzakelijk ingegaan op onderwerpen die niet in het onderzoek van ABF behandeld zijn. De totale respons was 69 respondenten, waarvan 53 de vragenlijst volledig hebben ingevuld. Van deze 53 respondenten vallen er 43 in de leeftijdscategorie 45 – 65 jaar. Hiervan wonen 32 verhuisgeneigde medioren in de gemeente Midden-Drenthe, waarvan de woonwensen zijn onderzocht. Eerst wordt hieronder een vergelijking gemaakt met het woningmarktonderzoek van ABF Research uit 2009 (tabel 9), dat in paragraaf 4.3.1 als input is gebruikt. Hiermee wordt de betrouwbaarheid van het eigen onderzoek vergroot.

Tabel 9: Vergelijking variabelen woningmarktonderzoek ABF en eigen woonwensenonderzoek (eigen bewerking)

	Woningmarktonderzoek ABF Midden-Drenthe in 2009	Eigen woonwensenonderzoek Midden-Drenthe in 2011	Absoluut verschil
Verhuisgeneigd binnen 2 jaar	23,6%	43,2%	19,6%
Verbouwen i.p.v. verhuizen	27,1%	21,6%	5,5%
Verhuisredenen: huidige woonomgeving of woning voldoet niet meer aan wens	48,9%	47,8%	1,1%
Medior zoekt een koopwoning	68,8%	83,8%	15,0%
Gewenst koopsegment: €150.000 - €250.000	43,3%	35,5%	7,8%
Gewenste woning is nieuwbouw	23,1%	21,6%	1,5%
Medior zoekt een appartement of gelijkvloerse woning	23,9%	27,0%	3,1%

Uit de tabel blijkt dat er zowel verschillen als overeenkomsten zijn. Enerzijds kunnen de verschillen verklaard worden door de te kleine steekproef in het eigen onderzoek, anderzijds is er de afgelopen jaren veel veranderd op de Nederlandse woningmarkt. De hogere verhuisgeneigdheid in het eigen onderzoek is te verklaren doordat er met name medioren zijn benaderd in Midden-Drenthe die voorkomen in het klantenbestand van makelaars. Dit is eveneens de reden waarom het aantal medioren dat een koopwoning zoekt hoger is. Over het algemeen zoeken mensen die bij een makelaar ingeschreven staan, vaker een koopwoning dan een huurwoning. De andere variabelen die zijn vergeleken vertonen kleinere verschillen. Hierdoor zijn er dus meerdere overeenkomsten aangetoond waardoor de betrouwbaarheid van het eigen onderzoek is vergroot.

Ruimtelijke inert gedrag

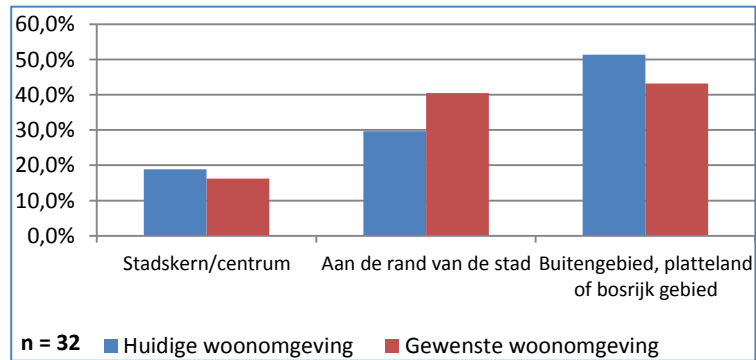
De respondenten die niet willen verhuizen geven als reden voor dit mindere verplaatsingsgedrag, dat zij tevreden zijn met de huidige woning. Geen van de respondenten gaf aan dat de verkoop van de huidige woning moeilijk verloopt, de financiering voor de nieuwe woning lastig is of dat de woning die men zoekt niet wordt aangeboden. Zelfs wanneer alle niet-verhuisgeneigde medioren samengenomen worden (dus ongeacht woongemeente en leeftijdscategorie) geven alle respondenten 'tevredenheid over de huidige woning' als reden voor het mindere verplaatsingsgedrag. Het lijkt er dus op dat de problemen op de woningmarkt voor de respondenten niet hoofdzakelijk de reden is waarom men niet verhuist.

Verhuisredenen

In het woningmarktonderzoek van ABF had 27,4% een andere verhuisreden dan de gegeven antwoordmogelijkheden. Eerder in dit onderzoek werd al een aantal keer de mogelijke verhuisredenen genoemd van het vrijspelen van kapitaal door verkoop van de huidige woning. In het eigen onderzoek gaf één op de drie respondenten dit als verhuisreden op. De andere belangrijkste redenen zijn: dichter bij vrienden/familie/werk wonen, scheiden en een te grote tuin. Behoeftes aan zorg als gevolg van fysieke beperkingen wordt door geen van de respondenten als reden opgegeven om te verhuizen. Dit strookt eveneens met de uitkomsten van het woningmarktonderzoek van ABF.

Woonomgeving

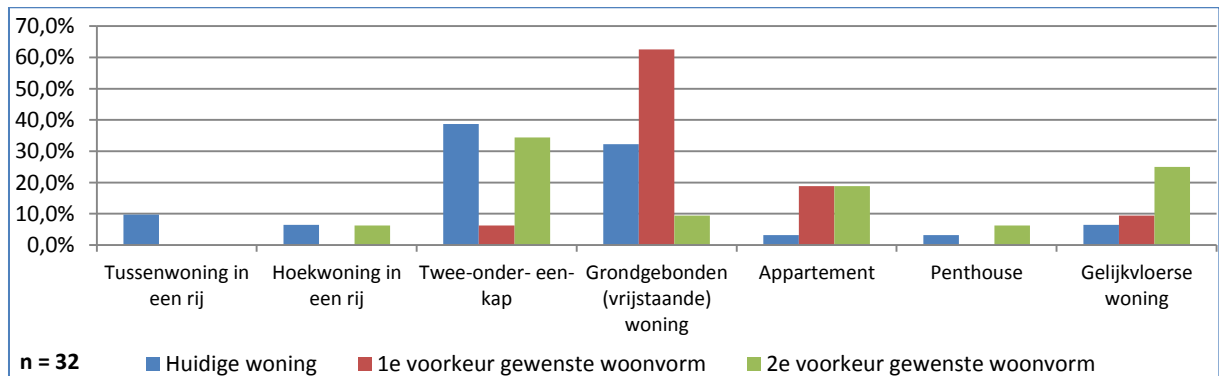
Wanneer de respondenten uit het eigen onderzoek gevraagd wordt naar de gewenste woonomgeving, valt het op dat een woning aan de rand van de stad meer in trek is. Het buitengebied is nog steeds de meest gewilde woonomgeving van medioren in Midden-Drenthe al is interesse hierin wel afgenomen (zie figuur 38). Eerder bleek uit de conceptanalyses dat volgens de marktpartijen een stedelijk gebied met een hoog voorzieningenniveau door de medioren over het algemeen het meest geliefd is. De uitkomsten van het eigen onderzoek spreekt dit in zekere mate tegen aangezien de interesse in de stadskern/centrum als woonomgeving is gedaald.



Figuur 38: Huidige en gewenste woonomgeving van medioren uit Midden-Drenthe o.b.v. eigen onderzoek (eigen bewerking)

Woningtype

Uit het eigen onderzoek blijkt ook – net als uit het onderzoek van ABF – dat de vraag naar appartementen en gelijkvloerse woningen toeneemt onder medioren (zie figuur 39). Ook blijft een grondgebonden (vrijstaande) woning het vaakst de eerste voorkeur. Wanneer de medior in Midden-Drenthe gevraagd wordt naar de tweede voorkeur is een stijging in het aandeel ‘twee-onder-een-kap’ waar te nemen. Dit zijn de medioren die bij de eerste voorkeur kozen voor een grondgebonden (vrijstaande) woning. Opvallend is de stijging in het type ‘gelijkvloerse woning’ als tweede voorkeur. Dit duidt toch mogelijk op een levensloopbestendige woning waarin men zolang mogelijk kan blijven wonen. Dit hoeft dan niet per sé een appartement te zijn, maar eerder een bungalow of een patiowoning met één grondgebonden woonlaag. Een woontoren of een multifunctioneel complex met (zorg)appartementen en verschillende voorzieningen, zoals zorgpraktijken, wellness voorzieningen en een winkelcentrum wordt door geen van de respondenten als gewenste woonvorm opgegeven.



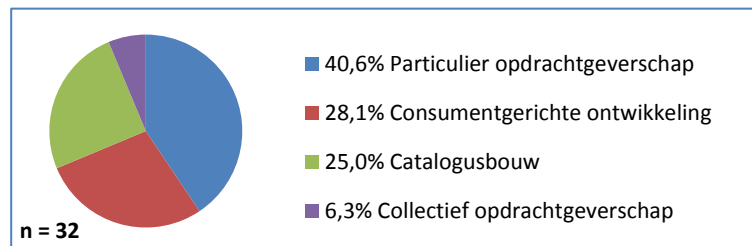
Figuur 39: Huidige en gewenste woonvorm van medioren uit Midden-Drenthe o.b.v. eigen onderzoek (eigen bewerking)

Mogelijke zorgvraag

In het onderzoek van ABF is de vraag niet aan de orde gekomen of de woning in de toekomst aangepast moet kunnen worden aan een mogelijke zorgvraag. Een kwart van de respondenten gaf aan dit ‘zeer belangrijk’ te vinden ongeveer de helft vindt dit ‘belangrijk’. Een kwart denkt hier nog niet over na. Op basis van deze uitkomsten kan geconcludeerd worden dat het voor een ontwikkelaar belangrijk is om na te denken over mogelijkheden om een woning aan te passen aan een toekomstige zorgvraag. Domotica kan hierin een oplossing bieden, alleen vinden niet alle respondenten dit even belangrijk. Eén op de vijf respondenten vindt dit zelfs (zeer) onbelangrijk en bijna een derde denkt hier nog niet echt over na. Het is belangrijker om ervoor te zorgen dat de woning op langere termijn makkelijk aangepast kan worden, zodat er langer in geleefd kan worden en zorg makkelijk aangeboden kan worden.

Ontwikkelingsvorm

De respondenten uit het eigen onderzoek hebben een voorkeur voor particulier opdrachtgeverschap (zie figuur 40). Hierbij koopt de medior zelf de grond aan en kiest met welke partijen hij of zij samenwerkt tijdens de ontwikkeling en bouw van de woning.



Figuur 40: Gewenste ontwikkelingsvorm van medioren uit Midden-Drenthe o.b.v. eigen onderzoek (eigen bewerking)

De ontwikkelingsvorm waarbij de ontwikkelaar via de woonwensen een

plan maakt en waarbij de medior medezeggenschap heeft (consumentgerichte ontwikkeling), wordt door 9 van de 32 respondenten als meest aansprekende vorm aangewezen. CPO, waarvoor in de provincie Drenthe de subsidie vanaf januari 2012 wordt stopgezet, is de minst gewenste vorm van ontwikkelen. De keuze van afschaffing van deze subsidie lijkt op basis van dit onderzoek dan ook een juiste keuze.

Bij de keuze van de gewenste ontwikkelingsvorm geeft de helft van de respondenten aan dat het maximaliseren van de keuzevrijheid het belangrijkste is. Het gaat hier om keuzes als 'gewenste voorzieningen in de buurt', 'woningindeling', 'esthetiek' en 'services en diensten'. Zo'n 40% geeft aan dat bij de keuze van de ontwikkelingsvorm het minimaliseren van de kosten het belangrijkste is. Hieruit kan geconcludeerd worden dat de woonconsument zeker enige vorm van keuzevrijheid wil hebben, maar dat dit niet moet resulteren in extreem hoge ontwikkelkosten. Op de vraag of de ondervraagde medior meer wil betalen als men meer inspraak krijgt, gaf de helft aan hiertoe bereid te zijn.

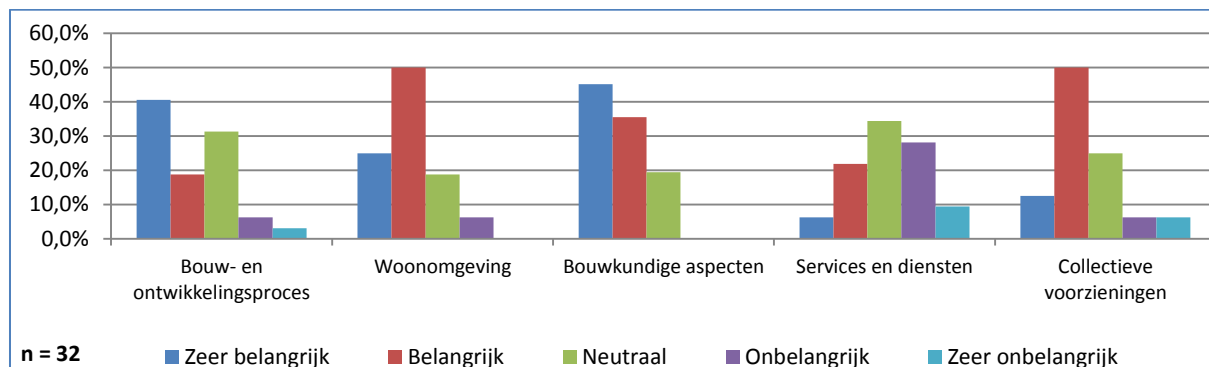
Verder is gebleken dat een overgrote meerderheid van de ondervraagde medioren het zeer belangrijk vindt dat hij of zij op de hoogte wordt gehouden van nieuwe ontwikkelingen omtrent de bouw en ontwikkeling van hun woning via digitale media. Hierbij valt te denken aan digitale nieuwsbrieven, sociale media en een projectwebsite. Gedurende dit onderzoek is gebleken dat via de moderne sociale media de woonconsument laagdrempelig benaderd kan worden. Uit de conceptanalyses bleek dat marktpartijen hiermee aan het experimenteren zijn door een community op te richten waar potentiële kopers elkaar ontmoeten. Dat dit naast de standaard marketingstrategie een interessante nieuwe manier van doelgroepbenadering is, blijkt dus ook uit dit onderzoek.

