

Consumentenvoorkeur koopvarianten

Een onderzoek naar de waardering van
koopvarianten



Consumentenvoorkeur koopvarianten

Een onderzoek naar de waardering van
koopvarianten

Rijksuniversiteit Groningen
Faculteit der Ruimtelijk Wetenschappen
Master Real Estate
Coördinator
prof. dr. E.F. Nozeman
Begeleider
prof. dr. ir. A. van der Vlist



I.s.m. De Bunte Vastgoed B.V.
Begeleider
drs. C. de Jong



Auteur
ing. M.J.M. Heeneman

November 2009, Ede

Voorwoord

Dit onderzoek is uitgevoerd in samenwerking met De Bunte Vastgoed B.V. te Ede en is de masterthesis waarmee ik mijn opleiding vastgoedkunde aan de Rijksuniversiteit te Groningen afsluit. Het onderwerp van het onderzoek komt voort uit de ambities van De Bunte Vastgoed B.V. om de financiering van een woning voor een potentiële huizenkoper aantrekkelijker te maken.

Allereerst wil ik de heer Van der Vlist bedanken voor de goede en intensieve begeleiding, vanuit de universiteit, tijdens mijn afstudeertraject. Met zijn kennis op het gebied van onderzoeksmethodiek ben ik op het goede spoor gezet om dit onderzoek af te ronden. Eveneens wil ik de heer De Jong van De Bunte Vastgoed hartelijk bedanken voor het ter beschikking stellen van een afstudeerplaats binnen de organisatie. Daarnaast wil ik alle collega's bij De Bunte Vastgoed B.V. bedanken voor de leerzame tijd.

Tenslotte wil ik degenen bedanken die mij tijdens mijn afstudeertraject hebben gesteund en, niet te vergeten, alle respondenten op de enquête voor hun medewerking. Zonder hen was de realisatie van dit onderzoek niet mogelijk geweest.

M.J.M. Heeneman

November 2009, Ede

Samenvatting

Probleem- en doelstelling

De Bunte Vastgoed bekijkt de mogelijkheden om het voor een potentiële koper financieel aantrekkelijker te maken een woning te kopen. Uitgangspunt hiervoor zijn de al bestaande koopvarianten Koopgarant, Sociale Koop en Koop Goedkoop. Kenmerk van deze koopvarianten is dat er minder gefinancierd hoeft te worden dan de marktwaarde van de woning. Deze Koopvarianten verschillen in de manier waarop dit gebeurt. Het probleem is dat onduidelijk is hoe potentiële huizenkopers dergelijke koopvarianten waarderen en aan welke vorm men de meeste waarde toekent. Het doel van dit onderzoek is dan ook de voorkeur van de consumenten met betrekking tot de koopvarianten inzichtelijk te maken. Om tot het doel van dit onderzoek te komen zijn een viertal onderzoeksvragen geformuleerd:

- Wat zijn de verhuishwensen en het verhuisgedrag van de woonconsument?
- Welke onderzoeksmethode wordt gehanteerd en welke koopvarianten worden in dit onderzoek opgenomen?
- Wat zijn de onderzoeksresultaten van de vignetmethode, onderscheid makend tussen starters op de woningmarkt en doorstromers?
- Wat is de financieringsvoorkeur van woonconsumenten, onderscheid makend tussen starters op de woningmarkt en doorstromers? (hoofdvraag)

Methodiek

Met behulp van een literatuurstudie is het verhuisgedrag van de consument bestudeerd. Nadien zijn op basis van de literatuur een drietal hypothesen opgesteld:

- ‘Starters tonen meer interesse in koopvarianten dan doorstromers’;
- ‘Starters hechten minder waarde aan een volledig aandeel in de waardeontwikkeling van de woning dan doorstromers’;
- ‘Starters hechten minder waarde aan een terugkoopgarantie dan doorstromers’.

Deze hypothesen zijn getoetst met behulp van de vignetmethode. Daarvoor moesten de diverse koopvarianten worden opgesplitst in een aantal kenmerken ofwel attributen. Deze attributen zijn gecombineerd in een negental vignetten en in een enquête voorgelegd aan respondenten die deze dienden te beoordelen met een rapportcijfer.

Kenmerken populatie

De enquête heeft 154 bruikbare respondentprofielen opgeleverd en daarmee 1.386 beoordeelde vignetten. De respondenten op de enquête bestaan voor een groot deel uit jongeren, 70% geeft dan ook aan starter te zijn op de woningmarkt. Tweederde van de respondenten zijn mannen. Over het algemeen zijn de respondenten hoogopgeleid met een benedenmodaal inkomen. De steekproef is daarmee niet geheel representatief voor de Nederlandse bevolking.

Resultaten empirisch onderzoek

Conform de verwachtingen blijkt uit de resultaten dat starters de vignetten hoger waarderen dan doorstromers. Verder blijkt dat doorstromers veel waarde hechten aan de 'traditionele' koop van een woning. Doorstromers hechten geen waarde aan een terugkoopgarantie. Opvallend genoeg waarderen zij deze garantie lager dan starters. Wat betreft de persoonskenmerken kan gezegd worden dat deze een grote invloed hebben op de waardering van de vignetten. Bij de starters uit de steekproef zijn de kenmerken leeftijd, geslacht, hoogst genoten opleiding en het bruto inkomen significant. Bij doorstromers blijken de kenmerken leeftijd, geslacht, positie huishouden, hoogst genoten opleiding en het bruto inkomen een significante invloed op de waardering van de vignetten te hebben.

Conclusie

Op de hoofdvraag van het onderzoek, 'wat is de financieringsvoorkeur van woonconsumenten, onderscheid makend tussen starters op de woningmarkt en doorstromers?', kan het volgende antwoord worden gegeven:

De starters uit de steekproef hebben aangegeven het niveau *grond en opstal* van het attribuut *juridisch eigendom* het belangrijkste te vinden, gevolgd door het kortingspercentage (niveau: *kortingspercentage 35%*). Op de derde plaats komt het attribuut *profijt/ risico waardeontwikkeling* (niveau: *is volledig voor de koper*) en tot slot het attribuut *verkooprisico* (niveau: *is voor de koper*). Wat betreft doorstromers geldt dat zij aan het attribuut *profijt/ risico waardeontwikkeling* (niveau: *is volledig voor de koper*) het meeste belang hechten gevolgd door het juridisch eigendom (niveau: *grond en opstal*). Het kortingspercentage met het niveau 35% komt op de derde plaats en tot slot komt, net als bij starters, het attribuut *verkooprisico* (niveau: *is voor de koper*) op de vierde plaats.

Op basis van dit onderzoek kan geconcludeerd worden dat de maatregelen die genomen kunnen worden ter bevordering van de verkoop van woningen beperkt zijn. Gezien de resultaten kan gezegd worden dat het kortingspercentage van 35% zowel bij starters als bij doorstromers leidt tot een hogere waardering van de vignetten. Bij starters kan het niveau *opstal (grond in erfpacht)* hieraan toegevoegd worden. Richt men zich dus tot deze doelgroep dan kan overwogen worden de grond onder de woningen in erfpacht uit te geven.

Inhoudsopgave

Voorwoord

Samenvatting

1	Onderzoeksopzet	8
1.1	Probleemschets.....	8
1.2	Gevolgen projectontwikkelaar	10
1.3	Probleem-, doel- en vraagstelling	11
1.4	Leeswijzer	11
2	Verhuishwens en verhuisgedrag van de woonconsument	13
2.1	Inleiding.....	13
2.2	De verhuishwens.....	13
2.3	Verhuisgedrag.....	15
2.4	Discrepantie tussen verhuishwens en verhuisgedrag	16
2.5	Koopvarianten	16
3	Onderzoeksmethode.....	19
3.1	Vignetmethode	19
3.2	Enquête opzet	21
3.3	Vignetten	21
3.4	Analytisch model	22

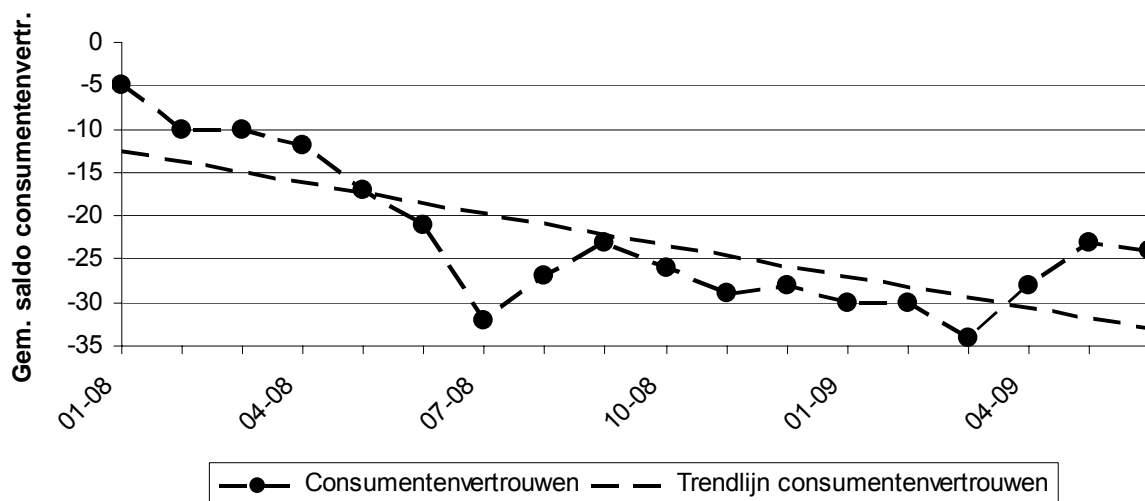
4	Onderzoeksresultaten	24
4.1	Inleiding.....	24
4.2	Beschrijvende analyse	24
4.2.1	<i>Persoonskenmerken.....</i>	<i>24</i>
4.2.1	<i>Waardering vignetten.....</i>	<i>28</i>
4.3	Verklarende analyse.....	29
4.3.1	<i>Schattingsresultaten deelnuten attributen</i>	<i>29</i>
4.3.2	<i>Schattingsresultaten deelnuten attributen en persoonskenmerken</i>	<i>33</i>
4.3.3	<i>Voorwaarden regressie analyse</i>	<i>37</i>
5	Conclusies en aanbevelingen.....	40
5.1	Conclusies.....	40
5.2	Aanbevelingen	42
6	Bronnenlijst	44
7	Inhoudsopgave bijlagen	48

1 Onderzoeksopzet

1.1 Probleemschets

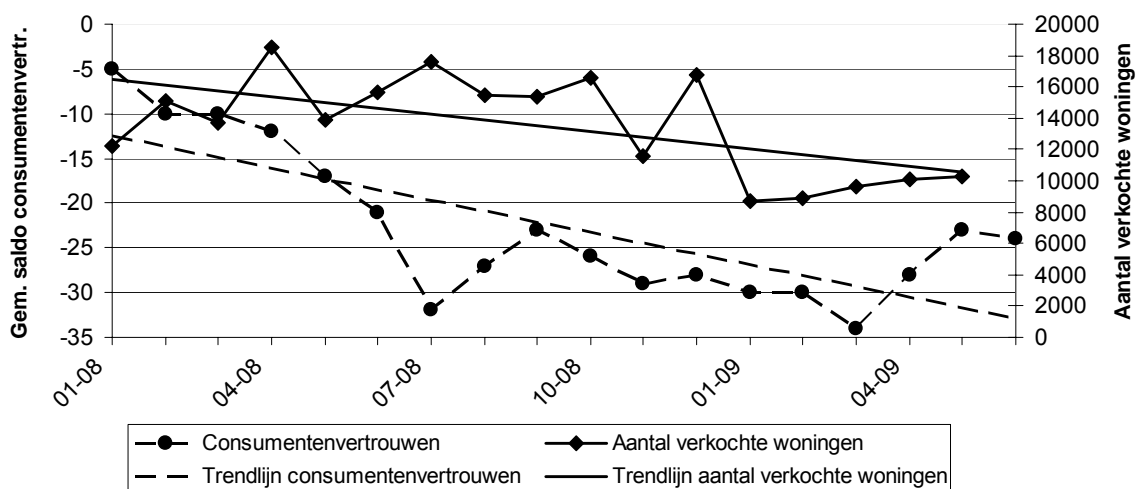
Momenteel heeft Nederland te kampen met economisch zware en onzekere tijden, en een toekomst die eveneens erg onzeker is. In september 2008 liep de inflatie op tot 3,1% terwijl in juli 2009 de inflatie is gedaald tot 0,2%, het laagste niveau sinds 1987 (CBS 2009). De oorzaak van dit alles is de conjuncturomslag in het buitenland (CPB 2008). De zogenaamde kredietcrisis is de aanduiding voor de crisis die in de zomer van 2007 in de Verenigde Staten ontstond en is de oorzaak van de huidige malaise in Nederland. Omdat deze crisis al maandenlang veel aandacht in het nieuws krijgt wordt er in deze inleiding kort aandacht aan besteed (NRC 2008). De kredietcrisis vindt zijn oorsprong in de Verenigde Staten waar risicovolle hypotheekleningen zijn verstrekt en huizenbezitters door de dalende huizenprijzen en stijgende rentes deze niet meer konden afbetalen. In de Verenigde Staten en in Engeland raakten banken in de problemen en in beide landen werden in eerste instantie de rentes verhoogd. Eind 2007 en begin 2008 dalen de effectenbeurzen in de Verenigde Staten en trekken wereldwijd de beurzen mee omlaag. Nederland ondervond in eerste instantie niet direct hinder van de kredietcrisis maar in de loop van 2008 zijn de eerste gevolgen van de crisis ook hier duidelijk merkbaar. Het CPB houdt in 2008 in haar macro economische verkenning rekening met een economische groei van 1,25% in 2009 tegenover 3,50% en 2,25% in respectievelijk 2007 en 2008. De kredietcrisis slaat ook in Nederland toe. In een persbericht in februari 2009 maakt het CBS bekend dat de Nederlandse economie in het vierde kwartaal van 2008 met 0,9% gekrompen is ten opzichte van een kwartaal eerder. Dit is het sterkste kwartaal op kwartaalkrimp sinds het begin van de jaren tachtig. Dit betekent dat de Nederlandse economie, volgens de veelgebruikte definitie als twee opeenvolgende kwartalen een negatieve groei wordt waargenomen in een recessie zit (CPB 2009).

Voordat de consument de crisis daadwerkelijk in de portemonnee gaat voelen, wordt men terughoudender met het doen van grote uitgaven. Met name in de maanden van eind 2007 hoort men niets anders dan de kredietcrisis in het nieuws. Bankleningen die worden overgenomen of omvallen en veelal negatieve en onzekere voorspellingen over de nabije toekomst. Als gevolg van de crisis vertellen banken de risico's die ze momenteel lopen in een hogere hypotheekrente met hogere maandlasten voor de woonconsument als gevolg. Door deze ontwikkelingen daalt het vertrouwen van de consument (zie figuur 1.1).



Figuur 1.1 consumentenvertrouwen weergegeven tussen januari 2008 en juni 2009. Bron: CBS 2009

Huishoudens worden na al deze berichtgeving over de kredietcrisis en het verminderde vertrouwen in de economie voorzichtiger met het vervullen van hun verhuiscansen: onderzoek heeft laten zien dat ongeveer 1,6 miljoen huishoudens plannen hebben om te verhuizen. De huidige onzekerheid zal hen ertoe doen besluiten deze plannen voorlopig uit te stellen (NVB in brandbrief aan kabinet, november 2008). Het ministerie van VROM erkent deze reactie: 'bij een dalend consumentenvertrouwen zijn huishoudens eerder geneigd de kat uit de boom te kijken. Ze verkopen bijvoorbeeld eerst het eigen huis, voor ze een nieuw huis kopen' (VROM 2003). Dit resulteert in een langere verkooptijd en daarmee een algemene stagnatie van de woningverkoop. Het verband tussen consumentenvertrouwen en het aantal verkochte woningen wordt bevestigd door cijfers van het CBS. In figuur 1.2 is het aantal verkochte woningen en wederom het consumentenvertrouwen afgebeeld. Het aantal verkochte woningen is sinds begin 2008 licht gedaald maar opvallend is de sterke daling van het aantal woningverkoop in januari 2009.



Figuur 1.2 Aantal verkochte woningen en het consumentenvertrouwen weergegeven over de periode januari 2008 en juni 2009. Bron: CBS 2009

1.2 Gevolgen projectontwikkelaar

De stagnerende verkoop kan grote financiële gevolgen hebben voor de projectontwikkelaar. Het is zaak om als projectontwikkelaar zo goed mogelijk in te spelen op dit verschijnsel. Immers, een project staat of valt met de verkoop van het vastgoed. In de eerste zes maanden van 2008 verkochten de gezamenlijke ontwikkelaars en bouwbedrijven 14% minder nieuwe woningen dan in dezelfde periode in 2007. De gemiddelde verkooptijd van de woningen liep op van 145 dagen in 2007 naar 173 dagen in het voorjaar van 2008 (NVB 2008). Op het moment dat de projectontwikkelaars de eerste tekenen van een dalende verkoop bemerken en hierop anticiperen, moeten de nog lopende projecten op de markt verkocht worden. Door de teruggelopen verkoop en het grote aanbod ontstaat ten tijde van de crisis een ruime markt wat gevolgen heeft voor de verkoopprijzen. Volgens de vereniging voor ontwikkelaars en bouwondernemers (NVB) zijn de jaarlijkse prijsstijgingen van bestaande huizen afgezwakt en eind 2008 al minder dan 3 procent. Kortom: het afnemende consumentenvertrouwen heeft grote invloed op het verkoopproces van nieuwbouwwoningen en daarmee op de inkomsten van de projectontwikkelaar. Om de verkoop van woningen te bevorderen kunnen projectontwikkelaars koopvarianten aanbieden om consumenten tegemoet te komen. Bij een koopvariant hoeft er minder gefinancierd te worden dan de marktwaarde van de woning. Dit kan geschieden door een korting op de marktwaarde in combinatie met deling van de waardeontwikkeling, een korting op een eventuele erfpachtcanon of uitgestelde betaling (Noordenne 2006).

Koopvarianten werden tot 19 december 2008 in nagenoeg alle gevallen aangeboden door woningcorporaties. Onlangs heeft Bouwfonds Asset Management en OpMaat een licentieovereenkomst van het product Koopgarant getekend voor het project City Campus MAX te Utrecht (zie website Koopgarant). Hierbij is Bouwfonds de eerste commerciële partij die een koopvariant, in dit geval Koopgarant, zal aanbieden.

Er zijn een drietal onderzoeken en diverse artikelen beschikbaar waarin aandacht wordt besteed aan koopvarianten. Zo zijn in een publicatie van de SEV uit 2006 drie koopvarianten uiteengezet en het maandlastenverloop van de koopvarianten vergeleken met marktconforme koop. Dit is een theoretische studie en vergelijkt met behulp van fictieve voorbeelden de diverse koopvarianten. De twee andere onderzoeken hebben betrekking op de moeilijkheden rond de inbedding van koopvarianten binnen de organisatie (zie voor meer informatie Staalduinen 2006 en Hagen 2007).

Deze studies zijn geschreven vanuit de aanbodzijde waarbij weinig aandacht is besteed aan de vraagzijde. Aan de consumentenvoorkeur van koopvarianten is niet of nauwelijks aandacht besteed. Het is dus onduidelijk of de woonconsument op koopvarianten zit te wachten en waar haar voorkeur naar uitgaat.

1.3 Probleem-, doel- en vraagstelling

Probleemstelling:

“Er is geen inzicht in de voorkeur voor koopvarianten van woonconsumenten, onderscheid makend tussen starters op de woningmarkt en doorstromers.”

Doelstelling:

“De financieringsvoorkeur van woonconsumenten, onderscheid makend tussen starters op de woningmarkt en doorstromers, inzichtelijk maken.”

Onderzoeksvragen:

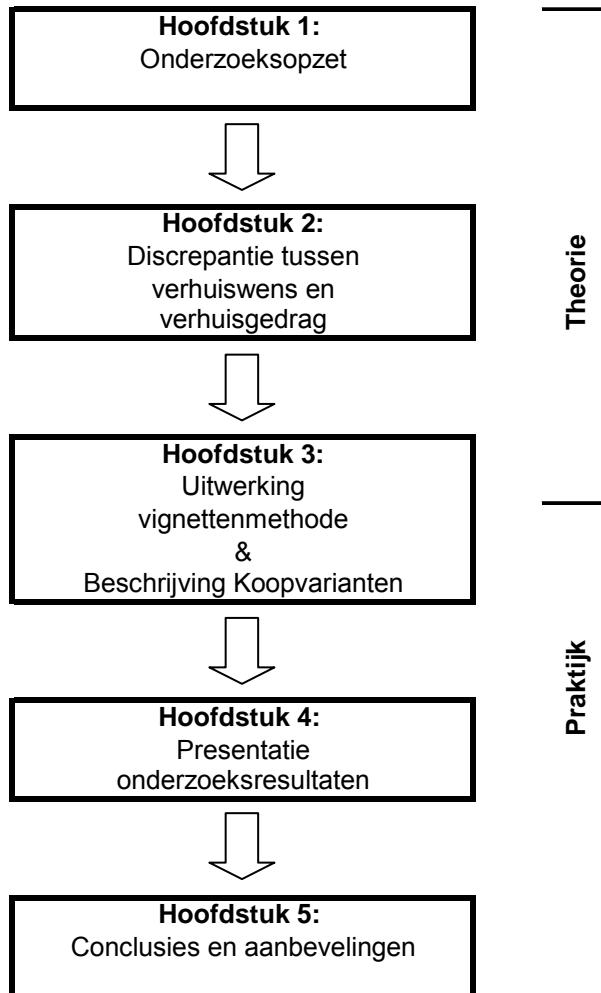
- Wat zijn de verhuishwensen en het verhuisgedrag van de woonconsument? (hoofdstuk 2)
- Welke onderzoeksmethode wordt gehanteerd en welke koopvarianten worden in dit onderzoek opgenomen? (hoofdstuk 3)
- Wat zijn de onderzoeksresultaten van de vignetmethode, onderscheid makend tussen starters op de woningmarkt en doorstromers? (hoofdstuk 4)
- Wat is de financieringsvoorkeur van woonconsumenten, onderscheid makend tussen starters op de woningmarkt en doorstromers? (hoofdvraag) (hoofdstuk 5)

1.4 Leeswijzer

In dit rapport wordt aan elke onderzoeksvraag een apart hoofdstuk gewijd en aan het einde van elk hoofdstuk is op deze vraag antwoord gegeven. Het hanteren van deze werkwijze leidt tot de volgende opbouw van het onderzoek:

In hoofdstuk 2 van dit rapport wordt een theoretisch kader opgesteld. Hierin komen verschillende verhuistheorieën, de verhuishwens en het verhuisgedrag van de woonconsument aan bod. Centraal staat de oorzaak van de ontstane discrepantie tussen de verhuishwens en het verhuisgedrag. Aan de hand van de theorie zijn een drietal hypothesen opgesteld. In hoofdstuk 3 wordt de gehanteerde onderzoeksmethode, de vignetmethode (ook wel conjunct analyse geheten) geïntroduceerd. Er wordt onderbouwd waarom de vignetmethode in dit onderzoek wordt toegepast en hoe de vignetten tot stand komen. Dit gebeurt onder andere door middel van literatuurstudie naar onderzoeken waarbij de vignetmethode eveneens is toegepast. Met behulp van de vignetmethode wordt inzichtelijk gemaakt naar welke koopvariant de voorkeur van de consumenten uit gaat, of beter: welke combinatie van kenmerken de hoogste waardering van de woonconsument geniet.

De onderzoeksresultaten worden met behulp van SPSS (analytische software) in hoofdstuk 4 gepresenteerd en moet leiden tot de beantwoording en toetsing van de hoofdvraag en de hypothesen van dit onderzoek (zie paragraaf 2.5). In het laatste hoofdstuk van dit rapport, hoofdstuk 5, volgen de conclusies van het onderzoek en de aanbevelingen voor vervolgonderzoek.



Figuur 1.3 Opbouw van het onderzoek

2 Verhuiscens en verhuisgedrag van de woonconsument

2.1 Inleiding

Dit hoofdstuk gaat in op de verhuiscens en de daadwerkelijke verhuizingen van de woonconsument om inzicht te krijgen in de verhuiscensen en het verhuisgedrag van de woonconsument. In deze theorie, en daarmee in de rest van het onderzoek wordt onderscheid gemaakt tussen starters en doorstromers. In dit onderzoek zijn starters gedefinieerd als personen die in de huidige omstandigheden ofwel thuiswonend zijn, ofwel woonachtig in een huurwoning (zogenoemde koopstarters). Na de tweede en derde paragraaf, betreffende de verhuiscens en het verhuisgedrag, volgt de vierde paragraaf met mogelijke verklaringen voor de discrepantie tussen beiden. Paragraaf vijf is de afsluitende paragraaf van het hoofdstuk en bevat een drietal hypothesen.

2.2 De verhuiscens

Voorafgaand aan het daadwerkelijk verhuizen gaat een, al dan niet lang aanwezige verhuiscens vooraf. Deze verhuiscens is het onderwerp van deze paragraaf. Wat zijn de grondslagen van deze verhuiscens? En welke aspecten beïnvloeden deze verhuiscens?

Het onderzoek naar individuele verhuisprocessen is gebaseerd op de levenscyclustheorie van Rossi (1955) en ligt aan de basis van het onderzoek naar individuele verhuisprocessen. Deze theorie stelt dat verhuisprocessen zijn gerelateerd aan de fasen in de levenscyclus van een huishouden. De fasen zijn vervolgens gerelateerd aan de grootte en samenstelling van het gezin. Per fase verschilt de grootte en de gezinssamenstelling en elke fase wordt gekenmerkt door verschillende woonvoorkeuren. De volgende fasen zijn te onderscheiden: gezinsverband, alleenstaand, jong stel, familie met één kind, familie met meerdere kinderen, ouder stel (Clark en Dieleman 1996). Rossi stelt dat met de overgang naar een andere fase in de levenscyclus er mogelijk discrepantie ontstaat tussen de huidige woonsituatie en de gewenste woonsituatie. Veranderingen in het huishouden en daarmee de overgang naar een andere fase zullen daarom resulteren in een verhuiscens (Planbureau voor de Leefomgeving 2008). In de loop van de tijd zijn er belangrijke bijdragen verschenen naar individuele verhuisprocessen. Zo stelt Wolpert (1965, 1966) met de introductie van het concept *place utility* dat de verhuiscens samenhangt met de woontevredenheid: 'mensen overwegen pas te verhuizen als een bepaalde drempel van ontevredenheid met de huidige woonsituatie is overschreden' (Planbureau voor de Leefomgeving 2008).

Daarnaast stelt het Planbureau voor de Leefomgeving op basis van literatuur (Brown en Moore 1970) dat naast veranderingen in het huishouden ook veranderingen in de woonomgeving aanleiding kunnen geven tot ontevredenheid, wat vervolgens tot verhuiscens kan leiden.

De theorie uit het boek *Urban Economics and Real Estate Markets* van DiPasquale en Wheaton (1996) benadert wonen vanuit een economisch perspectief. De auteurs stellen dat de financiële lasten die het bezitten van een woning met zich meebrengt worden gecompenseerd door de consumptie van woondiensten die voortkomen uit woningbezit. De woondiensten hebben betrekking op de kenmerken van de woning zoals de grootte/ type woning, de locatie/ omgeving van de woning, het voorzieningenniveau (detailhandel, scholen) enzovoort. Veranderingen in deze kenmerken kunnen leiden tot verhuiscapaciteit.

Naast deze veranderingen is verhuiscapaciteit ook voor een deel te verklaren uit veranderingen in de arbeids – of opleidingsloopbaan en daarmee de aanwezigheid van een aantal individuele hulpbronnen zoals, inkomen, opleiding en werk(loosheid) (Planbureau voor de Leefomgeving 2008). Ook het consumentenvertrouwen en de conjunctuur hebben invloed op de verhuiscapaciteit. Zo vermeldt het VROM (2003) met betrekking tot het consumentenvertrouwen dat deze sterk doorwerkt in het gedrag van de consument op de woningmarkt. In de regel betekent dit een afnemende verhuiscapaciteit, in het bijzonder naar een koopwoning. Verder blijkt dat als gevolg van de conjunctuur, woonwensen relatief snel kunnen veranderen. Met name de keuze tussen huur en koop en de keuze voor een bepaald prijsniveau zijn erg conjunctuurgevoelig (VROM 2006). In economisch slechte tijden waarmee dikwijls een laag consumentenvertrouwen gepaard gaat is men dus zeer voorzichtig met het doen van grote investeringen.

Uit het bovenstaande blijkt dat aan de verhuiscapaciteit een groot aantal verschillende oorzaken ten grondslag kunnen liggen. Sommige verhuiscapaciteitsredenen kunnen als urgent, en anderen als minder urgent worden bestempeld. Urgente verhuiscapaciteitsredenen zijn mensen die actief op zoek zijn naar een woning én bereid zijn binnen een jaar een woning te accepteren (VROM 2003). Een urgente verhuiscapaciteitsreden is bijvoorbeeld het uiteenvallen van een relatie. Een, in negatieve zin veranderende woonomgeving of het niet meer voldoen van de woning als gevolg van gezinsuitbreiding worden als minder urgent ervaren en leidt via een geleidelijk proces tot verhuiscapaciteit (Planbureau voor de Leefomgeving 2008).