Inspraak woonconsument

Sommige marktpartijen vereisen een verplichte actieve deelname gedurende het ontwikkelingsproces. Van de ondervraagde medioren vindt 28,1% het inderdaad fijn dat hij of zij actief kan deelnemen. 62,5% vindt het echter fijner om alleen hun woonwensen door te geven en vervolgens niet actief deel te nemen in het ontwikkelingsproces. Slechts een kleine minderheid is nog geïnteresseerd in een kant-en-klare woning. Hieruit blijkt dat het vraggestuurd ontwikkelen waarbij de woonconsument enige vorm van inspraak heeft, zeker gewild is onder de respondenten uit eigen onderzoek in Midden-Drenthe.

De aspecten waar de woonconsumenten uit het eigen onderzoek de meeste waarde aan hechten zijn weergegeven in figuur 41. Inspraak op de bouwkundige aspecten (zoals woningindeling, architectuurstijl, materialisering en duurzaamheid) is voor de meeste medioren uit het eigen onderzoek het belangrijkste. Verder vindt ruim 40% van de medioren uit het eigen onderzoek het zeer belangrijk om inspraak te hebben op het bouw- en ontwikkelingsproces, zoals de keuze voor externe partijen (architect, adviseurs etc.) maar ook bijvoorbeeld de aanbestedingsvorm. Toch is er nog bijna een derde dat hier minder waarde aan hecht. De helft van de respondenten vindt het belangrijk dat hij of zij invloed kan uitoefenen op de directe woonomgeving. Hierbij valt te denken aan de invulling van de openbare ruimte, aanwezigheid van voorzieningen en de terreinindeling. Dezelfde verdeling is ook te herkennen wanneer het gaat om invloed op collectieve voorzieningen zoals wellness voorzieningen, een huisartsenpost of een supermarkt. Duidelijk is dat de respondenten er weinig baat bij hebben dat zij invloed uit kunnen oefenen op de samenstelling van een pakket van services en diensten, zoals een boodschappendienst, klusjesman, tuinonderhoud etc.

Dit beeld bevestigt de eerdere hypothese uit paragraaf 2.1.3. Hier werd een variant op het ontwikkelingsproces voor woningen besproken waarbij de consument al vanaf de initiatieffase – in plaats van in de realisatiefase – wordt betrokken bij het ontwikkelproces. Dit lijkt door de medioren uit het eigen onderzoek te worden gewaardeerd waardoor vraaggestuurd ontwikkelen succesvol zal zijn.



Figuur 41: Aspecten waar de medioren in Midden-Drenthe inspraak op wensen te hebben (eigen bewerking)

4.4 Tot slot

De casestudie in Midden-Drenthe geeft een overzichtelijk beeld van de locatie-specifieke woonwensen van medioren in een plattelandsgemeente. Door de gemeente eerst in een bredere context te plaatsen, is een toekomstvisie opgesteld met daarin de verwachte ontwikkelingen voor de komende jaren op de lokale woningmarkt.

Vervolgens is de kwalitatieve woningvraag van medioren onderzocht waaruit bleek dat de verhuisgeneigdheid op korte termijn erg laag is. Verder geven de meeste medioren aan het liefst in de eigen gemeente te willen blijven wonen bij een verhuisbeweging. Wat betreft woningtype zijn appartementen en benedenwoningen de op één na populairste woningtypen. Het meest gewenste woningtype is nog steeds de vrijstaande eengezinswoning met een niet al te grote tuin. De gestegen interesse in huurwoningen wordt deels verklaard door de onzekerheid op de (koop)woningmarkt. In het onderzoek is tevens de eerder gestelde hypothese bevestigd dat de woonconsument inspraak wenst te hebben in verschillende aspecten van het planontwikkelingsproces.

In het volgende hoofdstuk worden de (on)mogelijkheden van deze doelgroep ingeschat door de woningvraag te confronteren met de kenmerken van de geanalyseerde woonconcepten uit hoofdstuk 3. Vervolgens worden de succesfactoren geïdentificeerd die als uitgangspunt kunnen dienen bij het opstellen van concrete woonconcepten voor medioren. Dit vormt de bron voor het inzichtelijk maken van de kansen voor de ontwikkelaar en dus de beantwoording van de centrale vraagstelling.

5. Confrontatie vraag en aanbod

Vanuit de concepten wordt in dit hoofdstuk het aanbod geconfronteerd met de vraag van medioren uit Midden-Drenthe naar huisvesting. Door deze confrontatie, die middels een SWOT-analyse en een confrontatiematrix wordt uitgewerkt, wordt duidelijk of het aanbod aansluit op de vraag in Midden-Drenthe. Hierdoor zullen uiteindelijk aanbevelingen kunnen worden gedaan richting marktpartijen om de huisvesting voor medioren en de manier van ontwikkelen beter aan te laten sluiten op de woonwens van de (welvarende) medioren.

5.1 SWOT-analyse

De conceptanalyses en de daaruit voortvloeiende succes- en faalfactoren – volgens de marktpartijen – zijn het uitgangspunt voor de interne factoren in de SWOT-analyse (zie tabel 10). Deze interne factoren (sterke en zwakke punten) hebben betrekking op het concept zelf en kunnen daarom door de organisatie worden beïnvloed. Zowel het woonwensenonderzoek, waarin de vraag is onderzocht van medioren in Midden-Drenthe als de woningmarktanalyse uit hoofdstuk 2, vormen de input voor de externe factoren. Deze externe factoren (kansen en bedreigingen) kunnen niet direct door de organisatie worden beïnvloed. Aan de hand van de indeling in de SWOT-analyse wordt vervolgens via een confrontatiematrix (paragraaf 5.2) beoordeeld of een sterk of zwak punt bedreigend of juist kansrijk is voor de genoemde kansen en bedreigingen.

De meeste woonwensen uit hoofdstuk 4 zijn dus in de SWOT-analyse vergeleken met de conceptkenmerken uit hoofdstuk 3. Er zijn echter in de verkenning van de vraag in het vorige hoofdstuk ook een aantal gewenste woningkenmerken onderzocht (zoals het woningtype, gewenst woonoppervlak et cetera) die niet vergeleken kunnen worden. Dit komt omdat de aanbodzijde hierin niet eenduidig is, vaak zijn er meerdere opties mogelijk. Deze kenmerken zijn daarom niet expliciet in de confrontatie opgenomen.

Tabel 10: SWOT-analyse woonconcepten voor medioren (eigen bewerking)

	Sterke punten (<i>Strengths</i>)	Zwakke punten (<i>Weaknesses</i>)
Intern	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kleinschalig ontwikkelen ➤ Betrek de medioren in het planontwikkelingsproces en geef inspraak op diverse aspecten ➤ Zowel woningen in midden- als hoog-segment bouwen ➤ Community-building 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Woonconcept liëren aan zorg ➤ Woonconcept richten op meerdere leeftijdscategorieën ➤ Focus ligt op het koopsegment ➤ Ontwikkelen op basis van generieke vraag
Extern	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Locatie met hoog voorzieningenniveau ➤ Interesse in huurwoningen is verdubbeld ➤ Medioren zijn kapitaalkrachtig ➤ Opkomst sociale media ➤ Aanbod appartementen en benedenwoningen sluit niet aan op de vraag 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Stagnatie op de woningmarkt ➤ Grote generieke vraag is tijdelijk ➤ Beperkte verhuisgeneidheid medioren ➤ Introductiefase van de productlevenscyclus

5.1.1 Sterke punten

Kleinschalig ontwikkelen

Dat de keuze van een aantal marktpartijen voor het op kleine schaal ontwikkelen van woningen succesvol is, wordt door de medioren uit het eigen onderzoek beaamd. Het merendeel geeft namelijk aan dat particulier opdrachtgeverschap de voorkeur geniet. Dit sterke punt hangt nauw samen met het volgende sterke punt, dat medioren graag inspraak willen hebben op een aantal aspecten binnen het ontwikkelingsproces. En het geven van inspraak is het best te realiseren wanneer kleinschalig wordt ontwikkeld.

Betrek de medioren in het planontwikkelingsproces en geef inspraak op diverse aspecten

Dat de meeste marktpartijen de kritische medioren zoveel mogelijk inspraak willen geven, werd duidelijk in de verkenning van de aanbodzijde. Bij de ene marktpartij is de keuzevrijheid nog groter dan bij de ander. Er is dus zeker sprake van vraaggestuurd ontwikkelen en dit sluit tevens aan op de wens van de medioren in Midden-Drenthe. Integriteit en transparantie vanuit de marktpartijen is hierin erg belangrijk om als betrouwbare partner binnen een gebiedsontwikkeling te participeren. Daarnaast is het noodzaak voor marktpartijen om op de hoogte zijn van de ruimtelijke restricties en de financiële kaders waarbinnen ontwikkeld kan worden. Dit kan een invloedrijke meerwaarde opleveren voor de ontwikkelaar.

Slechts een kleine minderheid is nog geïnteresseerd in een kant-en-klare woning. Bij nieuwbouw heeft de eindgebruiker nu meestal inspraak op zaken als de keuze van woningtype, oppervlakte, woningindeling en materialisatie. Er zijn echter maar weinig marktpartijen die inspelen op een grote verscheidenheid aan aspecten. Uit eigen onderzoek blijkt dat medioren de bouwkundige aspecten inderdaad het belangrijkste vinden. Echter de medior moet meer betrokken worden in het gehele ontwikkelingsproces (inrichting woonomgeving, collectieve voorzieningen etc.) en moet daarin ook de keuze hebben in welke mate men daarin actief betrokken wil zijn. Nadeel hiervan is dat de ontwikkelkosten hierdoor zullen stijgen.

Zowel woningen in midden- als hoog-segment bouwen

In de sociale huursector staan corporaties voor een opgave omdat ook in het sociale huur segment het aantal woningen voor medioren en senioren uitgebreid of vervangen zal moeten worden. Door hier met een concept op in te spelen waarin de woonwensen van de eindgebruiker verwerkt kunnen worden, zijn hier kansen om je als marktpartij te onderscheiden. Daarnaast zal niet elke medior een luxe koopwoning kopen, dus ook in het middel dure koopsegment liggen er kansen voor ontwikkelaars. De helft van de ondervraagde medioren uit Midden-Drenthe gaf aan dat de koopprijs van een eventuele andere woning onder €250.000. Immers, medioren met een ruimer budget zullen toch vaak zelf naar een architect stappen en laten een woning bouwen waarbij minder wordt gelet op de uitgaven. Dit blijkt ook uit eigen onderzoek waarin 40% aangeeft particulier opdrachtgeverschap als voorkeur te hebben.

Community-building

Door het vormen van een community waarin gelijkgestemden onderling ideeën met elkaar kunnen uitwisselen, ontstaat er een band tussen de potentiële kopers. Sociale media, informatiebijeenkomsten, workshops en het bieden van privileges voor deelnemers in een community zijn middelen om de geïnteresseerde medioren te *triggeren*. Community-building draagt hiermee bij aan een goede klantbinding.

5.1.2 Zwakke punten

Woonconcept liëren aan zorg

Gezondheid en zorg wordt slechts door 0,7% van de respondenten uit Midden-Drenthe genoemd als reden om te verhuizen. In heel Noord-Nederland gaf 6% van de welvarende medioren aan te verhuizen vanwege problemen met de gezondheid of behoefte aan zorg. Initiatieven waarin wonen gelieerd is aan zorg zullen daarom in Midden-Drenthe alleen succesvol zijn indien het doel van de ontwikkelaar is om huisvesting aan te bieden voor zorgbehoevenden. De vitale medioren in Midden-Drenthe denken nog niet na over een mogelijke toekomstige zorgvraag. Dit neemt niet weg dat het voor de marktpartijen verstandig is wel de knowhow in huis

te hebben hoe een mogelijke toekomstige zorgvraag gefaciliteerd kan worden en welke modificaties aan te brengen zijn in een woning waardoor de medior zo lang mogelijk in de eigen woning kan blijven wonen.

Woonconcept richten op meerdere leeftijdscategorieën

In het concept van Habion richt de woningcorporatie zich voornamelijk op meerdere leeftijdscategorieën. In de analyse van de vraagzijde in hoofdstuk 4 is dit expliciet opgenomen, maar uit de eigen toetsing van Habion bleek wel dat met name de ouderen hier positiever over waren. De kans is dus zeker aanwezig dat een dergelijk concept niet de eerste voorkeur heeft bij (jonge) medioren en jongeren. Daarnaast is in de verkenning van de vraag wel naar voren gekomen dat een woonconcept niet gelieerd moet zijn aan zorg. Dit zal in een concept voor meerdere leeftijdscategorieën wel eerder aanwezig zijn.