Uit het onderzoek van het Planbureau voor de Leefomgeving blijkt dat de verhuiscapaciteitswensen van starters en doorstromers verschillen. Bij starters is sprake van een volgende levensfase (zelfstandig wonen) gecombineerd met de start van het consumeren van woondiensten. De verhuiscapaciteit bij starters komt dan ook vaak voort uit veranderingen in de levenscyclus. Hierbij moet gedacht worden aan het 'het huis uit gaan' om zelfstandig te gaan wonen en/ of samen te gaan wonen. Dit zijn demografische redenen en worden als urgente verhuiscapaciteitsredenen ervaren. Starters met een urgente verhuiscapaciteit hebben drie keer zoveel kans om binnen twee jaar te zijn verhuisd als starters zonder urgente verhuiscapaciteit. Ruimtelijke of woongerelateerde kenmerken zijn maar bij een klein deel van de starters reden tot verhuizing.

Bij doorstromers daarentegen is sprake van aanpassing van de woondiensten. Aangezien er maar een beperkt aantal woondiensten aan te passen zijn zonder te verhuizen (denk aan de grootte van de woning door middel van een verbouwing) resulteert het willen aanpassen van de consumptie van woondiensten meestal in een verhuismwens gevolgd door een verhuizing. Bij doorstromers hebben demografische redenen een minder grote invloed op de verhuismwens dan bij starters, simpelweg omdat ze bij deze groep minder voor komen. Bij deze groep spelen zowel demografische redenen als woongerelateerde redenen een rol. Voor hen is de noodzaak om te verhuizen minder groot. Als ze gaan verhuizen 'willen ze vooral verhuizen omdat ze in een *geschiktere* woning of woonomgeving willen wonen' (Planbureau voor de Leefomgeving 2008). Dit betekent dat de woonwens van doorstromers omschreven kan worden als kwalitatief van aard in tegenstelling tot de woonwens van starters, welke veelal kwantitatief van aard blijkt (Planbureau voor de Leefomgeving 2008).

2.3 Verhuisgedrag

Nadat men een verhuismwens heeft geformuleerd begint de zoektocht naar een woning die past binnen de mogelijkheden. Het verhuisgedrag van de woonconsument is erg onvoorspelbaar: niet elke verhuismwens leidt tot een daadwerkelijke verhuizing en niet aan elke verhuizing gaat een verhuismwens vooraf (Planbureau voor de Leefomgeving 2008).

Er zijn een aantal aspecten op het niveau van het individuele huishouden, welke het verhuisgedrag helpen verklaren. Zo wordt het verhuisgedrag beïnvloed door de grootte van het huishouden en het inkomen (Clark en Dieleman 1996). Met betrekking tot de grootte van het huishouden kan worden gesteld dat het aantal personen in verhouding tot het aantal kamers van de woning van belang is. Er mag van worden uitgegaan dat hoe hoger het gemiddeld aantal personen per kamer is, hoe hoger de verhuisurgentie. Dit fenomeen wordt *roomstress* genoemd (Schilder en Conijn 2009).

Naast de grootte van het huishouden is het inkomen van belang. Huishoudens blijken bij het vervullen van hun verhuismwens goed in staat om hun verhuismwens en financiële middelen goed op elkaar af te stemmen. Men lijkt dus goed in te schatten of ze kunnen verhuizen gezien hun financiële middelen (Planbureau voor de Leefomgeving 2008). De woonconsument lijkt goed tot een zorgvuldige afweging van het inkomen en bijpassende woning in staat. VROM (2003) bevestigt dit: 'woningzoekenden oriënteren zich op de markt, vergelijken verschillende woningen en bepalen vervolgens hun keuze. Met andere woorden: de opgegeven woonwensen zijn een weerspiegeling van wat de woningzoekenden reëel achten in de huidige marktomstandigheden. Zij blijken hier, voor wat betreft de prijs – kwaliteitverhouding, zeer goed toe in staat.'

Behalve deze individuele kenmerken wordt het verhuisgedrag ook beïnvloed door ruimtelijke aspecten zoals de fysieke structuur (de woningvoorraad) en sociale invloeden (sociale en economische context welke een wisselwerking hebben op de woningvoorraad), (Clark en Dieleman 1996).

2.4 Discrepantie tussen verhuishwens en verhuisgedrag

Er zijn een groot aantal oorzaken aan te wijzen die de discrepantie tussen verhuishwens en verhuisgedrag kunnen verklaren. De belangrijkste oorzaken moeten volgens het Planbureau voor de Leefomgeving (2008) 'worden gezocht in een tekortschietend woningaanbod, het gestegen ambitieniveau en een (bij nader inzien) beperkte noodzaak om te verhuizen.' Aanvullende oorzaken kunnen worden gevonden in de conjunctuur, de onvoorspelbaarheid van het verhuisgedrag en in het feit dat men te weinig zoekactiviteiten zou verrichten. Een verhuizing vindt pas plaats als een woning wordt gevonden die aan de verhuishwens voldoet. Een deel van de woningzoekenden vindt geen geschikte woning omdat deze bijvoorbeeld te duur bleek of zich op de verkeerde locatie bevond maar een onrealistische verhuishwens kan ook de reden zijn. Een tweede oorzaak kan gevonden worden in het gestegen ambitieniveau van woningzoekenden. De woonconsument blijkt steeds hogere eisen te stellen aan een woning, met name de toegenomen ambitie om te kopen in combinatie met het toegenomen aantal éénverdieners is opvallend. Ten derde is er een deel van de woningzoekenden niet verhuisd omdat de noodzaak daartoe ontbrak. De vierde te noemen oorzaak is conjunctuurafhankelijk. Onder gunstige economische omstandigheden mag verwacht worden dat verhuisgeneigden sneller hun verhuishwensen kunnen realiseren, en omgekeerd (Planbureau voor de Leefomgeving 2008). Als vijfde bestaat er nog de aanwezigheid van een groep woonconsumenten (hoofdzakelijk jongeren) die toch is verhuisd en geen verhuishwens had. Zij zijn onverwacht tegen een aantrekkelijk aanbod aangelopen. Hun gedrag is het minst voorspelbaar omdat de levensfase waarin zij zich bevinden nou eenmaal veel onzekerheden bevat (Planbureau voor de Leefomgeving 2008). Konter en Van den Booren (1988) voeren nog andere oorzaken van de discrepantie aan. Zo zou vaak blijken dat men te weinig zoekactiviteiten verricht of mogelijk geen realistische woonwensen voor ogen hadden.

2.5 Koopvarianten

Het aanbieden van koopvarianten is een mogelijkheid om de discrepantie tussen verhuishwens en verhuisgedrag gedeeltelijk weg te nemen doordat het kopen van een woning toegankelijker wordt voor de woonconsument en/ of de keuzemogelijkheid vergroot wordt. Koopvarianten zijn vormen tussen huur en koop en hebben als kenmerk dat minder gefinancierd hoeft te worden dan de marktwaarde door (Noordenne, Maurice van, november 2006):

- ofwel korting, in combinatie met deling van de waardeontwikkeling, of;
- een korting op de eventuele erfpachtcanon, of;
- een uitgestelde betaling.

Koopvarianten zijn er in vele concepten. In bijlage II zijn de drie populairste koopvormen van dit moment beschreven. Twee van de voorwaarden die regelmatig in een koopvariant opgenomen worden, de gedeelde waardeontwikkeling van de woning en de zogenaamde terugkoopgarantie, worden hier kort aangehaald omdat deze van belang zijn voor de hypothesen in de volgende paragraaf.

De gedeelde waardeontwikkeling houdt in dat de waardeontwikkeling (zowel positief als negatief) gedurende het bezit van de woning wordt gedeeld volgens een bepaald percentage tussen de huiseigenaar en de partij die de koopvariant heeft aangeboden. Deze voorwaarde wordt altijd gesteld in combinatie met een bepaald kortingspercentage over de woning en dient ter compensatie hiervan. De verdeelverhouding verschilt naar gelang het verleende kortingspercentage en is wettelijk vastgelegd in de zogenaamde 'fair value' balans (zie bijlage III).

Met het concept terugkoopgarantie kan het dubbele woningbezit ondervangen worden. Als de woning met terugkoopgarantie verkocht wordt dan is de verkopende partij verplicht de woning binnen drie maanden, nadat deze te koop is aangeboden, terug te kopen. Met deze constructie kunnen doorstromers zich indekken tegen dubbele woonlasten.

Het aanbieden van koopvarianten zal naar verwachting bij een tweetal oorzaken van de discrepantie een positief effect hebben, namelijk de discrepantie als gevolg van het gestegen ambitieniveau en de discrepantie als gevolg van de economische situatie.

Onderstaand staan een drietal hypothesen die in dit onderzoek getoetst worden. Hoe deze toetsing plaatsvindt staat beschreven in hoofdstuk 3.

Uit de theorie van paragraaf 2.3 is gebleken dat bij starters het inkomen een grotere rol speelt bij de realisatie van hun verhuisplannen dan bij doorstromers aangezien de verhuiskosten en de woonlasten voor hen relatief hoog zijn en daarmee een grotere financiële impact hebben omdat hun inkomen vaak beperkter is. Starters zullen naar verwachting vaker gebruik maken van koopvarianten en waarderen de keuzevrijheid in het kortingspercentage hoog omdat zij met behulp van deze korting in staat zijn om een woning te kopen terwijl doorstromers naar verwachting de neiging hebben om een woning op 'traditionele' wijze te kopen. Daar komt bij dat de verhuishwens van starters over het algemeen urgenter is dan die van doorstromers. Dit leidt tot de volgende hypothese:

“Starters tonen meer interesse in koopvarianten dan doorstromers.” (hypothese 1)

De tweede hypothese is gebaseerd op het feit dat starters weinig of minder eigen vermogen (financieel buffer) hebben opgebouwd dan doorstromers. De verwachting is daarom dat starters meer waarde hechten aan een gedeelde waardeontwikkeling zodat het risico dat de woning in waarde daalt voor vijftig procent wordt ondervangen:

“Starters hechten minder waarde aan een volledig aandeel in de waardeontwikkeling van de woning dan doorstromers.” (hypothese 2)

Omdat de verkoop van een eigen woning inspanning en risico's met zich meebrengt, zeker nu ten tijde van de economische recessie is de verwachting dat doorstromers meer waarde hechten aan een terugkoopgarantie waarmee dubbel woningbezit ondervangen wordt. Doorstromers hebben immers altijd nog een woning te verkopen. Het bovenstaande leidt tot de volgende hypothese:

“Starters hechten minder waarde aan een terugkoopgarantie dan doorstromers.” (hypothese 3)

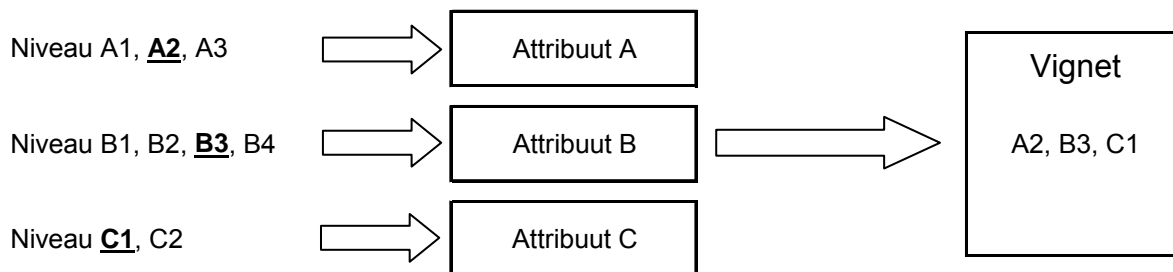
3 Onderzoeksmethode

In het onderzoek wordt gebruik gemaakt van de vignetmethode, ook wel conjoint analyse geheten, om de hypothesen uit paragraaf 2.5 te toetsen. In de eerste paragraaf wordt de onderzoeksmethode ingeleid. Vervolgens komt in de tweede en derde paragraaf de enquête en de vignetten aan bod. Tenslotte wordt in paragraaf vier het analytisch model kort toegelicht. Aan het eind van dit hoofdstuk kan antwoord worden gegeven op onderzoeksvraag twee.

3.1 Vignetmethode

De vignetmethode vindt zijn oorsprong in experimenteel – psychologische paradigma's in de jaren vijftig (axiomatisch conjunct meten en functional measurement). De laatste decennia is de vignetmethode verder doorontwikkeld en wordt deze toegepast om de preferentie – structuur van consumenten inzichtelijk te maken (Oppewal en Timmermans 1992),

Bij de vignetmethode wordt respondenten gevraagd naar hun waardering van fictieve situaties. Een vignet is een beschrijving van een dergelijke situatie (Graaf e.a. 2004). Een vignet is opgebouwd uit een aantal attributen of kenmerken. Deze attributen kunnen verschillende niveaus aannemen wat dikwijls resulteert in een groot aantal mogelijke combinaties.



Figuur 3.1 opbouw vignet. Bron: Dijkstra e.a. 1999

De vignetmethode is gebaseerd op de aanname dat de consument alternatieven (bijvoorbeeld producten) waarneemt als een verzameling attributen (Oppewal en Timmermans 1992). Daarbij wordt vaak aangenomen dat de waardering voor het totale product de som is van alle waarderingen van de afzonderlijke attributen (additieve nutsfunctie). Men spreekt hier ook wel over het (deel-) nut per attribuut (Oppewal en Timmermans 1992). Door de attributen van de koopvarianten in de vignetten te laten variëren en deze te laten beoordelen door respondenten valt te achterhalen wat de invloed van deze attributen is op de totale waardering (Manshanden en van Praag 1999). Zo is een inschatting van de deelnutten, en mogelijk zelfs een prijsindicatie per attribuut haalbaar.

De vraagwijze naar de waardering van de vignetten kan verschillende vormen aannemen. Zo kan aan de respondenten gevraagd worden de vignetten te rangordenen (ranking) of om de vignetten te beoordelen met een rapportcijfer (rating). Bij rating is een grotere hoeveelheid informatie beschikbaar of zijn aanzienlijk minder respondenten benodigd. Voor de respondent vergt rating echter meer denkvermogen dan ranking omdat er meer afwegingen gemaakt dienen te worden.

Het kan zijn dat het aantal mogelijke vignetten veel te groot is voor een praktische toetsing. Bij een lineaire toename van de attributen en niveaus neemt het aantal mogelijke vignetten namelijk kwadratisch toe (Oppewal en Timmermans 1993). Uit de literatuur blijkt dat achttien vignetten het maximum aantal is dat door één respondent beoordeeld kan worden (Van Beek e.a. 1997). Om dit probleem te ondervangen wordt in de praktijk gebruik gemaakt van zogenaamde 'fractionele factoriële designs'. Met behulp van een dergelijk design wordt een beperkt aantal vignetten samengesteld welke voldoende zijn om de relevante parameters te kunnen schatten. Met de toepassing van een fractioneel factoriël design is het slechts mogelijk de hoofd – effecten van attributen onafhankelijk te kunnen schatten en niet hun interacties. Hierdoor wordt een additieve nutsfunctie verondersteld (Oppewal en Timmermans 1993). De consequentie is dat 'de verkregen parameters alleen als zuiver additieve termen mogen worden geïnterpreteerd als alle interacties ook feitelijk verwaarloosbaar zijn' (Oppewal en Timmermans 1993).

Aan de vignetmethode zijn een aantal voor – en nadelen verbonden. Een voordeel van de vignetmethode is dat respondenten gedwongen worden kenmerken tegen elkaar af te wegen omdat de vignetten toevalligerwijs opgebouwd zijn zullen namelijk veelal aantrekkelijke en minder aantrekkelijke niveaus per vignet voor komen. Analyse van deze afwegingen leidt tot het afwegingsmechanisme wat de respondenten hierbij hanteren en zodoende kan het belang van elk kenmerk worden bepaald (Molin e.a. 1997). Een tweede voordeel is dat de onderzoeker de vrijheid heeft om de situaties geheel zelf te creëren met de door hem te bepalen parameters. Het gaat immers om fictieve situaties. De vignetmethode heeft daarom veel weg van een laboratorium experiment (Berkhout en Hop 2002). Naast deze voordelen kleven er ook nadelen aan deze onderzoeksmethode. Zo is niet zeker dat het gerapporteerde gedrag ook daadwerkelijk in de praktijk wordt gebracht. Gedrag waarvan men aangeeft dit te zullen vertonen (stated preference) kan afwijken van het werkelijk waargenomen gedrag (revealed preference). De grootte van de discrepantie tussen beiden hangt af van de gevoeligheid van het onderwerp voor sociaal wenselijk antwoordgedrag (Berkhout en Hop 2002). Een tweede nadeel is dat de methode gebaseerd is op de aanname dat de consument voor het alternatief kiest waaraan zij de hoogste totale waardering toekent terwijl dit in werkelijkheid niet zo hoeft te zijn (Oppewal en Timmermans 1993). Dit sluit aan bij het nadeel dat Veenma e.a. (2004) noemen, namelijk dat respondenten in hypothetische situaties eerder geneigd zijn meer rationeel te beoordelen dan ze in werkelijkheid zouden doen. In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van de vignetmethode vanwege met name het tweede genoemde voordeel, de vrijheid van de onderzoeker om de situaties geheel zelf te creëren.

3.2 Enquête opzet

De enquête is opgebouwd uit twaalf algemene vragen en een negental vignetten en wordt uitgevoerd onder woonconsumenten. In de algemene vragen wordt naar relevant geachte persoonskenmerken gevraagd. Afhankelijk van de respons kan het effect van (een aantal) persoonskenmerken worden vastgesteld. Voor de hypothesen is het onderscheid tussen starter en doorstromer het belangrijkste kenmerk. De enquête is bijgevoegd in bijlage IV. Via een internetsite wordt aan de respondenten gevraagd de algemene vragen te beantwoorden en vervolgens de vignetten te waarderen.

3.3 Vignetten

Aan de basis van de vignetten staan een drietal koopvarianten, te weten: *Koopgarant*, *Koop Goedkoop* en *Sociale Koop*. Een beschrijving van de koopvarianten staat in bijlage II en dient als grondslag voor de attributen met de bijbehorende niveaus.

De vignetten worden uit de volgende attributen (en niveaus) samengesteld:

Tabel 3.1 Attributen en niveaus

Attribuut	Niveaus	Aantal
Juridisch eigendom	Grond en opstal Opstal (grond in erfpacht)	2
Kortingspercentage	0% 20% 35%	3
Profijt/ risico waardeontwikkeling	Is volledig voor de koper Is voor 50% voor de koper	2
Verkooprisico	Is voor de koper Verkoop van de woning binnen 3 maanden gegarandeerd	2
Bruto maandlast	Varieert per vignet tussen de € 905 en € 1.458	-

Onderstaand volgt een korte omschrijving per attribuut:

- Juridisch eigendom: bij 'normale' koop koopt u zowel de grond als het opstal. Het is echter ook mogelijk de opstal te kopen en de grond onder de woning te pachten;
- Kortingspercentage: bepaald percentage korting op de koopsom. De verkopende partij blijft hierdoor een aandeel in de woning behouden. De kopende partij verdient aan deze korting niets, de woning is slechts gemakkelijker financieerbaar;
- Waardeontwikkeling: onder 'normale' omstandigheden stijgt de waarde van de koopwoning. Tijdens de huidige kredietcrisis is dit echter een minder zeker gegeven. In de enquête zijn twee opties opgenomen: volledig profijt/ risico van de waardeontwikkeling (reguliere koop) of een aandeel van 50% in het profijt/ risico van de waardeontwikkeling van de woning;

- Verkooprisico: onder ‘normale’ omstandigheden ligt het risico bij degene die zijn woning te koop aanbiedt. In de enquête is de mogelijkheid opgenomen dat de woning gegarandeerd binnen drie maanden, nadat deze te koop is gezet, wordt gekocht (terugkoopgarantie);
- Bruto maandlast: de bruto maandlast varieert per vignet. Er is een positieve correlatie aangebracht tussen de (verwachte) aantrekkelijkheid en de prijs. Met de gegeven bruto maandlast is de woning in dertig jaar volledig afbetaald (uitgaande van een hypotheekrente van 5%). Een volledig overzicht van de uitgangspunten en de aangebrachte correlatie staat in bijlage V.

De vier attributen in combinatie met de verschillende niveaus geven een totaal van 24 mogelijke vignetten. Omdat dit aantal te groot is om door de respondenten te laten beoordelen (in de literatuur raadt men aan niet meer dan 18 vignetten per respondent voor te leggen) is gebruik gemaakt van een *fractioneel factoriël design*. Een dergelijk schema bepaalt welke attribuutniveaus met elkaar gecombineerd moeten worden waardoor er met zo weinig mogelijk vignetten toch alle deelnutten van de attribuutniveaus kunnen worden geschat (Molin et al, 1997). De schema's zijn ontwikkeld door Addelman en worden ook wel de basisplannen van Addelman genoemd (Steenkamp 1985). In bijlage VI staat het fractioneel factoriël design dat is toegepast voor dit onderzoek. Het gevolg van het toepassen van dit schema is dat ‘uitsluitend de hoofdeffecten van de onderscheiden attributen onderling ongecorreleerd kunnen worden geschat (Steenkamp 1985). Door het gebruik van dit schema wordt dus de additieve nutsfunctie verondersteld. Met behulp van deze methode wordt in dit geval het aantal benodigde vignetten gereduceerd tot slechts negen. Dit aantal is dermate laag dat het eenvoudig door respondenten te beoordelen moet zijn. In de enquête is de respondenten gevraagd de vignetten te beoordelen met een rapportcijfer.

Hoewel de vignetten grotendeels zijn gebaseerd op koopvarianten *Koopgarant*, *Koop Goedkoop* en *Sociale Koop* beperkt het empirisch onderzoek zich niet alleen tot deze drie koopvarianten. Veel koopvarianten, ontwikkeld door verschillende corporaties zijn afgeleiden van deze hoofdvarianten. Zo is bijvoorbeeld het concept *Slimmer Kopen* vrijwel identiek aan *Koopgarant*. Het verschil is dat de aanbieder partij van *Koopgarant* verplicht is de woning binnen drie maanden terug te kopen. Bij *Slimmer Kopen* is dit geen verplichting maar een mogelijkheid. De resultaten uit dit onderzoek zijn dus op meerdere koopvarianten van toepassing.

3.4 Analytisch model

De analyse van de rapportcijfers gebeurt met behulp van de (meervoudige) lineaire regressie methode (Molin 1999). De rapportcijfers worden als afhankelijke variabele uitgezet tegen de onafhankelijke variabelen, de attribuutniveaus. Omdat de niveaus van de attributen en de persoonskenmerken (hoofdzakelijk) nominale variabelen zijn moeten deze gecodeerd worden alvorens ze kunnen worden opgenomen in de regressie analyse. Er is gekozen om *effectcodering* toe te passen. Per attribuut moet elk N niveau gecodeerd worden met $N-1$ code variabelen (Molin 1999). De effectcodering dient zo te worden toegepast dat de som van alle deelnutten per attribuut gelijk is aan nul. Dit betekent dat

de geschatte regressiecoëfficiënten moeten worden geïnterpreteerd als een afwijking van het gemiddelde, de constante in de analyse. Omdat alleen de hoofdeffecten worden geschat kunnen de regressiecoëfficiënten β_k worden berekend met behulp van de volgende formule (Molin 1999):

$$V_j = \beta_0 + \sum_k \beta_k X_{kj} + \varepsilon_j$$

V_j = rating van het vignet j

β_0 = regressieconstante

β_k = regressiecoëfficiënt voor vignet j

X_{kj} = indicatorvariabele voor attribuut in vignet j

ε_j = error-term waarvan de gemiddelde waarde als nul wordt verondersteld

Voor de uitvoering van de lineaire regressie methode wordt gebruik gemaakt van het statistisch analyseprogramma *SPSS*.

4 Onderzoeksresultaten

4.1 Inleiding

In de tweede paragraaf van dit hoofdstuk komt de beschrijvende analyse van het empirisch onderzoek aan bod. Met behulp van een aantal beschrijvende statistieken wordt een beeld geschetst van de uitkomsten van de enquête. De derde paragraaf bevat de verklarende analyse. Uit de analyse komt voort welke attributen men het hoogste waardeert. Daarnaast wordt uit de data afgeleid welke achtergrondkenmerken een rol spelen bij de beoordeling van de vignetten. Het belangrijkste kenmerk in dit onderzoek is het onderscheid tussen starter en doorstromer. Met de presentatie van de onderzoeksresultaten kan antwoord worden gegeven op onderzoeksvraag drie.

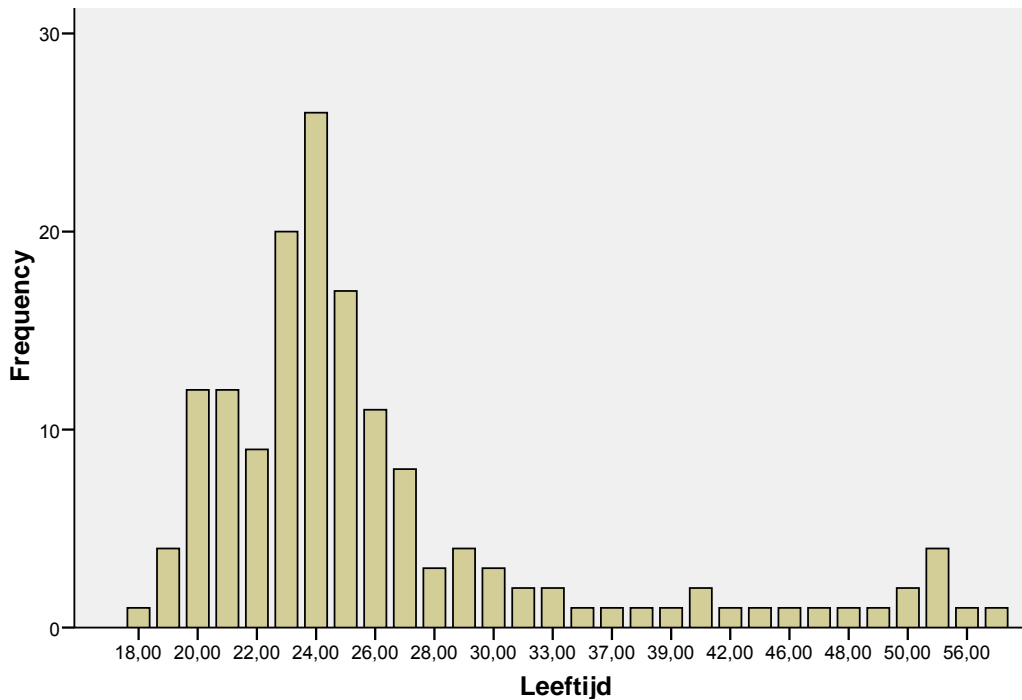
Bij de verspreiding van de enquête is gebruik gemaakt van het netwerk van de auteur, het netwerk van De Bunte Vastgoed B.V. en tenslotte is de enquête verspreid op de faculteit ruimtelijke wetenschappen te Groningen. Voor deelname aan de enquête waren geen voorwaarden verbonden. De respondenten zijn op geen enkele wijze geselecteerd. De enquête is door 304 respondenten ingevuld. Er is besloten enkel de resultaten in de analyse op te nemen als de respondent de enquête volledig heeft ingevuld. Dit komt neer op 50,7% oftewel 154 respondenten en daarmee 1.386 beoordeelde vignetten. Het responspercentage kan niet worden berekend omdat de enquête verspreid is op internet en onbekend is naar hoeveel personen de enquête is doorgestuurd.

4.2 Beschrijvende analyse

4.2.1 *Persoonskenmerken*

In deze paragraaf wordt met behulp van een aantal algemene statistieken de persoonskenmerken van de respondenten in beeld gebracht. In de beschrijvende analyse wordt onderscheid gemaakt tussen starters en doorstromers. Vraag 8 van de enquête luidt: 'Bent u in bezit van een koopwoning?'. In tabel 4.1 is te zien dat het overgrote deel van de respondenten deze vraag negatief beantwoordt en volgens de gehanteerde definitie een starter op de woningmarkt betreft (70,1%).

De gemiddelde leeftijd van de respondenten is relatief laag met 23,6 en 34,9 jaar voor respectievelijk starters en doorstromers. Dit ligt in de lijn der verwachting aangezien verhoudingsgewijs veel starters de enquête hebben ingevuld. Figuur 4.1 toont de verdeling van de leeftijden van de respondenten (zowel starters als doorstromers). Het is duidelijk zichtbaar dat relatief veel jongeren de enquête hebben ingevuld.



Figuur 4.1 Leeftijd van de respondent

In tabel 4.1 is te zien dat de enquête voor het merendeel ingevuld is door mannen: 107 tegenover 47 vrouwen. In percentage uitgedrukt komt dit neer op 69,5% mannen. Wat betreft de huishoudensituatie van de respondenten is de verdeling tussen de verschillende keuzemogelijkheden redelijk gelijkmatig verdeeld. 16,9% van de respondenten geeft aan thuiswonend te zijn. Een iets kleiner percentage, 14,9%, is alleenstaand. De grootste groep, bijna een derde, geeft aan samen te wonen met huisgenoten gevolgd door iets minder dan een kwart van de respondenten die samenwonen met een partner. 13,6% van de respondenten geeft aan onder de laatste groep te vallen, namelijk 'samenwonend met partner en kinderen'. Verschillen in huishoudensituatie tussen starters en doorstromers zijn, zoals ook te verwachten was, duidelijk aanwezig. Doorstromers zijn met name in de laatste huishoudensituatie goed vertegenwoordigd: 'samenwonend met partner en kinderen' met 45,7% (tegenover 0,0% van de starters). Starters zijn daarentegen oververtegenwoordigd in de groep 'samenwonend met huisgenoten' met maar liefst 42,6% tegenover 2,2% van de doorstromers. Ruim een derde van de respondenten geeft aan hoofdkostwinner te zijn, 18,2% tweede kostwinner en het overgrote gedeelte geeft aan geen inkomen te hebben (46,1%). Op een enkele uitzondering na vallen alle respondenten in de hoogste twee opleidingskeuzemogelijkheden, te weten: 17,5% in *MBO*, *HAVO* of *VWO* en 81,2% in *HBO* of *Universiteit*. Wat betreft het jaarlijkse bruto gezinsinkomen geeft 46,1% van de respondenten aan geen inkomen te hebben. De op één na grootste groep valt binnen de € 36.000 - € 45.000 categorie. Deze groep respondenten verdient bovenmodaal (modaal inkomen: € 32.500, CPB 2009).