Focus ligt op het koopsegment

Zoals is aangetoond in de casestudie, is de interesse in huurwoningen in Midden-Drenthe verdubbeld. Ruim 30% heeft een voorkeur voor een huurwoning. Hoewel het grootste gedeelte van de potentiële huurders willen huren onder de huurtoeslaggrens van €648, zijn er ook zeker kansen om woningen met een hogere huur succesvol te verhuren. Aan deze gestegen vraag naar huurwoningen lijken zowel corporaties als ontwikkelaars nog niet echt gehoor te geven.

Ontwikkelen op basis van generieke vraag

Er zijn marktpartijen die hun huisvestingsconcept grotendeels baseren op een generieke vraag. Hierdoor ontstaat een algemeen beeld van woonwensen van medioren of een classificatie in profielen waarop een concept of zelfs een concreet woningtype wordt afgestemd. De keerzijde hiervan is dat een concept op deze manier niet naadloos aansluit op de locatie-specifieke woonwensen.

5.1.3 Kansen

Locatie met hoog voorzieningenniveau

Zoals de marktpartijen al aangaven is stedelijk gebied, met een hoog voorzieningenniveau en veel levendigheid maar ook ruimte voor ontspanning in de woonomgeving, zeer geliefd als vestigingsplaats onder medioren. Dit blijkt eveneens uit de analyse van de woonwensen van de medioren in Noord-Nederland, waarin centrum-dorps woonmilieu het meest in trek was. Uit de vraagverkenning in Midden-Drenthe bleek dat de grotere dorpen – waar het voorzieningenniveau veelal het hoogst is – de populairste vestigingsplaatsen zijn. Daarnaast is het ook van belang dat medioren een keuze hebben uit een aantal locaties. De reden voor de verhuisbeweging ligt namelijk veelal in de tekortkomingen in de huidige woonomgeving of de pluspunten van de gewenste woonomgeving. Alhoewel het in het dichtbevolkte Nederland niet altijd makkelijk is vrije keuze te bieden in locaties, kunnen marktpartijen zich hiermee wel onderscheiden. Het gros van de marktpartijen kiest namelijk nog steeds zelf de geschikte locaties.

Interesse in huurwoningen is verdubbeld

Volgens de marktpartijen is er bij beleggers animo om te beleggen in huurwoningen. Daarnaast is in de analyse van de vraagzijde gebleken dat het aandeel medioren in Midden-Drenthe dat wil huren, is verdubbeld. Hiervan is echter wel het grootste gedeelte geïnteresseerd in een huurwoning in het lagere huursegment. Slechts 10% is geïnteresseerd in een huurwoning met een huur boven de €648. Dit is wel een reden om in Noord-Nederland de kansen te verkennen om – eventueel in samenwerking met corporaties en beleggers – woningen in het huursegment (zowel laag als hoog) te ontwikkelen. Er moet rekening mee gehouden worden dat de gestegen vraag tijdelijk kan zijn door de onzekerheid op de (koop)woningmarkt.

Medioren zijn kapitaalkrachtig

Zoals aangetoond in het vorige hoofdstuk heeft een derde van de medioren in Midden-Drenthe een bovenmodaal inkomen. Daarnaast is dit de eerste generatie tweeverdieners en de medioren met een eigen woning hebben hun woning in veel gevallen afbetaald. Dit in combinatie met de waardeinstijging van de woning

in de afgelopen jaren (mede door de overgang van guldens naar de euro's), maakt de medioren een kapitaalkrachtige doelgroep. Hierdoor kan deze doelgroep voor de marktpartijen als interessante doelgroep worden gezien die mogelijk ook in economisch mindere tijden een woning wil kopen.

Opkomst sociale media

Medioren zijn vaak actief op internet en social media. Community 102 heeft aangetoond dat 29% van de mensen dat actief is op sociale media tussen de 45 en 65 jaar is (Frankwatching, 2011). De medioren tussen de 45 en 55 jaar vormen overigens de op één na grootste groep dat gebruik maakt van sociale media vergeleken bij alle leeftijdscategorieën. De opkomst van sociale media (Facebook, Twitter, LinkedIn et cetera) zorgt ervoor dat de medioren snel en laagdrempelig bereikt kunnen worden. Hierbij is het van belang niet alleen nieuwsberichten te plaatsen maar een open dialoog aan te gaan met geïnteresseerden. Door klantbinding via deze digitale media kan de dialoog uitmonden in face-to-face contact en bijeenkomsten met meerdere geïnteresseerde medioren. Dit is – naast de standaard marketingstrategieën – een goede manier om geïnteresseerden aan een belevingsgeoriënteerde onderneming te binden. Hierdoor zullen potentiële kopers elkaar ook eerder ontmoeten wat de start is voor een vruchtbare community-building.

Aanbod appartementen en benedenwoningen sluit niet aan op de vraag

Voor Midden-Drenthe is het aanbod van appartementen aanzienlijk lager dan de vraag naar benedenwoningen en appartementen. 70% van de medioren gaf aan dat een volgende woning gelijkvloers moet zijn en de stijging in het woningtype 'benedenwoning of appartement' was het grootst. Ook al gaat het over een periode van zo'n tien jaar waarin de verhuisbeweging van medioren naar dit woningtype op gang komt, het aanbod is op dit moment ontoereikend. Hoewel locatie-specifiek onderzoek de doorslag moet geven, zal dit woningtype in aantallen de komende jaren in Midden-Drenthe op basis van de kwalitatieve vraag, toe moeten nemen.

5.1.4 Bedreigingen

Stagnatie op de woningmarkt

De stagnatie op de woningmarkt vormt de grootste bedreiging voor een succesvol huisvestingsconcept. De redenen hiervoor zijn in dit onderzoek eerder uitgebreid omschreven. Een onderscheidend kenmerk van het SIR-55 concept is dat deze marktpartij de ontwikkelkosten voorfinanciert en eventuele financiële risico's draagt bij onvoldoende deelnemers. Hierdoor kan de drempel om te verhuizen verlaagd worden.

Grote generieke vraag is tijdelijk

Op basis van demografische ontwikkelingen in Nederland, zal de babyboomgeneratie zorgen voor een grote generieke vraag naar huisvesting voor medioren en senioren waar men zelfstandig kan wonen. De komende jaren zal de vraag exponentieel toenemen, echter na verloop van tijd zal deze vraag ook weer net zo hard afnemen wanneer de daling van het aantal ouderen in Nederland inzet. Hierdoor loont het om vooraf na te denken over mogelijkheden om woningen gemakkelijk aan te passen aan huisvesting voor andere doelgroepen.

Beperkte verhuisgeneigdheid medioren

De beperkte verhuisgeneigdheid hangt sterk samen met eerder genoemd punt 'de stagnatie op de woningmarkt'. Medioren zitten vaak goed op de plek waar ze nu zitten en verhuizen pas wanneer er een echte noodzaak is (zoals een concrete zorgvraag). Dit is een andere reden voor de beperkte verhuisgeneigdheid, maar zeker niet onbelangrijk. Daarnaast geeft ruim een kwart van de medioren uit Midden-Drenthe aan dat ze verbouwplannen hebben zodat ze langer in hun huidige woning kunnen blijven wonen. De verhuisbeweging wordt dus uitgesteld, omdat men de huidige woning niet wil verlaten. Op lange termijn kan hierdoor een acute stijging van de vraag naar geschikte huisvesting voor medioren en senioren ontstaan.

Introductiefase van de productlevenscyclus

Zoals eerder is beschreven in het hoofdstuk over de woningmarktanalyse en zoals aangetoond in de conceptanalyse, is het erg risicovol om als één van de eersten met een nieuw concept op de markt te komen.

Het aantal mensen dat als eerste een product koopt dat net nieuw op de markt is, (in dit geval koopwoningen voor medioren) is aanvankelijk vaak gering. Vooral wanneer het gaat om een erg kritische doelgroep, is het leveren van een kwalitatief hoogstaand product essentieel voor het behalen van glorieuze resultaten. Daarnaast is in deze fase transparantie erg belangrijk, tezamen met een intensieve marketingstrategie.

5.2 Confrontatiematrix

Om de SWOT-analyse meer waarde te geven is een confrontatiematrix opgesteld (zie tabel 11). Aan de hand van deze matrix is onderzocht of de sterke en zwakke punten invloed hebben op de kansen en bedreigingen. Ofwel, is een sterk of zwak punt bedreigend of juist kansrijk? Deze confrontatie tussen de vraag naar en aanbod van huisvesting voor medioren dient als basis voor de strategie om te komen tot kansen waarmee de ontwikkelaar zich kan onderscheiden met een woonconcept voor medioren op de woningmarkt in Noord-Nederland. Dit zijn dus de uitgebreide aanbevelingen die gedaan worden aan de ontwikkelaar. Welke kansen kunnen benut worden om een succesvol concept in de markt te zetten en met welke bedreigingen dient de ontwikkelaar rekening te houden? De matrix dient verder als ondersteuning voor de eindconclusie, omdat aan de hand van de scores per factor de volgorde van belangrijkheid van de verschillende aspecten bepaald kan worden. Onder meer op basis van deze uitkomsten wordt in het volgende en tevens laatste hoofdstuk antwoord gegeven op de centrale vraag.

Tabel 11: Confrontatiematrix woonconcepten voor medioren (eigen bewerking)

Confrontatiematrix Weging behorende bij de SWOT-analyse: Confrontatie van de vraag naar en aanbod van huisvesting voor medioren in Midden-Drenthe. Waarde toekenning: -- = zeer bedreigend - = bedreigend 0 = neutraal/geen verband + = kansrijk ++ = zeer kansrijk		Kansen					Bedreigingen				Totaal	
		Locatie met hoog voorzieningsniveau	Interesse in huurwoningen is verdubbeld	Medioren zijn kapitaalkrachtig	Opkomst sociale media	Aanbod appartementen en benedenwoningen sluit niet aan op de vraag	Stagnatie op de woningmarkt	Grote generieke vraag is tijdelijk	Beperkte verhuisgenueidheid medioren	Introductiefase van de productlevenscyclus		
												+
Sterke punten	Kleinschalig ontwikkelen	+	0	0	0	+	++	0	0	+	5	0
	Betrek de medioren in het planontwikkelingsproces en geef inspraak op aspecten	0	+	++	++	+	++	0	0	+	9	0
	Zowel woningen in midden- als hoog-segment bouwen	0	+	-	0	+	++	+	0	0	5	1
	Community-building	0	0	+	++	0	0	0	0	+	4	0
Zwakke punten	Woonconcept liëren aan zorg	0	0	0	0	-	0	-	+	0	1	2
	Woonconcept richten op meerdere leeftijdscategorieën	0	0	-	0	--	0	+	0	0	1	3
	Focus ligt op het koopsegment	--	--	+	0	-	--	-	0	0	1	8
	Ontwikkelen op basis van generieke vraag	0	-	-	0	0	--	0	0	-	0	5
Totaal		+	1	2	4	4	3	6	2	1	3	
		-	2	3	3	0	4	4	2	0	1	

De matrix moet zo gelezen worden, dat hoe meer plussen er in de totaalrij of –kolom staan, hoe kansrijker het aspect is. De toelichting per waarde toekenning van de matrix (dus per cel) is toegevoegd in bijlage 3. Onderstaand zijn de meest opvallende totaalscores gemotiveerd.