De beschrijvende statistieken uit de bovenstaande alinea's zijn weergegeven in tabel 4.1.

Tabel 4.1 Karakteristieken respondenten

Karakteristiek	Starter		Doorstromer		Totaal	
Leeftijd (in jaren)						
Gemiddelde	23,55 (2,70)		34,89 (11,30)		26,94 (8,37)	
	N		N		N	
Geslacht						
Man	72	66,7	35	76,1	107	69,5
Vrouw	36	33,3	11	23,9	47	30,5
Huishoudensituatie						
Thuiswonend	20	18,5	6	13,0	26	16,9
Alleenstaand	17	15,7	6	13,0	23	14,9
Samenwonend met huisgenoten	46	42,6	1	2,2	47	30,5
Samenwonend met partner	25	23,1	12	26,1	37	24,0
Samenwonend met partner en kinderen	0	0,0	21	45,7	21	13,6
Positie binnen huishouden						
Hoofdkostwinner	29	26,9	26	56,5	55	35,7
Tweede kostwinner	16	14,8	12	26,1	28	18,2
Geen inkomen	63	58,3	8	17,4	71	46,1
Hoogst genoten opleiding						
Lagere school	0	0,0	1	2,2	1	0,6
LBO, MAVO of VMBO	1	0,9	0	0,0	1	0,6
MBO, HAVO of VWO	12	11,1	15	32,6	27	17,5
HBO of Universiteit	95	88,0	30	65,2	125	81,2
Bruto gezinsinkomen per jaar						
< € 20.000	64	59,3	2	4,3	66	42,9
€ 21.000 - € 25.000	10	9,3	0	0,0	10	6,5
€ 26.000 - € 30.000	9	8,3	3	6,5	12	7,8
€ 31.000 - € 35.000	4	3,7	7	15,2	11	7,1
€ 36.000 - € 45.000	8	7,4	11	23,9	19	12,3
€ 46.000 - € 55.000	6	5,6	3	6,5	9	5,8
€ 56.000 - € 65.000	4	3,7	7	15,2	11	7,1
> € 65.000	3	2,8	13	28,3	16	10,4

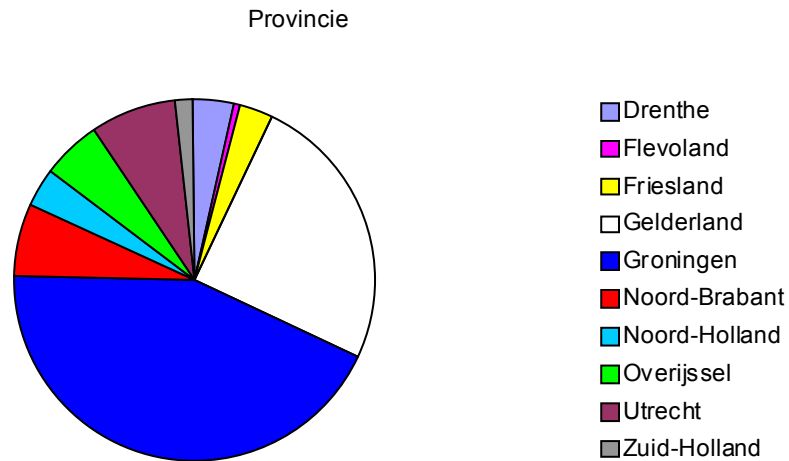
*In procenten tenzij anders aangegeven

N = 108 (70,1%)

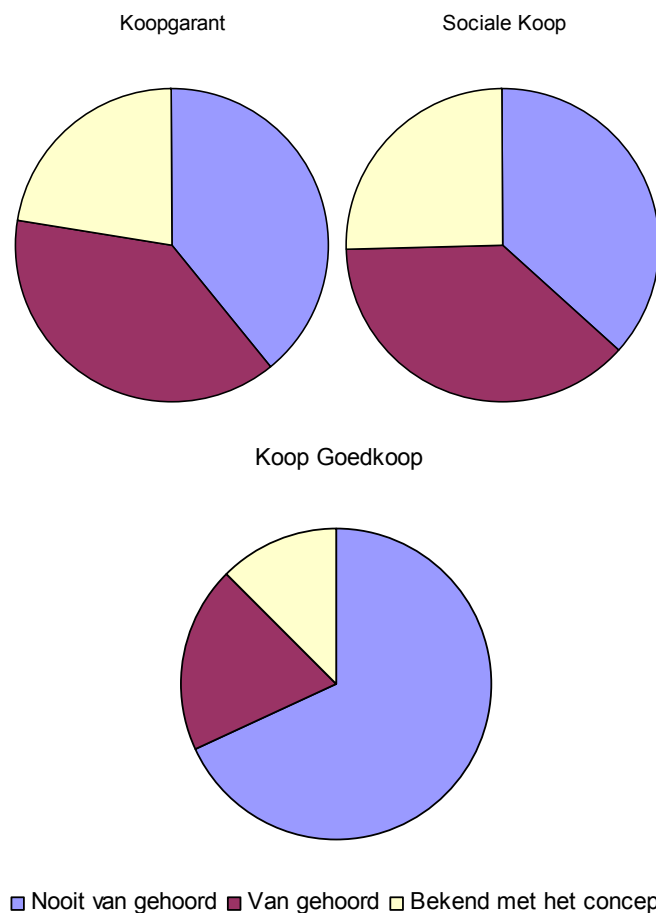
N = 46 (29,9%)

N = 154 (100,0%)

Figuur 4.2 toont de provincie waarin de respondent woonachtig is. Te zien is dat tweederde van de respondenten uit Groningen en Gelderland komen. De overige provincies zijn of minder vertegenwoordigd in het onderzoek, of komen helemaal niet in het onderzoek terug zoals de provincies Zeeland en Limburg.



Figuur 4.2 Provincie waarin de respondent woonachtig is



Figuur 4.3 Bekendheid koopvarianten

De cirkeldiagrammen uit figuur 4.3 zijn de uitwerkingen op de vraag welke koopvormen op de woningmarkt men kent. Te zien is dat de concepten Koopgarant en Sociale Koop ongeveer een even grote bekendheid genieten (ongeveer 25% zegt bekend te zijn met het concept). Koop Goedkoop is duidelijk het meest onbekende concept.

Concluderend kan worden gesteld dat veel van de respondenten onder de categorie 'starter' vallen en daarmee de leeftijd van de respondenten volgens verwachting laag is. De huishoudensituaties sluiten hier ook op aan, dit betekent een hoog aantal thuiswonenden en veel respondenten die samenwonen met huisgenoten. Verder valt op dat het veelal mannen zijn geweest die de enquête hebben ingevuld en de respondenten erg hoog zijn opgeleid. Op een enkeling na vallen zij in de categorie *HBO* of *Universiteit*. Tot slot kan gesteld worden dat het inkomen van de respondent laag is. Dit is te verklaren door de lage leeftijden (vermoedelijk veel studenten) en het hoge aantal starters op de arbeidsmarkt. Gezien deze resultaten zijn de respondenten niet representatief voor de Nederlandse bevolking.

4.2.1 Waardering vignetten

De respondenten werd in de enquête gevraagd een negental vignetten te beoordelen met een rapportcijfer van 1 t/m 10. Tabel 4.2 geeft de waardering van de vignetten weer. Interessant is om te zien dat de rangorde van de vignetten verschilt.

Tabel 4.2 Waardering vignetten

Vignet	N	Starter				Doorstromer				Totaal			
		Min.	Max.	Gem.	Std. Dev	Min.	Max.	Gem.	Std. Dev	Min.	Max.	Gem.	Std. Dev
1	154	1	10	6,59	1,86	1	10	7,24	2,24	1	10	6,79	1,99
2	154	1	10	5,88	1,88	1	9	5,20	2,15	1	10	5,66	1,98
3	154	1	10	6,07	1,89	1	9	5,37	2,09	1	10	5,86	1,97
4	154	1	10	6,06	1,81	1	9	5,61	2,37	1	10	5,93	2,00
5	154	1	9	5,66	1,64	1	9	5,13	2,00	1	9	5,51	1,76
6	154	1	10	4,96	1,83	1	8	4,24	1,96	1	10	4,75	1,89
7	154	1	10	5,58	1,80	1	10	5,85	2,00	1	10	5,66	1,86
8	154	1	10	6,04	1,63	1	10	6,11	2,04	1	10	6,06	1,75
9	154	1	10	6,55	1,89	1	10	6,65	2,22	1	10	6,58	1,99
Totaal	1.386	-	-	5,93	1,86	-	-	5,71	2,26	-	-	5,87	1,99

De gemiddelde waardering voor de vignetten blijkt bij starters (5,93) hoger te zijn dan bij doorstromers (5,71). Voordat de eerste hypothese uit paragraaf 2.5 aangenomen dan wel verworpen kan worden moet getoetst worden of de gemiddelde waardering van de vignetten significant verschilt tussen starters en doorstromers. Dit is gebeurd met behulp van de t – toets. De uitkomst, $p = 0,076$, is niet significant als de norm $p = 0,050$ wordt gehanteerd. Op basis van de norm $p = 0,100$ kan de eerste hypothese wel aangenomen worden.

Verder valt op dat vignet 1 (reguliere koop) door doorstromers aanzienlijk hoger gewaardeerd wordt dan door starters (7,24 tegenover een 6,59).

4.3 Verklarende analyse

In deze paragraaf worden de resultaten van de regressie analyse met betrekking tot de waarderingen gepresenteerd. Er wordt naar verbanden gezocht tussen het gegeven rapportcijfer en de bijbehorende attribuutniveaus en persoonskenmerken.

4.3.1 Schattingsresultaten deelnutten attributen

In eerste instantie zijn enkel de attribuutniveaus in een regressieanalyse gecombineerd met de afhankelijke variabele, de rapportcijfers. De resultaten hiervan zijn weergegeven in tabel 4.4.

In de tabel is met behulp van de nutcoëfficiënt af te lezen hoeveel waarde de respondenten hechten aan de attribuutniveaus en of deze uitkomsten significant zijn. Onderscheid is gemaakt tussen starters en doorstromers. In de laatste kolom 'totaal' zijn starters en doorstromers gezamenlijk in de regressie analyse opgenomen. Verder kan uit de resultaten worden afgeleid wat het relatieve belang van de attributen is. Dit gebeurt meestal door het minimale en maximale toegekende deelnut van de niveaus van het attribuut bij elkaar op te tellen (Molin 1999). Er kan zo een rangorde tussen de verschillende attributen bepaald worden.

De tabel kan gebruikt worden voor het schatten van de waardering bij een bepaalde financieringsmethode. Wordt bijvoorbeeld uitgegaan van reguliere koop (van elk attribuut het eerste niveau) dan is af te leiden dat doorstromers hier meer waarde aan hechten dan starters, namelijk: $5,297$ (constante) + $0,355$ + $0,065$ + $0,582$ + $0,120$ = $6,42$ tegenover $5,745$ (constante) + $0,277$ - $0,221$ + $0,221$ + $0,069$ = $6,09$.

Bij de categorie starters zijn de attribuutniveaus *Grond en opstal*, een kortingspercentage van *0%* en het *profijt of risico van de waardeontwikkeling die volledig voor de koper is* significant gebleken. Voor doorstromers geldt dit alleen voor de *grond en opstal* en het *profijt of risico van de waardeontwikkeling die volledig voor de koper is*. Verder valt op dat er een verschil bestaat tussen de rangorde van de attributen tussen starter en doorstromer (zie tabel 4.3). Waar starters het meeste belang toekennen aan het attribuut *juridisch eigendom* vinden doorstromers het attribuut *profijt/ risico waardeontwikkeling* het meest belangrijk gevolgd door het *juridisch eigendom*. Bij de categorie starters staat het *kortingspercentage* op de tweede plaats. De starters uit de steekproef vinden, volgens verwachting, het kortingspercentage belangrijker dan de doorstromers. Opvallend is dat zowel de starters als de doorstromers uit de steekproef het *verkooprisico* het minste belang toekennen.

Tabel 4.3 Rangorde attributen

Starters	Doorstromers
Juridisch eigendom	Profijt/ risico waardeontwikkeling
Kortingspercentage	Juridisch eigendom
Profijt/ risico waardeontwikkeling	Kortingspercentage
Verkooprisico	Verkooprisico

Wat betreft het attribuut *juridisch eigendom* wordt het niveau *grond en opstal* door zowel starters als doorstromers hoger gewaardeerd dan als de grond gepacht zou moeten worden (0,277 tegenover 0,538). Beide effecten zijn significant. Opvallend is dat starters aan dit attribuut de hoogste belangrijkheid toekennen terwijl het pachten van grond een mogelijkheid is om de hypotheeklasten te beperken en zo de aankoop van een woning mogelijk kan maken.

In tegenstelling tot erfpacht wordt het *kortingspercentage* wel door starters gewaardeerd. Het kortingspercentage van 35% over de marktwaarde heeft een positieve waardering van 0,294 punt. Opvallend is dat ook de doorstromers uit de steekproef een korting van 35% het meest waarderen. Door gebruik te maken van een kortingspercentage van 35% heeft men minder aandeel in de woning. De woning wordt voor 35% minder gekocht maar ook voor 35% minder verkocht. Het kortingspercentage moet dus niet gezien worden als een gift. De kans bestaat dat dit, hoewel duidelijk vermeld in de enquête toch zo geïnterpreteerd is.

Het derde en vierde attribuut hebben betrekking op de tweede en derde hypothese uit paragraaf 2.5.

Hypothese 2 luidt:

“Starters hechten minder waarde aan een volledig aandeel in de waardeontwikkeling van de woning dan doorstromers.”

Uit tabel 4.4 is af te lezen dat dit inderdaad het geval is, de hypothese kan dus aangenomen worden. Bij de starters uit de steekproef heeft een volledig aandeel in de waardeontwikkeling een positief effect op het rapportcijfer van 0,442 punt tegenover 1,164 punt bij de doorstromers uit de steekproef. Beiden zijn significant. Bij de rangorde is af te lezen dat dit attribuut bij doorstromers op de eerste plaats staat en bij starters slechts op plaats drie komt.

Hypothese 3 luidt:

“Starters hechten minder waarde aan een terugkoopgarantie dan doorstromers.”

Deze hypothese moet verworpen worden. Uit de resultaten van tabel 4.4 blijkt dat zowel de starter als de doorstromer uit de steekproef een negatieve waarde hechten aan de terugkoopgarantie, respectievelijk met -0,069 en -0,120 punt (niet significant). Opvallend is dat doorstromers de terugkoopgarantie negatiever waarderen dan starters terwijl starters niet met dubbele woonlasten te

maken kunnen krijgen. Kennelijk vinden doorstromers de aangebrachte correlatie in de bruto maandlast (10%) voor de terugkoopgarantie te hoog.

De starters uit de steekproef hebben aangegeven het niveau *grond en opstal* van het attribuut *juridisch eigendom* het meest belangrijk te vinden, gevolgd door het kortingspercentage (niveau: *kortingspercentage 35%*). Op de derde plaats komt het attribuut *profijt/ risico waardeontwikkeling* (niveau: *is volledig voor de koper*) en tot slot het attribuut *verkooprisico* (niveau: *is voor de koper*). Wat betreft doorstromers geldt dat zij aan het attribuut *profijt/ risico waardeontwikkeling* (niveau: *is volledig voor de koper*) het meeste belang hechten gevolgd door het *juridisch eigendom* (niveau: *grond en opstal*). Het kortingspercentage met het niveau *35%* komt op de derde plaats en tot slot komt, net als bij starters, het attribuut *verkooprisico* (niveau: *is voor de koper*) op de vierde plaats.

Op basis van deze resultaten zijn de mogelijkheden voor verkoopbevorderende maatregelen beperkt. Uit tabel 4.4 is af te lezen dat enkel een kortingspercentage van 35%, zowel bij starters als bij doorstromers, leidt tot een hogere waardering van de vignetten leidt ten opzichte van reguliere koop.

Ten slotte is in tabel 4.4 af te lezen dat de Adjusted R^2 over de kolom 'totaal' 5,9 procent bedraagt. Dit wordt ook wel de *modelfit* genoemd. Deze waarde geeft het percentage van de verklaarde variantie weer (Norušis 2004).

Tabel 4.4 Schattingsresultaten deelnutten attributen

Attributen	Starter			Doorstromer			Totaal		
	Nut-coëfficiënt	Significantie	Belangrijkheid (rank)	Nut-coëfficiënt	Significantie	Belangrijkheid (rank)	Nut-coëfficiënt	Significantie	Belangrijkheid (rank)
Regression intercept (constante)	5,745			5,297			5,611		
Juridisch Eigendom									
Grond en opstal	0,277	0,000*	0,544 (1)	0,538	0,000*	1,076 (2)	0,355	0,000*	0,710 (1)
Opstal (grond in erfpacht)									
Kortingspercentage									
0%	-0,221	0,008*	0,515 (2)	0,065	0,661	0,399 (3)	-0,136	0,065***	0,392 (3)
20%	-0,073	0,377		-0,232	0,119		-0,120	0,101	
35%	0,294			0,167			0,256		
Profijt/ risico waardeontwikkeling									
Is volledig voor de koper	0,221	0,000*	0,442 (3)	0,582	0,000*	1,164 (1)	0,329	0,000*	0,658 (2)
Is voor 50% voor de koper									
Verkooprisico									
Is voor de koper	0,069	0,268	0,138 (4)	0,120	0,284	0,240 (4)	0,084	0,128	0,168 (4)
Verkoop van de woning binnen 3 maanden is gegarandeerd									
	N = 972	Adjusted R ² = 0,042		N = 414	Adjusted R ² = 0,107		N = 1.386	Adjusted R ² = 0,059	

* significant bij 1%

** significant bij 5%

*** significant bij 10%

4.3.2 *Schattingsresultaten deelnutten attributen en persoonskenmerken*

In de tweede regressieanalyse zijn naast de attributen ook de persoonskenmerken als afhankelijke variabele opgenomen. Hiervoor zijn vanwege de celvulling een aantal categorieën samengevoegd. Persoonskenmerken waarvan categorieën zijn samengevoegd zijn de *leeftijd*, *huishoudsituatie*, *hoogst genoten opleiding* en het *bruto inkomen per huishouden per jaar*.

De resultaten van deze regressieanalyse zijn weergegeven in tabel 4.5.

Te zien is dat de persoonskenmerken een grote invloed hebben op het rapportcijfer dat men geeft. Met name bij starters, de gehele top vier (gerangschikt naar belangrijkheid) is terug te vinden bij de persoonskenmerken en dus niet bij de attributen. Bij doorstromers is de invloed van de persoonskenmerken minder groot, al worden de nummers één en twee wel door de persoonskenmerken vertegenwoordigd.

Bij starters lijken drie attributen, het *juridisch eigendom*, het *kortingspercentage* en het *profijt/ risico waardeontwikkeling* een significante rol te spelen. De niveaukeuze die daarbij hoort is respectievelijk *grond en opstal*, *35% kortingspercentage*, een *waardeontwikkeling die volledig voor de koper is* en een *verkooprisico dat volledig voor de koper is*. Betreffende het kortingspercentage kan vermeld worden dat de waardering oploopt naarmate het kortingspercentage toeneemt. Wat betreft de persoonskenmerken kan vermeld worden dat de leeftijd, het geslacht, de opleiding en het bruto inkomen een significante rol lijken te spelen bij de waardering van de vignetten.

Bij doorstromers spelen eveneens de attributen *juridisch eigendom*, het *kortingspercentage* en het *profijt/ risico waardeontwikkeling* een significante rol in de beoordeling. Opvallend hierbij is dat het kortingspercentage van 35% hoog gewaardeerd wordt. Temeer omdat men aangeeft het volledige profijt/ risico van de waardeontwikkeling te waarderen. Door het toepassen van de korting geldt het volledige profijt/ risico van de waardeontwikkeling immers maar over 65% van de waarde van de woning. Vermoedelijk is het kortingspercentage door de respondent opgevat als een gift en niet als een tijdelijke korting die bij verkoop van de woning terugbetaald moet worden. Bij de persoonskenmerken komt er bij doorstromers meer significantie voor dan bij starters. Alleen bij de kenmerken leeftijd, geslacht, positie huishouden, opleiding en bruto inkomen zijn sommige niveaus significant.

In de laatste kolom van tabel 4.5, zijn starters en doorstromers samengevoegd. In deze kolom komt significantie voor bij de attributen *juridisch eigendom*, *kortingspercentage*, en *profijt/ risico waardeontwikkeling*. Wat betreft de persoonskenmerken is opvallend dat bij de leeftijd de jongste categorie (18 – 25) de vignetten hoog waardeert, de middelste categorie (26 – 36) de vignetten erg laag waardeert en vervolgens de oudste categorie (>36) de vignetten weer hoger waardeert. Verder blijkt het geslacht significant verschil uit te maken voor de waardering van de vignetten. Mannen blijken de vignetten beduidend hoger te waarderen dan vrouwen.

Het laatste persoonskenmerk, het *bruto inkomen*, speelt ook een significante rol. Opvallend is dat de respondenten in de laagste inkomenscategorie ($< € 20.000$) de vignetten lager waarderen dan de inkomenscategorie $€ 21.000 - € 25.000$. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat deze categorie hoofdzakelijk HBO/ universiteit studenten bevat die verwachten boven modaal te gaan verdienen. De hoogste inkomenscategorie ($> € 26.000$) waardeert de vignetten weer lager.

Op basis van deze (nauwkeurigere) regressieanalyse kan geconcludeerd worden dat wederom de maatregelen die genomen kunnen worden ter bevordering van de verkoop van woningen beperkt zijn. Op basis van tabel 4.5 kan gezegd worden dat het kortingspercentage zowel bij starters als bij doorstromers leidt tot een hogere waardering van de vignetten. Bij starters is hier het niveau *opstal (grond in erfpacht)* bij gekomen. Richt men zich dus tot deze doelgroep dan kan overwogen worden de grond onder de woningen in erfpacht uit te geven.

Tabel 4.5 Schattingsresultaten deelnutten attributen en persoonskenmerken

Attributen en persoonskenmerken	Starter			Doorstromer			Totaal		
	Nut-coëfficiënt	Significantie	Belangrijkheid (rank)	Nut-coëfficiënt	Significantie	Belangrijkheid (rank)	Nut-coëfficiënt	Significantie	Belangrijkheid (rank)
Regression intercept (constante)	6,151			5,128			5,511		
Juridisch Eigendom Grond en opstal Opstal (grond in erfpacht)	-0,111	0,000*	0,222 (8)	0,538	0,000*	1,076 (4)	0,355	0,000*	0,710 (2)
Kortingspercentage 0% 20% 35%	-0,221 -0,073 0,294	0,006* 0,362	0,515 (5)	0,065 -0,232 0,167	0,637 0,094***	0,399 (8)	-0,136 -0,120 0,256	0,057*** 0,090***	0,392 (6)
Profijt/ risico waardeontwikkeling Is volledig voor de koper Is voor 50% voor de koper	0,221	0,000*	0,442 (6)	0,582	0,000*	1,164 (3)	0,329	0,000*	0,658 (4)
Verkoopsrisico Is voor de koper Verkoop van de woning binnen 3 maanden is gegarandeerd	0,069	0,254	0,138 (9)	0,120	0,249	0,240 (9)	0,084	0,116	0,168 (10)
Leeftijd 18 – 25 26 – 36 >36	-0,117 -0,699 0,816	0,578 0,002*	1,515 (1)	0,347 -0,532 0,185	0,074*** 0,001*	0,879 (6)	0,269 -0,391 0,122	0,006* 0,000*	0,660 (3)
Geslacht Man Vrouw	0,287	0,000*	0,574 (3)	0,761	0,000*	1,522 (2)	0,319	0,000*	0,638 (5)

* vervolg tabel op volgende pagina

* vervolg van tabel 4.5

Attributen en persoonskenmerken	Starter			Doorstromer			Totaal		
	Nut- coëfficiënt	Significantie	Belangrijkheid (rank)	Nut- coëfficiënt	Significantie	Belangrijkheid (rank)	Nut- coëfficiënt	Significantie	Belangrijkheid (rank)
Huishoudensituatie									
Tuiswonend	0,033	0,691	0,066 (10)	0,069	0,631	0,138 (10)	0,089	0,208	0,178 (8)
Alleenstaand									
Samenwonend met huisgenoten									
Samenwonend met partner									
Samenwonend met partner en kinderen									
Positie huishouden									
Hoofdkostwinner	0,140	0,147	0,234 (7)	-0,295	0,098***	0,816 (7)	0,098	0,206	0,271 (7)
Tweede kostwinner	-0,046	0,710		0,521	0,011**		0,075	0,460	
Geen inkomen	-0,094			-0,226			-0,173		
Hoogst genoten opleiding									
Lagere school	0,272	0,003*	0,544 (4)	-0,513	0,000*	1,026 (5)	-0,085	0,223	0,170 (9)
LBO, MAVO, VMBO									
MBO, HAVO, VWO									
HBO, Universiteit									
Bruto inkomen huishouden per jaar									
< € 20.000	-0,111	0,188	1,261 (2)	-0,712	0,049**	1,801 (1)	-0,177	0,027**	1,059 (1)
€ 21.000 - € 25.000	0,686	0,000*		1,089	0,001*		0,618	0,000*	
> € 26.000	-0,575			-0,377			-0,441		
	N = 972	Adjusted R ² = 0,098		N = 414	Adjusted R ² = 0,228		N = 1.386	Adjusted R ² = 0,116	

* significant bij 1%

** significant bij 5%

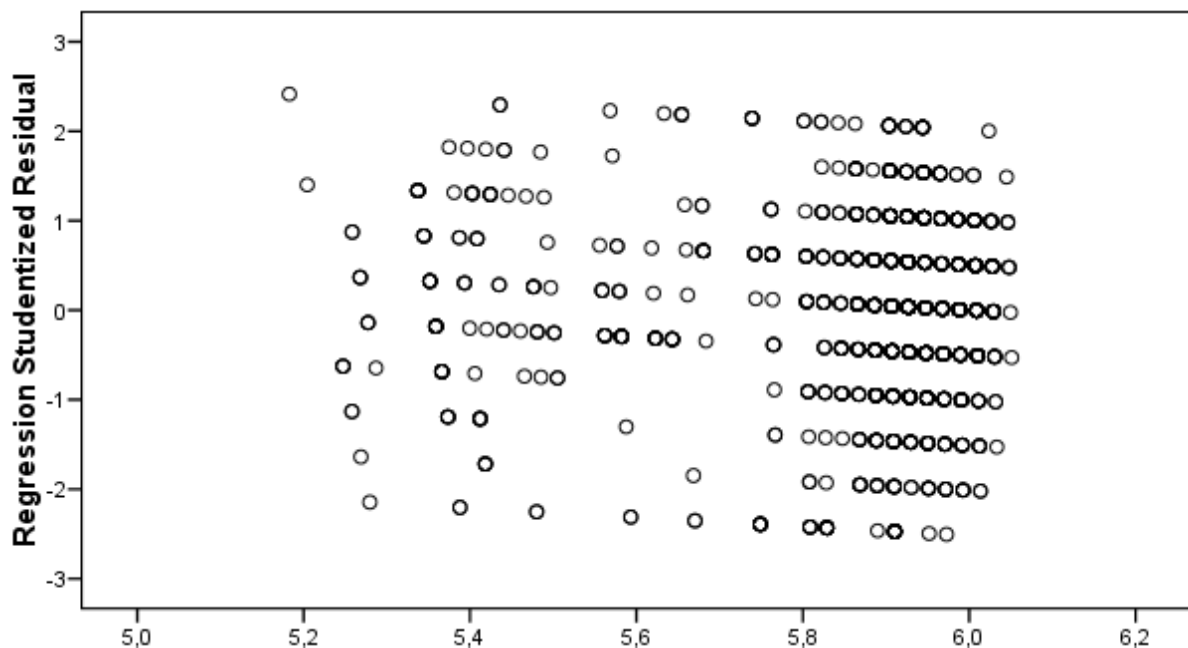
*** significant bij 10%

4.3.3 Voorwaarden regressie analyse

Om een (meervoudige) lineaire regressie te mogen uitvoeren moet aan een viertal voorwaarden worden voldaan. Onderstaand worden deze voorwaarden getoetst.