- Het vroegtijdig **betrekken van medioren in het planontwikkelingsproces**, is het meest kansrijk gebleken. Vooral omdat kapitaalkrachtige medioren zeer kritisch zijn en vaak inspraak willen hebben op diverse aspecten. Sociale media kan hierbij zorgen voor een laagdrempelige doelgroepbenadering, waardoor in een vroeg stadium een open dialoog aangegaan kan worden met geïnteresseerden. De stagnatie op de woningmarkt prikkelt marktpartijen om te zoeken naar onderscheidend vermogen om zo een product aan te bieden dat optimaal aansluit op de woningvraag.
- Door **kleinschalige ontwikkeling** worden risico's van beperkte verhuisgeneigdheid verkleind. Ook is een intensievere doelgroepbenadering haalbaar. Op inbreidingslocaties met een hoog voorzieningenniveau en beperkte ruimte, kan door kleinschalige ontwikkeling eerder gestart worden met de bouw.
- Door **zowel woningen in het midden- als hoge segment** te ontwikkelen, kan de doelgroep aanzienlijk worden vergroot, wat zeker kansrijk is bij een stagnerende woningmarkt. Elke opgave is er één. Voor koopwoningen geldt dat er weinig medioren zijn die nu een luxe woning zoeken (nichemarkt). Wat huurwoningen betreft liggen er kansen, omdat de interesse hierin is verdubbeld. Als ontwikkelaars kennis delen en samenwerken met corporaties, kunnen ook huurwoningen in het middensegment aangeboden worden. Wat betreft huurwoningen in de vrije sector is er interesse vanuit beleggers, echter is de animo niet in heel Nederland even groot. Het aanbieden van woningen in het lagere segment, zouden de kapitaalkrachtige medioren die een luxere woning zoeken af kunnen schrikken.
- Laagdrempelige doelgroepbenadering en **community-building** is mogelijk via de inzet van **sociale media**. Sociale media worden door veel medioren gebruikt en dit is een belangrijke marketingtool bij de verkoop van woningen. Doordat geïnteresseerden via een digitaal platform bijeen komen en met elkaar (en met de marktpartij) communiceren, kunnen discussies gevoerd worden. De marktpartij kan deze feedback van de woonconsument gebruiken om een concept constant te optimaliseren. Conceptoptimalisatie helpt tevens om sneller door de introductiefase van de productlevenscyclus van een woonconcept te komen. Voorwaarde is dat de marktpartij hier zelf ook een actieve rol in speelt.
- Inspelen op de woningvraag van **kapitaalkrachtige medioren** is een nichemarkt. Om deze statusgevoelige en kritische medioren te bedienen, is een goede marketingstrategie erg belangrijk. Het is voor deze doelgroep zeker kansrijk om te bouwen naar de specifieke woonwensen en door het opzetten van een community, kunnen eensgezinden samengebracht worden.
- In Midden-Drenthe is een stijging gesignaleerd in de **behoefte aan appartementen en benedenwoningen**. Er zijn echter de afgelopen jaren veel 'standaardappartementen' (aanbodgericht) ontwikkeld, soms gekoppeld aan zorg. Door in kleine aantallen op basis van de woonwensen specifiek te ontwikkelen voor medioren, kan het aanbod van appartementen gedifferentieerd worden. Ook wat betreft de vraag naar appartementen is er interesse in huurwoningen.
- De **focus** ligt bij marktpartijen vooral **op het koopsegment**, terwijl er een verdubbeling van de vraag naar huurwoningen is aangetoond. Dit heeft grotendeels te maken met de onzekerheid op de (koop)woningmarkt. Er zullen daarnaast ook op centrumlocaties met een hoog voorzieningenniveau huurwoningen (waaronder appartementen) aangeboden moeten worden. Op basis van generiek onderzoek kan het beeld ontstaan dat er meer vraag is naar koopwoningen, terwijl locatie-specifiek onderzoek kan aantonen dat er grote vraag is naar huurwoningen (zoals in Midden-Drenthe).
- Hoewel **stagnatie op de woningmarkt veel nadelen kent**, zijn er toch ook voordelen. Kleinschalig ontwikkelen en het betrekken van medioren in het planontwikkelingsproces wordt namelijk gestimuleerd, waardoor het woningaanbod beter aansluit op de vraag.
- Door de stagnatie op de woningmarkt is er meer vraag naar huurwoningen. Wanneer met name op basis van de **generieke vraag** wordt ontwikkeld, wordt er minder geluisterd naar de locatie-specifieke woonwensen en worden er met name koopwoningen ontwikkeld. Het gevaar dreigt in dat geval dat marktpartijen niet voldoende op inspelen op de vraag naar huurwoningen. Daarnaast wordt huisvesting mogelijk teveel **gelieerd aan zorg**.

6. Conclusies en aanbevelingen

In dit afsluitende hoofdstuk wordt op basis van de resultaten uit het onderzoek een antwoord gegeven op de centrale vraagstelling. Hierbij wordt naast de confrontatie tussen de vraag naar en het aanbod van huisvesting voor medioren in Noord-Nederland, ook rekening gehouden met de recente ontwikkelingen op de Nederlandse woningmarkt. Vervolgens worden er aanbevelingen gedaan aan de marktpartijen, met in het bijzonder de projectontwikkelaars, waarin de mogelijke onbenutte kansen zijn opgenomen. In de laatste paragraaf is de reflectie opgenomen en worden suggesties voor verder onderzoek gedaan.

6.1 Antwoord centrale vraagstelling

In deze paragraaf wordt antwoord gegeven op het eerste deel van de centrale vraagstelling. Het antwoord op het tweede deel wordt gegeven in de volgende paragraaf. De centrale vraagstelling van dit onderzoek luidt:

Welke kenmerken van woonconcepten sluiten het beste aan op de woonwensen van welvarende medioren en zijn er onbenutte kansen voor de ontwikkelaar in Noord-Nederland waardoor die zich kan onderscheiden?

Financiële crisis

Met de woningmarktanalyse is een duidelijk beeld gevormd van de situatie op de Nederlandse woningmarkt en de impact van de financiële crisis. De financiële crisis heeft er onder andere voor gezorgd dat er een overaanbod van woningen is ontstaan met prijsdalingen van de woningen als gevolg. Woningbezitters raken hun huidige woning niet kwijt, verkrijgen van financiering gaat moeizaam en de dreiging van de eurocrisis schaadt het consumentenvertrouwen. Er is dus sprake van een stokkende vraag naar woningen voor medioren en jonge senioren die pas los komt als dit vertrouwen hersteld is. Voor marktpartijen is het hierdoor moeilijker geworden om nieuwe woningen aan de bestaande woningvoorraad toe te voegen. Bovendien zullen de woningprijzen ook dit jaar naar alle waarschijnlijkheid nog niet het dieptepunt hebben bereikt. Dit in combinatie met de lage bouwproductie kan er dus op de lange termijn voor zorgen dat er geen marktequilibrium meer is tussen de vraag en het aanbod. Het gevaar schuilt dat er te weinig huisvestingsmogelijkheden zijn voor de mensen die dan onder de doelgroep senioren vallen en mogelijk een hogere zorgvraag hebben.

Doordat medioren hun verhuisbeweging uitstellen – bijvoorbeeld door de onzekerheid op de woningmarkt of tevredenheid met de huidige woning – is de verhuisgeneigdheid van medioren momenteel erg laag. Hierdoor moet er rekening mee worden gehouden dat er mogelijk over een aantal jaar dus een acute stijging in de vraag naar huisvesting voor medioren/senioren komt. Vanwege het laatcyclische karakter van de vastgoedmarkt, reageert het aanbod vertraagd op de vraag. Hierdoor kan het huidige overaanbod omslaan naar een aanbodtekort door de afnemende discrepantie tussen de vraag naar en het aanbod van huisvesting voor medioren. Op langere termijn kan dit dus mogelijk zorgen voor een beperkter aanbod doordat het bouwniveau momenteel historisch laag ligt.

Vraaggestuurd ontwikkelen

De gedachte dat in het kader van de vergrijzing één woningconcept op de markt gezet kan worden waarmee alle medioren bediend kunnen worden, is niet realistisch. De mondige, vitale medior heeft een eigen karakter en persoonlijkheid en is zeer kritisch. Daarom is een vertaalslag in het ontwikkelproces noodzakelijk en niet zozeer de ontwikkeling van één woonconcept dat de gehele massa kan bedienen. Het is hierin belangrijk niet gelijk een concreet beeld vast te willen leggen middels een bepaalde bouw- of architectuurstijl en programma van eisen, maar eerst moet een transparante visie worden ontwikkeld vanuit de verlangens van de eindgebruiker (in dit geval de medior) en eigenaar-belegger. Een eerste sfeerimpressie met een karakteristieke uitstraling moet uiteraard wel aanwezig zijn om de consument te binden aan een uniek concept.

Aanbodgestuurd ontwikkelen heeft hiermee inmiddels plaats gemaakt voor vraaggestuurd ontwikkelen waarbij de woonconsument het nu voor het zeggen heeft in een ontspannen woningmarkt. Daarom loont het om per locatie de woonwens te achterhalen en hierop in te spelen. Dit betekent dat de ontwikkelaar meer aandacht

moet schenken aan de individuele wensen van de woonconsument en een open dialoog met hen aan moet gaan. Ofwel betrek de klant bij het planontwikkelingsproces en garandeer keuzevrijheid. Dit vereist niet alleen van de ontwikkelaar een alternatieve procesbenadering maar van alle betrokken stakeholders in het planontwikkelingsproces van woningen. Waar de consument voorheen pas werd betrokken in de realisatiefase, zal de individuele woningbehoefte nu al in de initiatieffase bekend moeten zijn. Ketenintegratie kan hierin mogelijk bijdragen om de integrale samenwerking tussen de verschillende stakeholders te stimuleren. Hierdoor zullen minder de belangen van de marktpartijen in het vastgoedontwikkelingsproces voorop staan, maar juist de wens van de woonconsument.

Door deze wens voorop te stellen zal er op de woningmarkt ook een gedifferentieerder aanbod gecreëerd worden. Het gevaar dreigt echter dat teveel doordraaft in het ontwikkelen van specifieke vastgoedproducten op basis van de woonwensen. Dit kan een negatieve invloed hebben op de beleggingswaarde. Er moet daarom altijd gestreefd worden naar een optimale balans tussen een hoge woonkwaliteit op basis van de woonwens en courante vastgoedproducten die voor langere termijn zijn te exploiteren.

Teveel vasthouden aan de imaginaire vraag

Over de gehele linie groeit in Nederland de imaginaire vraag naar verschillende woonvormen voor medioren en senioren als gevolg van de vergrijzing. Verschillende demografische ontwikkelingen zijn hier debet aan, waaronder de geboortegolf (babyboomers), de hogere levensverwachting en de ontgroening. Op basis van dit gegeven hebben veel marktpartijen woonconcepten ontwikkeld voor medioren, echter deze marktinitiatieven sluiten niet altijd naadloos aan op de woningbehoefte van de kritische medioren. De concrete vraag stagneert dus enerzijds als gevolg van de economische malaise, anderzijds doordat marktpartijen teveel vastgehouden aan concepten die gebaseerd zijn op een imaginaire vraag.

Marktinitiatieven

Met name commerciële woningontwikkelaars en adviseurs zien de kans groot om met een uniek woonconcept de kansen op de woningmarkt te benutten. Dit gebeurt veelal vanuit het algemene gedachtegoed dat er een generieke vraag van medioren en senioren is te verwachten als gevolg van de vergrijzing. Een concrete vraag naar huisvesting vanuit deze doelgroep is er echter niet altijd. Het zijn hoofdzakelijk de mensen met een betere financiële basis waar de marktpartijen hun concepten op afstemmen. Hierdoor dreigt het gevaar dat er naar verloop van tijd minder goedkope of middeldure koop- en huurwoningen beschikbaar zijn voor medioren. Vooral in het huursegment bestaat de kans dat hierin een tekort ontstaat, omdat hier door marktpartijen vrijwel niet op ingespeeld wordt. Ondanks dat er een stijging in de vraag is aangetoond en er interesse is vanuit de kant van de beleggers. Ditzelfde geldt overigens voor de corporatiesector die graag woningen bouwen voor ouderen, maar hiervoor veelal niet de financiële middelen beschikbaar hebben.

De reden waarom het voor de corporaties lastig is om woningen voor ouderen te bouwen, zijn de hoge kosten voor zorgfaciliteiten en -voorzieningen. Wanneer wordt teruggekoppeld naar de conceptanalyses die in dit onderzoek zijn gedaan, blijkt dat de markt wel overwegend inspeelt op de zorgvraag. Echter het expliciet liëren van concepten aan zorg is in de woningmarkt voor medioren niet succesvol gebleken. De leeftijdscategorie 45-65 jaar is nog niet op zoek naar een ouderenwoning en dus zal een zogenaamde 'zorgstempel' op een woonconcept voor medioren niet gauw aanslaan. Hiervoor is het misschien nog te vroeg. Het is belangrijk wel op de hoogte te zijn van de mogelijkheden hoe een woning in de toekomst aangepast kan worden aan een mogelijke zorgvraag. De reden hiervoor is dat de medioren wel nadenken over een toekomstige zorgvraag, maar nu nog niet bestempeld wil worden als hulpbehoevende.

Succesvolle kenmerken van concepten en woningbehoefte van medioren

Op basis van het onderzoek naar de woonwensen van medioren zijn een aantal factoren aan te wijzen waarmee succesvol ingespeeld kan worden op de woningbehoefte van medioren. Zo is de verhuiscapaciteit op korte termijn erg laag, maar het aantal verhuizingen binnen nu en 10 jaar is significant groter. Daarom is het zeker kansrijk om in een vroeg stadium deze potentiële kopers te verleiden en aan je te binden door een netwerk van klanten op te bouwen. Hierdoor kan de kans worden vergroot, dat wanneer de vraag exponentieel groeit als gevolg van verbeteringen op de woningmarkt, dat de woonconsument eerder terugkomt.

Verder geven de meeste medioren aan het liefst in de eigen gemeente te willen blijven wonen bij een verhuisbeweging. Dus wanneer een centrumlocatie met een hoog voorzieningenniveau gevonden wordt – wat veelal de meest geliefde locaties zijn volgens medioren – is het verstandig de marketing te richten op medioren uit de desbetreffende en aangrenzende gemeenten.

Wat betreft woningtype zijn appartementen en benedenwoningen de op één na populairste woningtypen. Tevens is aangetoond dat naarmate de medior ouder wordt de vraag hiernaar stijgt, waardoor dit een voor de hand liggend woningtype is om te ontwikkelen. Het meest gewenste woningtype is nog steeds de vrijstaande eengezinswoning met een niet al te grote tuin (een kavel tussen de 200 en 400 vierkante meter is het meest gewenst onder medioren). Het is raadzaam om locatie-specifiek onderzoek te doen naar de woonwensen waardoor vraagclusters ontstaan per locatie. Dit kan uitsluitend geven over de te ontwikkelen woningtypes.