1. Het verband tussen de onafhankelijke variabelen en de rapportcijfers moet in de populatie lineair zijn.

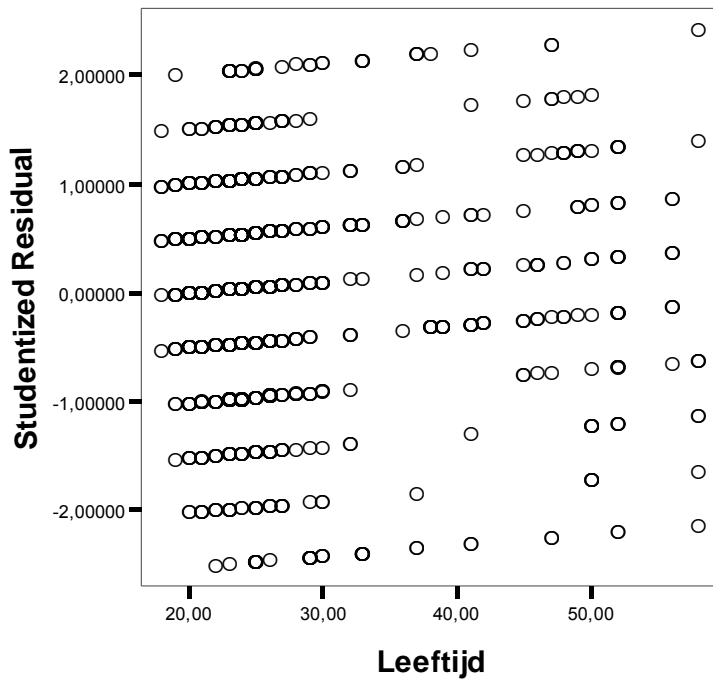
De lineariteit kan op verschillende manieren worden aangetoond. Er is voor gekozen om de *residuals* weer te geven in een zogenaamde *null plot*. Als het verband lineair is moet een willekeurig patroon of een *wolk* van punten ontstaan. Figuur 4.4 toont aan dat hier aan voldaan wordt.



Figuur 4.4 Null plot residuals ten behoeve van lineariteit

2. De variantie van y moet gelijk zijn voor elke combinatie van waarden van de onafhankelijke variabelen.

Deze voorwaarde kan eveneens getoetst worden met een null plot. Wederom moet er een willekeurige patroon gevormd worden door de punten. In figuur 4.5 is te zien dat hieraan voldaan wordt.

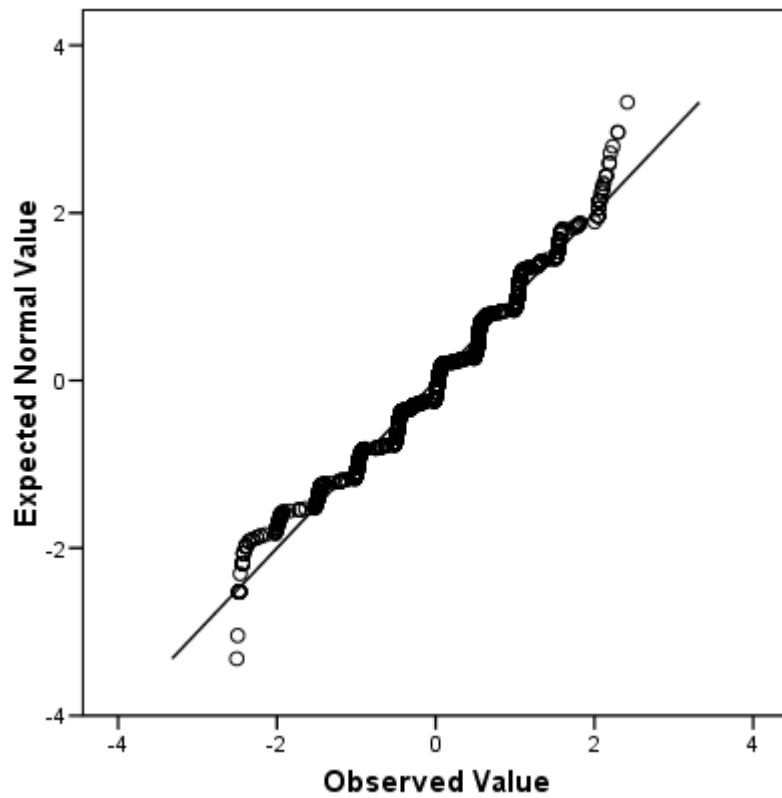


Figuur 4.5 Null plot residuals ten behoeve van constante variantie

3. De observaties moeten onafhankelijk zijn.

Dit betekent dat de waarden van de ene observatie op geen enkele manier is gerelateerd aan de waarde van een andere observatie. Of dit onderzoek daar inderdaad aan voldoet is niet aan te tonen maar naar verwachting zal dit geen problemen opleveren.

4. De verdeling van de waarden y (rapportcijfers) moet normaal verdeeld zijn voor elke combinatie van waarden van de onafhankelijke variabelen. Tot slot moet de normaliteit aangetoond worden. Dit is gedaan door de residuals in een Q – Q plot weer te geven. Q – Q plot staat voor quantile – quantile plot en wordt gebruikt om te bepalen of een reeks waarnemingen normaal verdeeld is. De cumulatieve verdeling wordt vergeleken met de theoretische cumulatieve verdeling. De lineaire lijn in figuur 4.6 geeft de normale verdeling aan. Als de residuals op deze lijn liggen betekent dit dat er sprake is van een normale verdeling. In figuur 4.6 is te zien dat hier redelijk aan voldaan wordt.



Figuur 4.6 Q – Q plot residuals ten behoeve van normale verdeling

De uitkomsten van de bovenstaande voorwaarden bieden voldoende houvast om te concluderen dat de regressie analyse uitgevoerd had mogen worden.

5 Conclusies en aanbevelingen

Het doel van dit onderzoek is om de financieringsvoorkeur van woonconsumenten, onderscheid makend tussen starters en doorstromers, inzichtelijk te maken. In de eerste paragraaf van dit hoofdstuk wordt de hoofdvraag en de hypothesen die gesteld zijn beantwoord. In de tweede paragraaf staan aanbevelingen voor vervolgonderzoek.

5.1 Conclusies

Alvorens op de hypothesen en de hoofdvraag van dit onderzoek antwoord te geven dient er een beeld te worden geschetst van de respondenten. Hoewel in het onderzoek geen vergelijking is gemaakt met de populatie van Nederland bestaat het vermoeden dat de respondenten niet representatief zijn voor de Nederlandse bevolking. De enquête heeft 154 bruikbare respondentprofielen opgeleverd en daarmee een 1.386 beoordeelde vignetten. Uit dit onderzoek blijkt dat de respondenten voor een groot deel uit jongeren bestaan, 70,1% geeft dan ook aan starter te zijn op de woningmarkt. Verder valt op dat het veelal mannen zijn geweest die de enquête hebben ingevuld en de respondenten hoog zijn opgeleid. Op een enkeling na vallen zij in de categorie *HBO of Universiteit*. Tot slot kan gesteld worden dat het inkomen van de respondent laag is. Dit is te verklaren door de lage leeftijden (vermoedelijk veel studenten) en het hoge aantal starters op de arbeidsmarkt.

Op basis van de resultaten van dit onderzoek zijn de hypothesen getoetst. De eerste hypothese, 'Starters tonen meer interesse in koopvarianten dan doorstromers' kan aangenomen worden. Uit de resultaten van het empirisch onderzoek blijkt dat starters de vignetten inderdaad significant hoger waarderen dan doorstromers.

De tweede hypothese, 'Starters hechten minder waarde aan een volledig aandeel in de waardeontwikkeling van de woning dan doorstromers' kan eveneens aangenomen worden.

De derde hypothese, 'Starters hechten minder waarde aan een terugkoopgarantie dan doorstromers', moet verworpen worden. Opvallend is dat doorstromers een terugkoopgarantie minder waarderen dan de starters uit de steekproef. Kennelijk vinden doorstromers de aangebrachte correlatie in de bruto maandlast (10%) voor de terugkoopgarantie te hoog. Verder valt te concluderen dat doorstromers erg veel waarde hechten aan de 'traditionele' koop (vignet 1) van een woning. Dit vignet wordt door doorstromers gewaardeerd met een 7,24 en door starters met een 6,59. Bij starters valt op dat zij weinig zien in het pachten van de grond onder hun woning ondanks dat dit met een flinke korting gepaard gaat die is terug te zien in de bruto maandlast. Interessant is dat, als een nauwkeurigere regressieanalyse (inclusief persoonskenmerken) wordt gemaakt, blijkt dat starters wel degelijk *grond in erfpacht* hoger waarderen dan dat ze de grond en de opstal volledig in eigendom zouden hebben. Verder valt op dat er een verschil bestaat tussen de rangorde van de attributen tussen starter en doorstromer. Starters hechten het meeste waarde aan het *juridisch eigendom* gevolgd door het

kortingspercentage, profijt/ risico waardeontwikkeling en het tenslotte het *verkooprisico* terwijl doorstromers de meeste waarde hechten aan het *profijt/ risico van de waardeontwikkeling* gevolgd door het *juridisch eigendom*, het *kortingspercentage* en het *verkooprisico*.

Wat betreft de persoonskenmerken kan gezegd worden dat deze een grote invloed hebben op de waardering van de vignetten. Diverse kenmerken, zowel bij starters als doorstromers hebben een significante invloed op de waardering van de vignetten. Bij starters blijkt de leeftijdscategorie 26 – 36 de vignetten significant lager te waarderen dan de overige twee leeftijdscategorieën. Wat betreft het geslacht kan gesteld worden dat de mannen in de categorie starters de vignetten significant hoger waarderen dan de vrouwelijke starters. Verder hebben het opleidingsniveau en het bruto inkomen een significante invloed op de beoordeling van de vignetten. De lagere opleidingscategorieën beoordelen de vignetten namelijk significant hoger dan starters in de categorie *HBO of Universiteit*. Starters in de inkomenscategorie € 21.000 - € 25.000 beoordelen de vignetten significant hoger dan starters uit de overige inkomenscategorieën. Bij doorstromers spelen eveneens de leeftijd, het geslacht, de opleiding, het inkomen maar ook de positie in het huishouden een significante rol. De doorstromers uit de steekproef in de leeftijdscategorie 18 – 25 waarderen de vignetten significant hoog. De wat oudere doorstromers in de leeftijdscategorie 26 – 36 waarderen de vignetten significant lager. Net als bij de starters uit de steekproef blijken de mannen bij de doorstromers de vignetten significant hoger te waarderen dan de vrouwen. In tegenstelling tot starters waarderen de lager opgeleide doorstromers de vignetten juist negatief en kunnen doorstromers in de categorie *HBO of Universiteit* de vignetten hoger waarderen. Wat betreft het inkomen kan gesteld worden dat de doorstromers uit de steekproef die in de laagste inkomenscategorie (< € 20.000) vallen de vignetten significant lager waarderen. Doorstromers die in de tweede inkomenscategorie (€ 21.000 - € 25.000) vallen waarderen de vignetten significant hoger.

Op de hoofdvraag van het onderzoek, 'wat is de financieringsvoorkeur van woonconsumenten, onderscheid makend tussen starters op de woningmarkt en doorstromers?', kan het volgende antwoord worden gegeven:

De starters uit de steekproef hebben aangegeven het niveau *grond en opstal* van het attribuut *juridisch eigendom* het meest belangrijk te vinden, gevolgd door het kortingspercentage (niveau: *kortingspercentage 35%*). Op de derde plaats komt het attribuut *profijt/ risico waardeontwikkeling* (niveau: *is volledig voor de koper*) en tot slot het attribuut *verkooprisico* (niveau: *is voor de koper*). Wat betreft doorstromers geldt dat zij aan het attribuut *profijt/ risico waardeontwikkeling* (niveau: *is volledig voor de koper*) het meeste belang hechten gevolgd door het *juridisch eigendom* (niveau: *grond en opstal*). Het kortingspercentage met het niveau 35% komt op de derde plaats en tot slot komt, net als bij starters, het attribuut *verkooprisico* (niveau: *is voor de koper*) op de vierde plaats.

Op basis van dit onderzoek kan geconcludeerd worden dat de maatregelen die genomen kunnen worden ter bevordering van de verkoop van woningen beperkt zijn. Op basis van de resultaten kan gezegd worden dat het kortingspercentage van 35% zowel bij starters als bij doorstromers leidt tot een

hogere waardering van de vignetten. Bij starters kan het niveau *opstal (grond in erfpacht)* hieraan toegevoegd worden. Richt men zich dus tot deze doelgroep dan kan overwogen worden de grond onder de woningen in erfpacht uit te geven.

5.2 Aanbevelingen

Op basis van de uitkomsten van dit onderzoek zijn een aantal aanbevelingen te doen.

1. Allereerst is er in dit onderzoek gebruik gemaakt van een zogenaamd fractioneel factoriël design om het aantal te beoordelen vignetten te reduceren tot negen. Met het toepassen van een dergelijk design wordt de additieve nutsfunctie verondersteld. Dit betekent dat enkel de hoofdeffecten en geen interactie onderzocht kan worden tussen de attributen en/ of persoonskenmerken. Mochten bepaalde combinaties van attribuutniveaus of persoonskenmerken elkaar versterken of juist verzwakken dan komt dat in dit onderzoek niet naar voren. De verkregen parameters in dit onderzoek mogen alleen als zuiver additieve termen worden geïnterpreteerd als alle interacties ook feitelijk verwaarloosbaar zijn (Oppewal en Timmermans 1993). Of dat in dit onderzoek het geval is kan niet onderzocht worden en is slechts een aanname. Aanbevolen wordt dan ook in vervolgonderzoek het aantal vignetten niet te reduceren met behulp van een fractioneel factoriël design maar alle combinaties van attributen voor te leggen en het aantal vignetten per respondent te reduceren door middel van het toepassen van verschillende strata;
2. Gezien de resultaten uit hoofdstuk 4 is dit onderzoek niet representatief voor de Nederlandse bevolking. Zo is het aandeel ouderen onder de respondenten erg laag, het aandeel mannen erg hoog evenals het opleidingsniveau. De aanbeveling is dan ook om bij vervolgonderzoek voldoende respondenten te ondervragen welke representatief zijn voor de Nederlandse bevolking;
3. Uit de resultaten van dit onderzoek is gebleken dat de verkoopbevorderende mogelijkheden zeer beperkt zijn. De vraag is hoe dit kan. Mogelijk is de steekproef niet groot genoeg geweest of is het punt dat gemaakt is bij aanbeveling twee de oorzaak. Een andere mogelijkheid is dat het kortingspercentage verkeerd is geïnterpreteerd. De kans bestaat dat het kortingspercentage is opgevat als een 'gift' in plaats van een korting op de aankoopwaarde en een even zo grote aftrek over het verkoopbedrag van de woning. Hoewel duidelijk vermeld in de enquête kan dit tot onzuivere resultaten hebben geleid. De aanbeveling is bij vervolgonderzoek de bovenstaande aspecten te onderzoeken;
4. Bij de vignetmethode is het, naast het belang dat de respondent aan de attributen hecht, mogelijk een schatting te maken van het prijskaartje dat men aan de verschillende attributen hangt. In dit onderzoek is dat niet gebeurd omdat dat buiten het tijdsfad van het onderzoek valt. Mogelijk kan in eventueel vervolgonderzoek hierop ingegaan worden.