Merendeel van de respondenten uit het woonwensenonderzoek heeft de woning nog het liefst in eigen bezit en daarvan geeft de helft aan minder dan €250.000 te willen betalen bij een verhuisbeweging. Slechts 10% van de medioren zoekt een woning boven de €350.000. Belangrijk hierbij om te vermelden is dat de woonwensen mogelijk per gemeente verschillen. Op meerdere aspecten zijn echter wel gelijkenissen vertoond met de woonwensen van medioren in Noord-Nederland waardoor de betrouwbaarheid enigszins is vergroot. Hierdoor zullen de woonwensen ook een globaal beeld vormen van de woonwensen van medioren in gelijkwaardige (plattelands)gemeenten in Noord-Nederland.

6.2 Aanbevelingen

Kansen voor de ontwikkelaar om zich te kunnen onderscheiden

Woonproducten realiseren voor kritische en welvarende medioren op een instabiele woningmarkt, is een relatieve nichemarkt. Het is duidelijk geworden dat het uitbreiden van kennis van het marktsegment essentieel is om een product goed aan te laten sluiten op de wensen van de potentiële doelgroep. Op basis van meerdere analyses van verschillende woonconcepten, zijn de kenmerken hiervan geconfronteerd met de locatie-specifieke woonwensen van medioren in de gemeente Midden-Drenthe. Hieruit zijn de onderstaande succesfactoren gedestilleerd waarmee de ontwikkelaar zich kan onderscheiden en die als uitgangspunten kunnen dienen bij het opstellen van concrete woonconcepten voor medioren. Aan de hand van een confrontatiematrix zijn tevens waardes toegekend aan de verschillende factoren. Hierdoor zijn de factoren gerangschikt en wordt er aangevangen met de meest kansrijke succesfactor.

- **Betrek de medioren vroegtijdig** in het planontwikkelingsproces en geef **inspraak** op aspecten. Zorg hierbij dat de financiële kaders, de ruimtelijke restricties en het tijdsbestek waarbinnen ontwikkeld moet worden altijd helder zijn. Door het optimaliseren van de interne processen van de organisatie kan er adequaat op de behoefte ingespeeld worden wanneer deze zich opdringt. Door op deze manier transparant en integer te handelen, kan het vertrouwen van de woonconsument worden gewonnen en kan een kwalitatief hoogstaand product naar wens worden geleverd.
- **Ontwikkel kleinschalig** waardoor de risico's bij beperkte verhuigeneigheid afnemen en een intensieve doelgroepbenadering beter haalbaar is.
- Ontwikkel **zowel woningen in het midden- als hoge segment** en vergroot hiermee je doelgroep door bijvoorbeeld als gedelegeerd ontwikkelaar op te treden of samen te werken met woningcorporaties waarbij de ontwikkelaar verantwoordelijk is voor huurwoningen in het hoge segment. Corporaties hebben vaak ook veel sterke binnenstedelijke grondposities, die mogelijk kansrijk zijn om te herontwikkelen. Bouwen in het hoge segment voor medioren vormt een nichemarkt, terwijl er in het midden (en lage) segment veel vraag is naar passende huisvesting voor medioren.
- Schenk aandacht aan **community-building**. Dit draagt bij aan een goede klantbinding doordat in een vroeg stadium een open dialoog aangegaan wordt met geïnteresseerden. Daarnaast blijven medioren gedurende het gehele planontwikkelingsproces betrokken bij de bouw van de woning. Voorwaarde is dat medioren onderling raakvlakken met elkaar hebben (zoals inkomensniveau, vestigingsplaats of ambitieniveau wat betreft duurzaamheid). Verder moet er een mogelijkheid zijn voor de consument

om niet verplicht (of minder actief) deel te nemen aan een community, omdat dit mogelijk niet door iedereen gewenst is. Door **sociale media** in te zetten als digitaal platform kunnen medioren vroegtijdig en laagdrempelig worden bereikt. Feedback kan gebruikt worden voor conceptoptimalisatie. Een actieve rol van de ontwikkelaar is vereist om niet als ‘slappende ontwikkelaar’ gezien te worden.

- Speel in op de woningvraag van **kapitaalkrachtige medioren**. Dit is een nichemarkt, maar hierin zijn hoge rendementen te behalen wanneer (luxe) woningen worden verkocht.
- Speel met enige nuance in op de **stijging in de behoefte aan appartementen en benedenwoningen** (nultredenwoningen). Er wordt aangeraden altijd een verkennend marktonderzoek te doen op lokaal niveau. Hiermee kan uitgesloten worden dat de lokale woningmarkt verzadigd is met appartementen en wordt duidelijk waarmee een gedifferentieerder woningaanbod bereikt kan worden.
- Richt je als marktpartij niet alleen op de koopsector, maar ook op **woningen in de huursfeer**. Dat woningbezit nog steeds een beleggingsstrategie is, lijkt door de crisis voor sommige medioren een illusie geworden. De kansen om beleggers aan te trekken zijn het grootst op centrumlocaties – veelal in Randstedelijk gebied – met een **hoog voorzieningenniveau**. Daarnaast moet rekening gehouden worden met de beleggingswaarde. Dit kan door de woning zo te bouwen dat deze op een later moment gemakkelijk te transformeren is naar een woning voor een andere doelgroep. Het leeuwendeel van de medioren prefereert echter nog wel een koopwoning boven een huurwoning.
- Verder is het voor de marktpartijen raadzaam om rekening te houden met de daling in de vraag naar huisvesting voor medioren op langere termijn, wanneer de woningvraag daalt. De woonwens van de medior is immers een tijdelijke wens. Oplossingen om **‘mediorenwoningen’ op een later moment te revitaliseren** naar bijvoorbeeld starterswoningen, worden nog niet marktbreed door marktpartijen opgepakt. Met name voor beleggers is dit interessant omdat hierdoor een langere huurtermijn gegarandeerd kan worden.

6.3 Reflectie

Een belangrijke kanttekening die zeker gemaakt moet worden, is dat een concept nooit één op één overeen zal komen met de realisatie. Dit is lastig te bepalen, omdat hiervoor de concepten – zoals deze door de marktpartijen zijn ontwikkeld – getoetst zouden moeten worden aan projecten die daadwerkelijk gerealiseerd zijn. Hierdoor kan de betrouwbaarheid worden vergroot van de uitspraken over hoe de markt denkt dat de medioren in Nederland willen wonen. In een dergelijk veldonderzoek zouden de eerste bewoners gevraagd moeten worden naar hun ervaringen en zouden de beloftes die gemaakt zijn door de marktpartijen getoetst moeten worden. Er dient daarom in hoofdstuk 3 (Marktinitiatieven) rekening mee gehouden te worden dat niet alle beloftes exact nagekomen kunnen worden. Sommige marktpartijen gaan er in hun concepten vanuit dat alles mogelijk is, terwijl dit vaak vooraf lastig is om in prijzen uit te drukken.

Suggesties voor verder onderzoek

Gedurende dit onderzoek is opgemerkt dat sociale media binnen de vastgoedmarkt door steeds meer marktpartijen wordt ingezet om laagdrempelig de doelgroep te benaderen en zo een open dialoog aan te gaan. Soms wordt dit zelfs gebruikt om een community op te bouwen. Er zou verder onderzoek gedaan kunnen worden naar de mogelijkheden om sociale media succesvol in te zetten bij het ontwikkelen van vastgoed en het promoten van een gebied.

Zoals hiervoor genoemd wordt de lezer erop gewezen dat een concept nooit één op één overeen zal komen met de realisatie. Deze hypothese is zonder verder onderzoek moeilijk te onderbouwen. In een vervolgonderzoek zou daarom onderzocht kunnen worden of er door marktpartijen die vraaggestuurd ontwikkelen een mooier beeld wordt gevormd dan in werkelijkheid het geval is.

Verder is de verhuisreden in veel gevallen niet gespecificeerd in de woononderzoeken. In het veldonderzoek is aangetoond dat het vrijspelen van kapitaal ook één van de redenen is om te verhuizen. Om meer inzicht te krijgen in verhuisredenen in tijd van financiële crisis, kan verder verdiepend onderzoek hiernaar een uitkomst bieden.

Geraadpleegde literatuur

Boeken en publicaties

- ABF Reserch (2009) *Woningmarktonderzoek: deel 1 bureauonderzoek*. Delft; eigen uitgave.
- Baarda, D.B. en Goede, M.P.M. de (1997) *Basisboek Methoden en Technieken: Praktische handleiding voor het opzetten en uitvoeren van onderzoek*. Houten: Stenfert Kroese.
- Baxter, L.A. en Babbie, E. (2004) *The basics of communication research*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Becker, H. A. (1992) *Generaties en hun kansen*. Amsterdam: Meulenhof.
- Boomsma, S., Brinkers, J., Wierda, K. en Facto, I. (2007) *Meer woningen voor ouderen in zicht?: landelijk onderzoek naar lokaal beleid ouderenhuisvesting*. ANBO, PCOB en Unie KBO.
- Brounen, D. en Neuteboom, P. (2006) *Vergrijzing en de woningmarkt*. Rotterdam: RSM Erasmus Universiteit en Woningmarkt Expertise Centrum (WEC).
- Boumeester (2004) *Duurdere koopwoning en wooncarrière: Proefschrift*. Delft: Onderzoeksinstituut OTB, TU Delft.
- Buckers, D. (1999) *De economische betekenis van landelijk wonen*. Den Haag: Landbouw-Economisch Instituut
- Gardenier, J.D., Schudde, L.T. en Nanninga, M. (2008) *Noordelijke Arbeidsmarkt Verkenning 2008-2009*. Groningen: Achtergrond rapportage CAB en Rijksuniversiteit Groningen.
- Calcasa (2011) *Calcasa WOX 1^e kwartaal 2011*. Delft: eigen uitgave.
- Claessens, S., Kose, M.A. en Terrones, M.E. (2008) *What Happens During Recessions, Crunches and Busts?.* Washington D.C.: IMF Working Paper.
- CPB (2005) *Economische analyse van verschillende vormen van prijsbeleid voor het wegverkeer*. Den Haag: eigen uitgave.
- CBS (2009) *Gemeente op maat - Midden-Drenthe*. Den Haag: eigen uitgave.
- DiPasquale, D. en Wheaton, W.C. (1994) *Housing Market Dynamics and the Future of Housing Prices*. Cambridge, Massachusetts: Elsevier.
- Ende, N. van der (2004) *Nieuwe woonconcepten met dienstverlening voor senioren*. Elburg: Masterthesis Vastgoedkunde, RUG.
- Gemeente Midden-Drenthe (2010) *Visiedocument Wonen: Mooi wonen in Drenthe*. Beilen: eigen uitgave.
- Habion (2007) *De grijze motor: Het nieuwe ouder worden, het nieuwe wonen*. De Bilt: eigen uitgave.
- Loenen, I. van (2005) *Consument gericht bouwen*. Leeuwarden: Masterscriptie Toegepaste communicatiewetenschappen Universiteit Twente.
- Mulders, M. (2007) *75 Managementmodellen*. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Nozeman, E. (2001) *Nieuwe wegen in vastgoed*. Groningen: Oratie bijzonder hoogleraar vastgoedontwikkeling aan de Rijksuniversiteit Groningen.
- Noordenne, M. van (2010) *Maatschappelijke en individuele effecten van huren en kopen*. Houten: Onderzoek in opdracht van VROM/WWI door Atrivé.
- NVB (2008) *Opinar: Doorlooptijden woningprojecten steeds trager en trager*. Voorburg: eigen uitgave.
- NVM (2009) *Naar een woningmarkt voor en door bewoners: Visie consumentgericht bouwen*. Rotterdam: Thieme MediaCenter.
- NVM (2011) *Omgevingsrapport gemeente Midden-Drenthe*. Nieuwegein: eigen uitgave.
- Provincie Drenthe (2009) *Bevolkingsprognose XVII*. Assen: eigen uitgave.
- Provincie Drenthe (2011) *Woningmarktinformatie gemeente Midden-Drenthe*. Assen: eigen uitgave.
- Rabobank (2011) *Kwartaalbericht woningmarkt mei 2011*. Utrecht: eigen uitgave.
- Rossi, P.H., (1955) *Why families move: A study in the social psychology of urban residential mobility*. Glencoe, Illinois: Free Press.
- USP Marketing & Consultancy en DIA Advies (2010) *Gelukkig kunnen we nog alles zelf*. Amsterdam/Rotterdam: eigen uitgave.
- Vereniging Eigen Huis (2010) *Hypotheekverstrekking 2011 en de gevolgen voor de woningmarkt*. Amersfoort: eigen uitgave.

- Vlist, A. van der (2009) *Bellenblazen? – De economie van vastgoedontwikkeling*. Groningen: Inaugurale rede hoogleraar Vastgoedontwikkeling aan de Rijksuniversiteit Groningen.
- Voogd, P. (2005) *Woonwensen van 55-plussers (in de gemeente Haren)*. Groningen: Wetenschapswinkel Economie en bedrijfskunde.
- VROM (2004) *Betaalbaarheid van het wonen*. Den Haag: eigen uitgave.
- VROM (2010a) *Woningmarktverkenningen: Socrates 2010*. Den Haag: eigen uitgave.
- VROM (2010b) *Het wonen overwogen: De resultaten van het woononderzoek Nederland 2009*. Den Haag: eigen uitgave.
- Zijlstra, B. (2010) *De seniorenmarkt in de regio Twente: Kansen voor een projectontwikkelaar?*. Rijssen: Masterthesis Vastgoedkunde, RUG.

Artikelen

- Aalbers, M. (2001) *De uitverkoop van de sociale woningbouw*. Agora: jaargang 17, nummer 5: p. 17-21.
- Bureau D&O (2006) *Nieuwsbrief nr. 8: Meer aandacht voor senioren*. Hoevelaken. Bezocht op 26-04-2011 via: <http://www.deno.nl/145/?article=30>
- Bouwkennis.nl (2011) *Woningbezitter heeft weinig inzicht in restschuld*. Bezocht op 28-07-2011 via: http://www.bouwkennis.nl/database/woningbouw/woningbouwmarkt/achtergronden/woningbezitter_ heeft_ weinig_ inzicht_ in_ restschuld
- Capel, J. (2001) *Zeepbel op aandelen- en huizenmarkt*. ESB: jaargang 86, nummer 4294, 9 februari 2001, p. 140.
- CBS (2011) *Meer nieuwe opdrachten voor architecten*. Bezocht op 26-05-2011 via: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/bouwen-wonen/publicaties/artikelen/archief/2011/2011-3377-wm.htm>
- CBS (2010) *Persbericht: Tempo vergrijzing loopt op*. Den Haag: eigen uitgave.
- CBS (2007) *Webmagazine: Zeven miljoen woningen in Nederland*. Bezocht op 25-05-2011 via: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/bouwen-wonen/publicaties/artikelen/archief/2007/2007-2310-wm.htm>
- Bekkering, P. (2011) *Integraal, interdisciplinair en inventief*. Amsterdam: Real Estate Magazine, jaargang 14, mei 2011, p. 7-10.
- Century 21 Benelux (2011) *Nieuwsbericht: Senioren minder honkvast dan gedacht*. Bezocht op 11-05-2011 via: <http://www.bouwenwonen.net/news/read.asp?id=28331>
- CPB (2011) *Kortetermijnraming maart/april 2011*. Bezocht op 18-09-2011 via: <http://www.cpb.nl/cijfer/kortetermijnraming-maartapril-2011-economie-groeit-maar-niet-uitbundig>
- Frankwatching (2011) *Hoe leeftijdsgroepen online communiceren*. Bezocht op 25-11-2011 via: <http://www.frankwatching.com/archive/2011/08/12/hoe-leeftijdsgroepen-online-communiceren-infographic/>
- Jagersma, H. (2011) *Zorgvastgoed in trek bij pensioenfondsen*. Vastgoedmarkt (financieel) jaargang 38, februari 2011, p. 79.
- Kadaster (2009) *Aantal verkochte woningen in januari 2009 gedaald ten opzichte van januari 2008*. Bezocht op 11-05-2011 via: http://www.kadaster.nl/window.html?inhoud=/index_frames.html%3Finhoud%3Dnieuws-bericht.asp%253FId%253D671%2526Id_Categorie%253D1
- Klaver, G. (2011) *Ontwikkelaars zitten met stijgend aantal onverkochte woningen in de maag*. PropertyNL nr. 14 jaargang 11, september 2011, p. 10.
- Lenzholzer, S. en Colombijn, F. (2011) *Stadsveroudering*. Bezocht op 18-07-2011 via: <http://www.levendesteden.nl/concepten/2010/stadsveroudering/>
- Luijten, A. (2011) *Nieuwe opgaven voor gebiedsontwikkeling*. Delft: Essay Praktijkleerstoel Gebiedsontwikkeling TU Delft.
- Meding, R. von (2010) *Zorg voor de stad*. Arnhem. Bezocht op 06-04-2011 via: <http://ruimtevolk.nl/blog/zorg-voor-de-stad/>

- NEPROM (2011) *Na herstel terugval voor nieuwbouw in 2011*. Voorburg, 18 juli 2011. Bezocht op 19-07-2011 via: <http://www.neprom.nl/nieuws-detail/na-herstel-terugval-voor-nieuwbouw-in-2011>
- NVM (2011) *Volop kansen voor u als koper*. Bezocht op 26-05-2011 via: http://nieuws.nvm.nl/Wonen/Campagnes/Ga_je_een_huis_kopen.aspx
- PropertyNL (2011) *Provada: Syntrus Achmea wil fors groeien in middensegment huurwoningen*. Nieuwsbrief donderdag 9 juni 2011.
- Priemus, H. (2011) *Plannen tegen scheefwonen horen in papierversnipperaars*. Volkskrant. Bezocht op 16-06-2011 via: http://opinie.volkskrant.nl/artikel/show/id/8013/Plannen_tegen_scheefwonen_horen_in_papierversnipperaars
- Sante, M. van (2011) *Nieuwbouw onder druk door verlaging overdrachtsbelasting*. Amsterdam: ING Economisch Bureau.
- Schoffelen, J. (2011) *Van ketenintegratie naar netwerkintegratie*. Amsterdam: Real Estate Magazine, jaargang 14, nummer 75, mei 2011, p. 8-12.
- Stec Groep (2011) *Corporaties in hun maag met lage middeninkomens*. Bezocht op 24-10-2011 via: <http://www.stec.nl/nieuws/12-nieuws/126-corporaties-in-hun-maag-met-lage-middeninkomens.html>
- Terpstra, P.R.A. (2007) *Consumentgericht bouwen*. B&G jaargang 34, mei/juni 2007, p. 22-25.
- Vastgoedmarkt (2011a) *Neprom: Verkoop nieuwbouwwoningen zakt in*. Nieuwsbrief woensdag 18 mei 2011.
- Vastgoedmarkt (2011c) *Aantal verkochte woningen stijgt met 4 procent*. Nieuwsbrief vrijdag 7 oktober 2011.
- Verleg, P. (2010) *Senioren stuk mondiger, rekening houden met wensen consument*. Nieuwbouwspecial van de Telegraaf, editie oktober 2010, p. 6.
- Wegwijs.nl (2011a) *Aantal woningen per koper op historisch hoogtepunt*. www.wegwijs.nl. Bezocht op 27-07-2011 via: <http://www.wegwijs.nl/artikel/2011/04/aantal-woningen-per-koper-op-historisch-hoogtepunt>
- Wegwijs.nl (2011b) *Woningmarkt voor starters ingestort*. www.wegwijs.nl. Bezocht op 16-06-2011 via: <http://www.wegwijs.nl/artikel/2011/05/woningmarkt-voor-starters-ingestort>
- Willems, M. (2011) *IMF: kabinet moet hypotheekrenteaftrek beperken*. NRC. Bezocht op 16-06-2011 via: <http://www.nrc.nl/nieuws/2011/03/28/imf-kabinet-moet-hypotheekrenteaftrek-beperken/>

Besprekingen

Nozeman, E. (2011) *“Ondernemen en risicomangement”*. Presentatie Vastgoedontwikkeling RUG, Groningen.

Internet algemeen

- <http://www.rug.nl/bibliotheek/catalogibestanden/scriptiesdocbestandenrug>
- <http://www.vastgoedkennis.nl/>
- <http://nevp.nl/index.aspx>
- <http://www.achmeavastgoed.nl/index.php?id=466>
- <http://www.regiogroningenassen.nl/nl/>
- <http://www.fryslan.nl/sjablonen/1/infotype/plan/view.asp?objectID=23177>
- www.kadaster.nl
- www.cbs.nl
- www.secondbloom.nl
- www.hethuisvanu.nl
- www.sir55.nl
- www.omale.nl
- <http://www.omale.nl/projecten/gaarlandtpark/>
- <http://www.habion.nl/pdf/watisthuis.pdf>
- <http://www.habion.nl/overhabion/deGrijzeMotor.asp>

Bijlage 1 – Vragenlijst diepte-interviews professionals

Naam :
Functie :
Bedrijf/instelling :
Datum :

Woningmarkt voor medioren in Noord-Nederland

1. Signaleert u een toenemende vraag naar huisvesting voor medioren in Noord-Nederland (zowel koop- als huurwoningen)? En specifiek in het duurdere segment?
2. Hoe ziet volgens u de woningmarkt voor medioren (45 -65 jaar) eruit in Noord-Nederland?
3. Wat is uw ervaring met deze doelgroep en met welke projecten voor huisvesting van (welvarende) medioren bent u of is uw organisatie bezig (geweest) die mogelijk interessant zijn om nader te belichten?
 - a. Kunt u het project omschrijven?
 - b. Was het project een succes?
 - c. Waarom wel of niet en wat waren de succes- en faalfactoren?
 - d. Hoe is het project geïnitieerd en hoe is de doelgroep benaderd?
 - e. Is er vraag gestuurd ontwikkeld, ofwel zijn de woonwensen van tevoren in kaart gebracht en is hierop ingespeeld tijdens de ontwikkeling?
4. Welke invloed heeft de huidige financiële crisis volgens u op het koopgedrag van medioren en wat zijn succesfactoren waarmee in een moeilijke tijd ingespeeld kan worden op de vergrijzing in Noord-Nederland?

Woonconcepten voor medioren

5. Aan welke kenmerken (succesfactoren) moet een woonconcept gericht op medioren voldoen om deze met succes in de markt te kunnen zetten en hoe moet de kritische medior (marketingtechnisch) benaderd worden?
6. Signaleert u interesse vanuit de kant van de beleggers om te investeren in woningen in de huursfeer voor welvarende medioren?
7. Zo ja, hoe zou een dergelijk project er dan uit moeten zien en met welke stakeholders zou u dan samenwerken om de management intensieve exploitatie succesvol op te zetten?

Locatie eisen

8. De locatie weegt misschien wel het zwaarst mee in de woningkeuze. In hoeverre moet de medior inspraak hebben op de locatie?
9. Aan welke eisen moet de locatie voldoen om te voorzien in de woonwensen van medioren? Waar wil de medior wonen?
10. Is er een trek naar stedelijke of meer ruraal gelegen gebieden en zijn leefstijlen hieraan te koppelen?

Doelgroepbenadering

11. Hoe kunnen woonwensen het beste in kaart worden gebracht?
12. Tot in hoeverre zou een potentiële koper uit de doelgroep invloed uit moeten kunnen oefenen op het ontwikkelingsproces?
13. Wat zijn hiervan de voor- en nadelen en hoe moet dit er praktisch uit komen te zien?
14. Op welke onderdelen van het bouw- en ontwikkelingsproces zou de (welvarende) medior invloed uit kunnen oefenen?

Toekomstverwachting

15. Zou er nu alvast rekening gehouden moeten worden in het concept dat er in de toekomst vraag naar zorg komt? En hoe zou hier op ingespeeld kunnen worden wanneer er nog geen concrete zorgvraag is?
16. Hoe groot schat u de kans dat een woonconcept gericht op welvarende medioren in tijden van crisis succesvol in de markt kan worden gezet?
17. Wat zijn uw verwachtingen voor de toekomst wat betreft de woningmarkt voor medioren in Noord-Nederland?

Bijlage 2 – Vragenlijst medioren Midden-Drenthe

Webadres

www.thesistools.com/woonwensen

Introductie

Beste deelnemer,

Hartelijk dank voor uw interesse in deelname aan het onderzoek naar de woonwensen in Noord-Nederland. Ik doe dit afstudeeronderzoek ter afronding van mijn opleiding Vastgoedkunde van de Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen aan de Rijksuniversiteit Groningen. Om te achterhalen of het huidige woningaanbod van huisvesting in Noord-Nederland nog wel aansluit op de vraag ben ik erg geïnteresseerd in uw woonwensen. Aan de hand van deze korte online enquête (ca. 5 minuten) hoop ik hiervan een duidelijker beeld te krijgen.

Uw antwoorden zullen strikt vertrouwelijk en anoniem worden behandeld en enkel gebruikt om in z'n algemeenheid uitspraken te kunnen doen in mijn onderzoek over de woonwensen in Noord-Nederland. U kunt door het invullen van de vragenlijst een aanzienlijke bijdrage leveren aan mijn onderzoek en uw medewerking stel ik daarom ook zeer op prijs. Mocht u problemen hebben bij het invullen van de vragenlijst, dat kunt u uw vraag per mail stellen via j.w.jansen.1@student.rug.nl.

Met vriendelijke groet,

Jan Willem Jansen
Rijksuniversiteit Groningen

Online enquête woonwensen medioren

U kunt elke keer kiezen uit één van de antwoordmogelijkheden, behalve wanneer dit in de vraag anders staat aangegeven.

Verhuisgeneigdheid

1. Heeft u plannen om te verhuizen?
 - Ja, ik ben druk op zoek naar een andere woning en zou per direct willen verhuizen
 - Ja, ik ben op zoek naar een andere woning en wil binnen nu en twee jaar graag verhuizen
 - Nee, daar ben ik nu niet actief mee bezig maar wil wellicht in de toekomst verhuizen
 - Nee, ik blijf wonen waar ik nu woon

Intermezzo! [wanneer deelnemer kiest voor optie 4 in vraag 1]

U heeft aangegeven geen plannen te hebben om te gaan verhuizen. Om toch een goed beeld van uw woonwensen te krijgen is het van belang om bij de beantwoording van de resterende vragen voor uzelf de situatie te schetsen waarin u wél de intentie heeft om te verhuizen.

2. Ingeval u niet van plan bent direct te verhuizen, waar heeft dit dan mee te maken?
 - Verkoop van huidige woning gaat moeilijk vanwege de stagnerende woningmarkt
 - Financierbaarheid van nieuwe woning is niet rond te krijgen
 - De woning die ik zoek wordt niet aangeboden
 - Ik zit goed waar ik nu zit en ik ben blij met mijn huidige woning
 - Anders, namelijk:

3. Als u mocht kiezen tussen verhuizen of het aanpassen van de huidige woning wat heeft dan uw voorkeur?
 - Aanpassen huidige woning
 - Verhuizen naar een bestaande woning
 - Verhuizen naar een nieuwbouwwoning
 - Verhuizen, maar ik heb geen voorkeur voor een bestaande of een nieuwbouwwoning

4. Als u ervoor kiest om te verhuizen, wat is dan de reden voor de geplande verhuizing?
 - Huidige woning of woonomgeving voldoet niet meer aan de woonwensen
 - Dichter bij vrienden/familie/werk wonen
 - Kapitaal vrijspelen door verkoop van huidige woning
 - Stoppen met werken
 - Kinderen zijn het huis uit
 - Behoefte aan zorg i.v.m. fysieke beperking
 - Anders, namelijk:

5. Welke stelling past het beste bij u?
 - “Ik ben reactief en zal niet snel zelf initiatief nemen om te verhuizen. Ik moet overtuigd worden”
 - “Ik ben ondernemend en maak het liefst mijn eigen plan wanneer het gaat om verhuizen”

6. Wanneer u overweegt te verhuizen, kunt u dan aangeven welke eigendomsvorm u prefereert?
 - Van koopwoning naar koopwoning [doorgaan met vraag 7]
 - Van koopwoning naar huurwoning [doorgaan met vraag 8]
 - Van huurwoning naar koopwoning [doorgaan met vraag 7]
 - Van huurwoning naar huurwoning [doorgaan met vraag 8]

7. In welke prijscategorie valt de koopwoning als u een andere woning zou willen kopen?
 - Minder dan €150.000
 - €150.000 tot €250.000
 - €250.000 tot €350.000
 - €350.000 tot €450.000
 - Meer dan €450.000
 - Niet van toepassing

8. Hoeveel bent u bereid maximaal te besteden aan huurlasten indien u kiest voor een huurwoning?
 - Minder dan €653 per maand (huurtoeslaggrens)
 - €653 tot €1.200 per maand
 - Meer dan €1.200 per maand
 - Niet van toepassing

Woonwensen

9. Hoe valt uw huidige woonomgeving het best te omschrijven?
 - In de stadskern
 - Aan de rand van de stad
 - Buitengebied, platteland of bosrijk gebied
 - Anders, namelijk:

10. Welke woonomgeving heeft uw voorkeur om te wonen?

- In de stadskern
- Aan de rand van de stad
- Buitengebied, platteland of bosrijk gebied
- Anders, namelijk:

11. Welke woonvorm heeft uw huidige woning?

- Tussenwoning in een rij
- Hoekwoning in een rij
- Twee-onder-een-kap
- Grondgebonden (vrijstaande) woning
- Appartement
- Penthouse
- Maisonnette woning
- Gelijkvloerse woning (bungalow / patiowoning)
- Anders, namelijk:

12. Welke woonvorm heeft uw voorkeur? (1e en 2e keus opgeven)

- Tussenwoning in een rij
- Hoekwoning in een rij
- Twee-onder-een-kap
- Grondgebonden (vrijstaande) woning
- Appartement
- Penthouse
- Maisonnette woning (appartement met meerdere verdiepingen)
- Gelijkvloerse woning (bungalow / patiowoning)
- Woontoren / multifunctioneel complex met (zorg)appartementen en verschillende voorzieningen, zoals zorgpraktijken, wellness voorzieningen en een winkelcentrum
- Kangoeroewoning (samenwonen met kinderen of kennissen in twee zelfstandige woningen met eigen voordeur, eventueel aan elkaar gekoppeld)
- Anders, namelijk:

13. Welke drie veiligheidsmaatregelen vindt u het belangrijkste in een woonconcept?

- Extra inbraakbeveiliging bij ramen en deuren
- Duidelijk aanwezige verlichting
- Centrale toegang (evt. via videobeeld)
- Inbraakbeveiliging systeem (camera's en alarm)
- Wonen in hofjesstructuur
- Zicht op straat (sociale veiligheid)
- Anders, namelijk:

14. Welke drie collectieve voorzieningen vindt u het belangrijkste in een woonconcept?

- Wellness voorzieningen (sauna, fitness, zwembad etc.)
- Fysiotherapie
- Huisartsenpost
- Apotheek
- Supermarkt
- Bank / pinautomaat
- Restaurant

- Anders, namelijk:

15. Hoe belangrijk vindt u het dat de woning in de toekomst eventueel aangepast kan worden aan een mogelijke zorgvraag, om het leven te vergemakkelijken?

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Neutraal
- Onbelangrijk
- Zeer onbelangrijk

Intermezzo!

Domotica staat voor het integreren van techniek en diensten in een woning om de kwaliteit van het wonen te verbeteren, de veiligheid en het comfort te vergroten en het energieverbruik terug te dringen. Denk hierbij aan het (centraal) aansturen van functies als verwarmen, ventileren of verlichten en verhogen van de veiligheid door inbraakbeveiliging en sensoren etc.

16. Hoe belangrijk vindt u het dat er aandacht wordt geschonken aan domotica om uw woning?

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Neutraal
- Onbelangrijk
- Zeer onbelangrijk

17. Welke drie domotica hulpmiddelen vindt u het meest belangrijk in uw woning?

- Afzonderlijke verwarming en koeling per vertrek
- Inbraakbeveiliging systeem (camera's en alarm)
- Aanwezigheidssimulatie (gesimuleerde aanwezigheid tijdens vakanties)
- Sensoren (rook, gas, beweging)
- Aansturen van zonwering, rolluiken, gordijnen, deuren en poorten
- Automatische lichtbediening (uit- en inschakelen / dimmen)
- Aansturen van ventilatie (of automatisch, alleen wanneer het vochtig is)
- Beheren van audiosysteem in meerdere vertrekken
- Besturing van verschillende elektronische apparaten via één centraal punt
- Intercom (evt. met videofoon)
- Telewerken (makkelijk werken van huis uit middels telecommunicatieverbindingen)
- Hulp oproep systeem (medische hulp kan direct 24 uur per dag opgeroepen worden)
- Mobiliteitsbewaking (hulp wordt automatisch ingeschakeld wanneer er geen beweging in huis wordt gesignaleerd)

Bouw- en ontwikkelingsproces

18. Welke ontwikkelingsvorm spreekt u het meest aan?

- Particulier opdrachtgeverschap (u koopt zelf de grond aan en kiest welke partijen u betreft bij de ontwikkeling en bouw van de woning)
- Consumentgerichte ontwikkeling (vorm waarbij de ontwikkelaar via de woonwensen een plan maakt en waarbij u medezeggenschap heeft)
- Catalogusbouw (u heeft keuze uit een aantal standaard woningen die naar wens aangepast en geoptimaliseerd kunnen worden)
- Collectief opdrachtgeverschap (vorm van particulier opdrachtgeverschap alleen waarbij meerdere particulieren de leiding in handen hebben)

19. Wat is bij de keuze van de ontwikkelingsvorm het meest van belang?

- Beperken van het risico
- Maximaliseren van de keuzevrijheid (keuze voorzieningen, woningindeling, esthetiek, services)
- Minimaliseren van de kosten
- Moet zo weinig mogelijk tijd kosten
- Anders, namelijk:

[Vraag 20 t/m 24 samenvoegen zijn samengevoegd in één tabel. Links staat zeer belangrijk, rechts staat zeer onbelangrijk en boven staan de opties]

20. In hoeverre vindt u het belangrijk dat u zelf de regie kan voeren of invloed kan uitoefenen op het bouw- en ontwikkelingsproces van uw woning (bijvoorbeeld de keuze van architect, adviseurs etc.)?

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Neutraal
- Onbelangrijk
- Zeer onbelangrijk

21. In hoeverre vindt u het belangrijk dat u zelf invloed uit kan oefenen op de directe woonomgeving, zoals de invulling van de openbare ruimte, aanwezigheid van voorzieningen en de terreinindeling?

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Neutraal
- Onbelangrijk
- Zeer onbelangrijk

22. In hoeverre vindt u het belangrijk dat u zelf invloed uit kan oefenen op de bouwkundige aspecten van de nieuwe woning, zoals de indeling van de woning, architectuurstijl, materialisering, duurzaamheid en domotica?

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Neutraal
- Onbelangrijk
- Zeer onbelangrijk

23. In hoeverre vindt u het belangrijk dat u zelf invloed uit kan oefenen op de samenstelling van een eventueel pakket van services en diensten, zoals een boodschappendienst, klusjesman, tuinonderhoud etc.?

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Neutraal
- Onbelangrijk
- Zeer onbelangrijk

24. In hoeverre vindt u het belangrijk dat u zelf invloed uit kan oefenen op de aanwezigheid van collectieve voorzieningen, zoals wellness voorzieningen, een huisartsenpost of een supermarkt?

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Neutraal
- Onbelangrijk

- Zeer onbelangrijk
25. Bent u bereid meer te betalen als u meer inspraak krijgt? (vraag op dezelfde pagina als 18 t/m 23)
- Ja
 - Nee
26. Wanneer u inspraak heeft op het bouw- en ontwikkelingsproces van uw woning, in hoeverre vindt u het dan belangrijk dat u nieuwe ontwikkelingen via internet kan volgen? (bijvoorbeeld per email, sociale media, projectwebsite, digitale nieuwsbrief)
- Zeer belangrijk
 - Belangrijk
 - Neutraal
 - Onbelangrijk
 - Zeer onbelangrijk
27. Wanneer er van u geëist wordt dat u actief gaat deelnemen in het bouw- en ontwikkelingsproces van uw woning, heeft u dan minder interesse in die woning? Denk hierbij bijvoorbeeld aan het verplicht deelnemen van informatiebijeenkomsten en workshops, invullen van internet enquêtes.
- Nee, ik vind het juist fijn dat ik actief kan deelnemen aan het ontwikkelingsproces van mijn woning
 - Ja, ik wil graag mijn woonwensen kenbaar maken, maar niet verplicht actief deelnemen aan de gekoppelde activiteiten
 - Ja, ik ben eerder geïnteresseerd in een kant-en-klaar aangeleverde woning
 - Anders, namelijk:

Persoonlijke gegevens

28. In welke provincie woont u?
- Drenthe
 - Friesland
 - Groningen
 - Overig
29. Woont u in Midden-Drenthe? [alleen voor Drentenaren]
- Ja
 - Nee
30. Binnen welke leeftijdscategorie valt u?
- Onder 25 jaar
 - 25 tot 45 jaar
 - 45 tot 65 jaar
 - 65 jaar en ouder
31. In welke inkomenscategorie valt u of uw huishouden?
- Beneden modaal (tot €32.500 bruto per jaar)
 - Modaal (€32.500 tot €50.000 bruto per jaar)
 - Boven modaal (meer dan €50.000 bruto per jaar)
32. Heeft u nog op- of aanmerkingen?

Bijlage 3 – Toelichting confrontatiematrix

In deze bijlage wordt per waarde toekenning in de confrontatiematrix uit paragraaf 5.2 kort een toelichting gegeven. De matrix is daarom nogmaals toegevoegd, echter zijn er nu per waardering nummers toegevoegd die vervolgens individueel kort zijn toegelicht.

Confrontatiematrix Weging behorende bij de SWOT-analyse: Confrontatie van de vraag naar en aanbod van huisvesting voor medioren in Midden-Drenthe. Waarde toekenning: -- = zeer bedreigend - = bedreigend 0 = neutraal/geen verband + = kansrijk ++ = zeer kansrijk		Kansen					Bedreigingen				Totaal	
		Locatie met hoog voorzieningenniveau	Interesse in huurwoningen is verduubbeld	Medioren zijn kapitaalkrachtig	Opkomst sociale media	Aanbod appartementen en benedenwoningen sluit niet aan op de vraag	Stagnatie op de woningmarkt	Grote generieke vraag is tijdelijk	Beperkte verhuisgezigheid medioren	Introductiefase van de productlevenscyclus		
		+	-									
Sterke punten	Kleinschalig ontwikkelen	+(1)	0	0	0	+(2)	++(3)	0	0	+(4)	5	0
	Betrek de medioren in het planontwikkelingsproces en geef inspraak op aspecten	0	+(5)	++(6)	++(7)	+(8)	++(9)	0	0	+(10)	9	0
	Zowel woningen in midden- als hoog-segment bouwen	0	+(11)	-(12)	0	+(13)	++(14)	+(15)	0	0	5	1
	Community-building	0	0	+(16)	++(17)	0	0	0	0	+(18)	4	0
Zwakke punten	Woonconcept liëren aan zorg	0	0	0	0	-(19)	0	-(20)	+(21)	0	1	2
	Woonconcept richten op meerdere leeftijdscategorieën	0	0	-(22)	0	--(23)	0	+(24)	0	0	1	3
	Focus ligt op het koopsegment	--(25)	--(26)	+(27)	0	-(28)	--(29)	-(30)	0	0	1	8
	Ontwikkelen op basis van generieke vraag	0	-(31)	-(32)	0	0	--(33)	0	0	-(34)	0	5
Totaal		+	1	2	4	4	3	6	2	1	3	
		-	2	3	3	0	4	4	2	0	1	

Kleinschalig ontwikkelen

1 – Vaak heeft de ontwikkelaar te maken met (kleinschalige) inbreidingslocaties wanneer een locatie wordt gezocht met een hoog voorzieningenniveau. Kleinschalig ontwikkelen sluit in dit geval het beste aan op het bouwen in binnenstedelijke gebieden en centrumlocaties waar de ruimte veelal beperkt is.

2 – De stijging van de vraag appartementen en benedenwoningen is aangetoond met het woonwensenonderzoek in Midden-Drenthe. Er zullen zeker een aantal medioren zijn die hun huidige woning hiervoor in willen leveren, echter de verhuisgezigheid is laag. Hierdoor is het verstandiger om kleinschalig te ontwikkelen, zodat het project sneller verkocht is. Gefaseerd ontwikkelen is aan te raden wanneer er op grotere schaal ontwikkeld wordt.

3 – Kleinschalig ontwikkelen (in samenspraak met de woonconsument) zorgt ervoor dat er sneller met de bouw begonnen kan worden wat gunstig is voor de ontwikkelaar. Voor de consumenten is dit gunstig omdat zij meer betrokken worden bij de bouw en minder risico lopen wanneer er andere kopers afhaken. Een klein project wordt immers eerder compleet afgebouwd dan een groot project.

4 – Wanneer een ontwikkelaar met een nieuw product op de markt komt, zal dit zeker goed gepromoot moeten worden. Er is echter een kans dat een project niet gelijk goed verkoopt. Wanneer er dan kleinschalig wordt ontwikkeld, zijn de financiële risico's bij stagnerende verkoop kleiner.

Betrek de medioren in het planontwikkelingsproces en geef inspraak op aspecten

5 – De interesse voor huurwoningen is gestegen, echter er worden nog veel koopwoningen gebouwd. Door de medioren vroegtijdig te betrekken bij de bouw, kan ook vroegtijdig worden gepeild of men wil huren of kopen. Hierdoor kan – in geval van huur – vroegtijdig een belegger worden gezocht.

6 – Dat de medioren zeer kritisch zijn werd al eerder in dit onderzoek duidelijk. Om deze kapitaalkrachtige doelgroep zo goed mogelijk te bedienen en een kwalitatief hoogstaand product te leveren dat goed aansluit op de woonwensen, is het belangrijk om te bouwen naar wens en de medioren inspraak te geven op verschillende aspecten. Op deze manier kunnen de kapitaalkrachtige medioren het beste worden bediend.

7 – Door de sociale media kunnen medioren laagdrempelig worden benaderd, maar tegelijkertijd kan de mening van de medioren in een vroeg stadium worden gehoord door een open dialoog aan te gaan. In het proces van vraaggestuurd ontwikkelen kan dit de eerste stap zijn om de wensen en meningen te peilen.

8 – Op basis van het woonwensenonderzoek in Midden-Drenthe bleek dat er meer vraag is naar appartementen en benedenwoningen. Per locatie zou deze wens kunnen verschillen waardoor het vooraf peilen van de woonwensen duidelijkheid geeft over het gewenste woningtype.

9 – Vooral in tijd van financiële crisis waarin de consument het voor het zeggen heeft, is het zeker kansrijk om de consument zoveel mogelijk inspraak te geven. Hierdoor krijgt de consument wat hij wil en sluit het aanbod zo goed mogelijk aan op de kritische vraag.

10 – Omdat in de introductiefase nog weinig bekend is over wat een woonconcept nu succesvol maakt, is het belangrijk om te allen tijde de wensen te peilen, zodat toch een product geleverd kan worden dat zo goed mogelijk aansluit op de vraag.

Zowel woningen in midden- als hoog-segment bouwen

11 – Het grootste gedeelte van de medioren dat een huurwoning zoekt, zoekt deze in de sociale huur. Door dus ook in het segment van lagere huren actief te zijn, kan een grote groep geïnteresseerde huurders worden bereikt. Wat betreft koopwoningen gaf de helft van de respondenten uit Midden-Drenthe aan een koopwoning onder de €250.000 te zoeken.

12 – Het aanbieden van woningen in het lagere segment, zouden de kapitaalkrachtige medioren die een luxere woning zoeken kunnen afschrikken.

13 – Zowel in het hogere als het lagere segment sluit het aanbod van appartementen en benedenwoningen niet aan op de vraag. Dus in beide segmenten liggen kansen.

14 – Door je als ontwikkelaar bij stagnatie op de woningmarkt niet alleen te richten op luxere woningen, maar ook op het middensegment, kun je je onderscheiden van de andere ontwikkelaars. Hierbij kan samenwerking met corporaties een voorwaarde zijn, bijvoorbeeld als gedelegeerd ontwikkelaar. Het scala aan producten wordt hierdoor uitgebreid.

15 – Wanneer de grote generieke vraag naar woningen afneemt, kunnen woningen mogelijk herontwikkeld worden naar starterswoningen. Om na herontwikkeling betaalbare woningen te garanderen voor starters zullen middel-dure woningen hiervoor het meest in aanmerking komen.

Community-building

16 – Naar verwachting zijn het met name de kapitaalkrachtige medioren die behoefte hebben aan community-building. Vaak zijn zij ook statusgevoelig waardoor het samenbrengen van eensgezinden de positie van de medioren kan versterken.

17 – Door sociale media in te zetten als digitaal platform kunnen medioren gemakkelijk samengebracht worden en met elkaar van gedachten wisselen. Een actieve deelname van de marktpartij in discussies die online gevoerd worden, is hierin een vereiste.

18 – In de introductiefase is er nog weinig bekend over wat een woonconcept precies succesvol maakt. Door de medioren te verenigen en als marktpartij een open dialoog aan te gaan met de consument, is het gemakkelijker om feedback te ontvangen op een concept. Hierdoor is het mogelijk een concept elke keer beter aan te laten sluiten op de kritische vraag en zo gedurende de productlevenscyclus steeds een sterker concept te ontwikkelen.

Woonconcept liëren aan zorg

19 – Er is een gestegen vraag naar appartementen gesignaleerd. Wanneer deze echter in de markt worden gezet als zorgappartementen hebben de woonconsumenten waarschijnlijk eerder het idee dat het een complex voor ouderen is. Hierdoor zouden appartementen eerder gaan lijken op de bestaande verzorgingstehuizen.

20 – Wanneer een woning sterk gelieerd is aan zorg is dit vaak terug te zien in de kenmerken van de woning (bredere deurposten, slaapkamer op begane grond, rolstoeltoegankelijke badkamer) of ligging naast een zorginstelling. Dit zal een transformatie naar bijvoorbeeld starterswoningen bemoeilijken wanneer de grote generieke vraag naar huisvesting voor medioren na verloop van tijd afneemt.

21 – Er is een aantal medioren dat pas zal verhuizen wanneer ook daadwerkelijk een zorgvraag ontstaat. Hierdoor wordt de beperkte verhuisgeneigdheid ook deels verklaard. Hoewel de meeste medioren zorg (nog) niet als verhuisreden opgeven, zal een groot deel van de medioren wel verhuizen wanneer deze zorgvraag ontstaat. Wanneer een woonconcept gelieerd is aan zorg, zal het deel van de medioren dat gedwongen moet verhuizen een nieuwe markt creëren. Hierbij wordt opgemerkt dat de verhuisbeweging pas laat op gang komt doordat men langer vitaal en gezond is.

Woonconcept richten op meerdere leeftijdscategorieën

22 – Met name de kapitaalkrachtige en statusgevoelige medioren die bijvoorbeeld een riant vrijstaande woning inruilen voor een kleinere woning, zullen naar verwachting een voorkeur hebben voor een woning die ook uitsluitend voor hen (en andere eensgezinden) wordt gebouwd.

23 – Vooral wanneer er appartementen worden ontwikkeld voor meerdere leeftijdscategorieën (bijvoorbeeld een combinatie van ouderen en jongeren in één complex) is de kans groot dat jongeren overlast veroorzaken richting de ouderen. Omgekeerd worden jongeren in een dergelijk complex eerder geconfronteerd met de ouderen. Uit onderzoek van woningcorporatie Habion blijkt dat jongeren hier minder behoefte aan hebben.

24 – Door een concept op meerdere leeftijdscategorieën te richten zal bijvoorbeeld een appartementencomplex makkelijker te herontwikkelen zijn naar een complex voor alleen jongeren wanneer de vraag naar ouderenappartementen daalt. Er wordt dan namelijk al bij de bouw rekening gehouden met woonwensen van jongeren, zoals voorzieningen waar jongeren graag gebruik van maken en ligging in een centrumgebied.

Focus ligt op het koopsegment

25 – Wanneer de focus alleen op het koopsegment ligt, bestaat de kans dat de meest gewilde centrumlocaties alleen toegankelijk worden voor de elite. Er zullen ook sociale huurwoningen in centrumgebieden met een

hoog voorzieningenniveau aanwezig moeten zijn. Samenwerking met corporaties zal dus lonen en zo kan er een mix van (goedkope) huurwoningen en (duurdere) koopwoningen worden gecreëerd.

Daarnaast is er volgens de marktpartijen meer interesse vanuit beleggers om te investeren in zorgvastgoed, waaronder huurwoningen waarbij in de toekomst ondersteuning vanuit het zorgcentrum mogelijk is. Voorwaarde is vaak wel dat de woningen gelegen zijn in Randstedelijk gebied.

26 – Hoewel de focus van marktpartijen vooral ligt op het koopsegment, blijkt uit het woonwensenonderzoek in Midden-Drenthe dat de interesse in huurwoningen is verdubbeld. De meerderheid van de medioren zoekt echter nog wel een koopwoning.

27 – De meeste medioren die een huurwoning zoeken zijn op zoek naar een sociale huurwoning. Verder zoeken veruit de meeste verhuisgeneigde (en kapitaalkrachtige) medioren een (luke) koopwoning. Doordat er met name koopwoningen worden gebouwd, worden de meeste kapitaalkrachtige medioren dus gefaciliteerd. Er zal een klein deel welvarende medioren overblijven dat een huurwoning zoekt met een huur boven de huurtoeslaggrens. Een vroegtijdige marktverkenning op lokaal niveau moet hier duidelijkheid in verschaffen.

28 – De focus ligt nu met name op koopwoningen en veel medioren geven aan een appartement of benedenwoning te zoeken bij een volgende verhuisbeweging. Hierdoor bestaat het gevaar dat het aantal koopappartementen straks naar verhouding te groot is vergeleken bij het aantal huurappartementen.

29 – Met behulp van het Stock Flow Model is in hoofdstuk 2 een verwachte langdurige prijsdaling aangetoond. Het woonwensenonderzoek is uitgevoerd in 2009 en de woningprijzen zijn de afgelopen 2 jaar gedaald. De medioren zullen ook bewust zijn van deze prijsdaling, waardoor mogelijk nu nog meer medioren willen huren vanwege de dalende woningprijzen en de onzekerheid op de woningmarkt.

30 – De verhuizing van medioren in deze fase van hun leven is mogelijk de laatste geplande verhuizing is. De laatste verhuizing is waarschijnlijk naar een huisvesting gelieerd aan zorg. Hierdoor zal een deel van de medioren hun kapitaal dat nu opgeslagen zit in de stenen, vrij willen spelen om hier leuke dingen van te doen. Dit vrijspelen is mogelijk door een goedkopere woning te kopen, of door te kiezen voor een huurwoning.

Ontwikkelen op basis van generieke vraag

31 – Wanneer puur wordt ontwikkeld op basis van een generieke vraag, zal blijken dat het merendeel van de medioren een koopwoning zoekt. De stijging in de interesse voor een huurwoning wordt hierdoor mogelijk over het hoofd gezien, waardoor hier kansen blijven liggen voor de marktpartijen.

32 – De kapitaalkrachtige medioren zijn kritisch en willen betrokken worden in het planontwikkelingsproces. Woonconcepten die puur zijn gebaseerd op basis van een generieke vraag, in plaats van locatie-specifieke vraag zullen daarom minder succesvol zijn.

33 – Wanneer wordt ontwikkeld op basis een algemene indicatie van de woonwensen, zal een woonconcept vooral in tijd van financiële crisis – waarin de woningmarkt stagneert en het aanbod groot is – minder succesvol zijn. De consument heeft het voor het zeggen. Daarom is het erg belangrijk om de medioren te betrekken in het planontwikkelproces en te ontwikkelen naar locatie-specifieke wens in plaats van een generieke vraag. Een algemeen onderzoek naar de woonwensen van medioren is overigens wel functioneel om een algemene marktprognose te maken.

34 – Vooral in de introductieperiode waarin een woonconcept nog niet compleet geoptimaliseerd is, is het cruciaal om de locatie-specifieke woonwensen in beeld te brengen en niet blind te varen op een generieke vraag. Hierdoor kan een concept constant geoptimaliseerd worden, wat nodig is om uiteindelijk een concept te ontwikkelen dat naar type, functie en/of ontwerp repeteerbaar is.