6 Bronnenlijst

Aedes (2008), geraadpleegd op www.aedesnet.nl, 9 december 2008.

Amsterdam School of Real Estate (2008), geraadpleegd op www.vastgoedkennis.nl, 7 oktober 2008.

Baarda, D.B. en Goede, M.P.M. de (1997), "Methoden en Technieken", Noordhoff Uitgevers B.V., Groningen.

Beek, K.W.H. van, Koopmans, C.C. en Praag, B.M.S. van, (1997), "Shopping at the labour market: A real tale of fiction", Elsevier Science B.V., 1997.

Berkhout, P.H.G. en Hop, J.P. (2002), "Een prijskaartje aan kwaliteitskenmerken van kantoren", Amsterdam: SEO.

Brigham Young University (2009), geraadpleegd op <http://marketing.byu.edu/>, 23 april, 2009.

Centraal Bureau voor de Statistiek (2009), geraadpleegd op www.cbs.nl, 10 maart 2009.

Centraal Bureau voor de Statistiek (2009), "Economie krimpt 0,6 procent in vierde kwartaal 2008", persbericht CBS.

Centraal Planbureau (2008), "Macro Economische Verkenning 2009", een weergave en voorspelling van het economisch beeld over 2008 – 2009, CPB Den Haag, 44.

Centraal Plan Bureau (2009), geraadpleegd op www.cpb.nl, 17 augustus 2009.

Clark, W.A.V. en Dieleman, F.M. (1996), "Households and Housing", New Brunswick, New Jersey.

Conijn, J. en Schweitzer, M. (2000), "Fair Value bij verzekerd kopen", RIGO Research en Advies BV en Global Property Research, Amsterdam.

De Leede Kesteren (2008), geraadpleegd op www.wonenindeleede.nl, 9 oktober 2008.

Dijkstra, J., Timmermans, H.J.P. en Roelen, W.A.H. (1999), "Design Systems Reports", Technische Universiteit, Eindhoven.

DiPasquale, D. en Wheaton, W.C. (1996), "Urban Economics and Real Estate Markets", Prentice-Hall.

Donkers, J.J.J. (2008), "Woonindex 4e kwartaal 2008", VBO Makelaar, Zoetermeer.

- EIB (2008), "Sterke krimp van bouwproductie in 2009 en 2010", EIB, Amsterdam.
- Ekkers, P. (2006), "Van volkshuisvesting naar woonbeleid", Sdu Uitgevers bv, Den Haag.
- Ekkelboom, J. (2004), "Sociale koop als gat in de markt", Aedes-magazine 7/2004, p22 – 25.
- Ekkelboom, J. (2007), "Huurder twijfelt over koop", Aedes-magazine 22/2007, p22.
- Graaf, D. de, Kok, L. en Berkhout, P. (2004), "Is het mogelijk integratie te meten", SEO, Amsterdam.
- Hagen, E.P.S. (2007), "Goed voor klant en Woonstad Rotterdam", Universiteit van Amsterdam.
- InfoNu/ financieel (2008), www.financieel.infoanu.nl , geraadpleegd op 8 oktober 2008.
- Jansen, L.H.J.M., Okker, V.R. en Schuur, J. (2006), "Welvaart en Leefomgeving, een scenariostudie voor Nederland in 2040", de studie is een samenwerking van het Centraal Planbureau, Milieu - en Natuurplanbureau en het Ruimtelijk Planbureau.
- Koning, M., Saitua Nistal, R. en Ebregt, J. (2006), "Woningmarkteffecten van aanpassing fiscale behandeling eigen woning", CPB Den Haag.
- Koopgarant, brochure. Stichting Koopgarant, Huizen.
- Koop Goedkoop (2008), geraadpleegd op www.koop-goedkoop.nl, 11 december 2008.
- Manshanden, W. en Praag, B.M.S. van (1999), "Waarderen van de vignettenmethode", Vastgoedmarkt juni 1999, 57.
- Molin, E., Oppedaal, H. en Timmermans, H. (1997), "Puzzelen met woonwensen op nieuwbouwlocaties. De conjuncte keuze methode", Tijdschrift voor de Volkshuisvesting 1997/ 1, 24.
- Molin, E. (1999), "Conjoint modeling approaches for residential group preferences", Technische Universiteit Eindhoven.
- Nationale Hypotheek Garantie (2009), geraadpleegd op www.nhg.nl, 12 januari 2009.
- Noordenne, Maurice van en Vos, Maarten (2006), "Atlas Koopvarianten", SEV publicatie, Rotterdam.

Norušis, M.J., (2004), "SPSS 12.0, Guide to Data Analysis", Upper Saddle River, New Jersey.

NRC Handelsblad (2009), geraadpleegd op www.nrc.nl, 21 januari 2009.

OpMaat Koopgarant (2008), geraadpleegd op www.koopgarant.com, 22 januari 2008.

Oppewal, H. en Timmermans, H. (1993), "Conjuncte keuze experimenten: achtergronden, theorie, toepassingen en ontwikkelingen", Technische Universiteit, Eindhoven.

Planbureau voor de leefomgeving (2008), "Verhuiswensen en verhuisgedrag in Nederland. Een landsdekkend onderzoek", Den Haag/ Bilthoven.

Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM) (2009), geraadpleegd op www.rivm.nl, 26 februari 2009.

Schilder, F. en Conijn, J. (2009), "De dubbele kloof tussen koop en huur", Amsterdam school of Real Estate.

SenterNovem koopsubsidie (2009), geraadpleegd op www.senternovem.nl, 12 januari 2009.

Sociale Koop (2008), geraadpleegd op www.socialekoop.nl, 11 december 2008.

Staalduinen, P.M. van (2006), "Tussenvormen, Balanceren over de kloof tussen huur en koop", Erasmus Universiteit Rotterdam.

Steenkamp J.E.B.M. (1985), "De constructie van profielensets voor het schatten van hoofdeffecten en interacties bij conjunct meten", Jaarboek voor de Nederlandse Vereniging van Marktonderzoekers (1985) 125-154.

Te Woon (2008), geraadpleegd op www.tewoon.nl, 12 december 2008.

TNO (2008), Bouwprognose 2008 – 2013.

Trudo, slimmer kopen (2008), geraadpleegd op www.slimmerkopen.nl, 12 december 2008.

Varian, Hal R (2006), "Revealed Preference", University of California at Berkeley.

VBO Makelaar (2008), Woonindex 4e kwartaal 2008.

VBO Makelaar (2009), geraadpleegd op www.vbo.nl, 7 januari 2009.

Veenma, K, Batenburg, R., Breedveld, E. (2004), "De vignetmethode, een praktische handleiding bij beleidsonderzoek, IVA, Tilburg.

Vereniging Eigen Huis (2009), geraadpleegd op www.eigenhuis.nl, 15 januari 2009.

Vereniging voor ontwikkelaars en bouwondernemers (NVB), (2008), "Thermometer koopwoningen", Voorburg.

VROM (Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer) (2003), "Gescheiden markten? De ontwikkeling op de huur- en koopwoningmarkt", Den Haag: Ministerie van VROM.

VROM (2006), "Ruimte geven, bescherming bieden. Een visie op de woningmarkt", Den Haag: Ministerie van VROM.

VROM (2006), "Beleidsregels bij verkoop van woongelegenheden door toegelaten instellingen", Kenmerk: MG2006-06. Den Haag: Ministerie van VROM.

7 Inhoudsopgave bijlagen

Bijlage I: Begrippenlijst

Bijlage II: Koopvarianten

Bijlage III: Fair-value balans

Bijlage IV: Enquête

Bijlage V: Uitgangspunten maandlastenberekening

Bijlage VI: Basisplan 2, Addelman

Bijlage I: Begrippenlijst

Starters

Starters zijn in dit onderzoek gedefinieerd als personen die in de huidige omstandigheden ofwel thuiswonend zijn, ofwel woonachtig in een huurwoning/ gehuurde woonruimte. Deze afbakening betekent dat zij zogenaamde 'koopstarters' zijn en mogelijk hun start op de koopwoningmarkt kunnen maken met behulp van koopvarianten.

Doorstromers

Doorstromers zijn in dit onderzoek gedefinieerd als personen die in de huidige omstandigheden een koopwoning in bezit hebben.

Huishouden

Onder een huishouden wordt verstaan: een individueel of een groep individuen (bekenden of onbekenden) welke in dezelfde woning leven (DiPasquale en Wheaton 1996).

Koopvarianten

Koopvarianten zijn tussenvormen tussen huur en koop en vinden hun herkomst uit experimenten in de jaren '70. Door de slechte betaalbaarheid van koopwoningen zijn de koopvarianten in de loop der jaren doorontwikkeld en is er een veelvoud aan nieuwe concepten ontstaan. 'Kenmerk van koopvarianten is dat minder gefinancierd hoeft te worden dan de marktwaarde door ofwel korting, in combinatie met deling van de waardeontwikkeling, of korting op de eventuele erfpachtcanon, of uitgestelde betaling' (Noordenne 2006).

Bijlage II: Koopvarianten

Koopgarant

De koper van een woning met Koopgarant krijgt een korting over de marktwaarde van de woning maar wordt juridisch volledig eigenaar van de woning. Dit betekent onder andere dat ook de beheertaak bij de eigenaar ligt. Koopgarant heeft een aantal belangrijke kenmerken. Zo heeft de eigenaar van de woning, als hij de woning wil verkopen een aanbiedingsplicht aan de Koopgarant aanbieder en deze heeft zich contractueel verplicht de woning binnen drie maanden terug te kopen. Dit is in de meeste gevallen een corporatie maar tegenwoordig bieden ook enkele commerciële partijen Koopgarant aan. Om er zeker van te zijn dat deze partij de woning snel terugkoopt, of in het geval van een corporatie, dat de corporatie er zeker van is dat de woning in hun woningbestand blijft wordt erfpacht toegepast om dit juridisch vast te leggen. De grond wordt eeuwigdurend in erfpacht uitgegeven maar er wordt geen erfpachtcanon betaald. Een tweede kenmerk van Koopgarant is dat de waardeontwikkeling (mogelijk ook negatief) van de woning wordt gedeeld tussen de koper en de aanbieder van de woning. 'Uitgezonderd de waardeontwikkeling die het gevolg is van aangebrachte verbeteringen door de koper' (Noordenne en Vos 2006). De hoogte van de korting op de marktwaarde en de bijbehorende verhouding waarin de waardeontwikkeling gedeeld wordt is vastgelegd in de zogenaamde fair value-balans (Conijn en Schweitzer 2000) (de balans is weergegeven in bijlage III).

Sociale Koop

Bij het concept Sociale Koop kan de koper zelf bepalen welk deel van de marktwaarde hij wil betalen (de enige voorwaarde is dat hij minimaal 50% van de opstal moet kopen omdat anders geen sprake is van een eigen woning). Het resterende bedrag, de geïndexeerde uitkoopwaarde, hoeft pas bij doorverkoop te worden betaald aan de aanbiederende partij (deze indexatie is gebaseerd op de woningwaarde-index van het kadaster). 'De koper koopt een erfpachtrecht op de grond alsmede een opstalrecht (eigendom) op de woning. Voor de grond wordt een erfpachtcanon bepaald, 6 procent van de waarde van de grond. De koper is voor de bewoningsperiode vrijgesteld van canonbetaling. De uitkoopwaarde bedraagt 16,66 maal de jaarcanon' plus het eventueel resterende gedeelte van de opstal (Noordenne en Vos 2006). De eigenaar kan tussentijds zijn eigendom vergroten waardoor zijn aandeel in de waardeontwikkeling toeneemt. Hierbij dient eerst het opstalaandeel te worden 'volgestort'. Bij vertrek heeft de koper een aanbiedingsplicht aan de corporatie waarbij de corporatie een terugkooprecht heeft, geen terugkoopplicht.

Koop Goedkoop

Bij Koop Goedkoop wordt de opstal gekocht en de grond gehuurd. Over de waarde van de grond wordt een erfpachtcanon betaald. Over deze erfpachtcanon wordt een korting gegeven, in het eerste jaar 100 procent, in het tweede jaar 90 procent enzovoorts. Pas in het elfde jaar betaalt de koper de volledige canon. De grondhuur wordt jaarlijks geïndexeerd voor inflatie. De koper sluit voor de opstal een hypotheek af. Een bijkomend voordeel is dat de erfpachtcanon aftrekbaar is voor de inkomstenbelasting.

Mocht de koper gaan verhuizen dan is hij vrij de woning en het erfpacht door te verkopen. Hij ontvangt dan de volledige waardeontwikkeling van de woning. De nieuwe bewoner wordt eigenaar van het opstal maar blijft de grond huren van de Koop Goedkoop aanbieder. Deze laatste heeft de keuzemogelijkheid om alleen de eerste koper de korting over de canon te geven of deze bij elke nieuwe koper opnieuw toe te zeggen (Noordenne en Vos 2006). De Koop Goedkoop aanbieder kan er voor kiezen om bij vertrek van de huidige bewoner de woning terug te kopen om de woning vervolgens vrij te verkopen.

Bijlage III: Fair-value balans

Verleend kortingspercentage door de toegelaten instelling	Percentage van de onderhandse verkoopwaarde	Percentage van de waardeontwikkeling dat ten goede komt aan of ten laste komt van de corporatie bij bestaande bouw	Percentage van de waardeontwikkeling dat ten goede komt aan of ten laste komt van de corporatie bij nieuwbouw
15	85	30	22,5
20	80	40	30
25	75	50	37,5
30	70	50	45
35	65	50	50

Bron: VROM 2006

Bijlage IV: Enquête

Het kopen van een woning

Onderstaande enquête is opgesteld voor mijn masterthesis ter afronding van mijn master vastgoedkunde.

De enquête is opgebouwd uit een aantal algemene vragen en een 9-tal fictieve situaties met betrekking tot het kopen van een woning.

Deze situaties dienen beoordeeld te worden met een rapportcijfer van 1 t/m 10.

Met deze manier van enquêteren wordt getracht te achterhalen aan welk(e) kenmerk(en) van de financiering van een woning men de meeste waarde hecht en welke prijs men bereid is hiervoor te betalen.

Het invullen van de enquête duurt ongeveer 5 minuten.

Bij deze wil ik u alvast hartelijk bedanken voor uw tijd!

1.	Wat is uw leeftijd?
	<input type="text"/>

2.	Wat is uw geslacht?
	<input type="radio"/> Man <input type="radio"/> Vrouw

3.	Wat is uw woonsituatie?
	<input type="radio"/> Thuiswonend <input type="radio"/> Alleenstaand <input type="radio"/> Samenwonend met huisgenoten <input type="radio"/> Samenwonend met partner <input type="radio"/> Samenwonend met partner en kinderen

4.	Uit hoeveel personen bestaat uw huishouden?
	<input type="text"/>

5.	Wat is uw positie binnen het huishouden?
	<input type="radio"/> Hoofdkostwinner <input type="radio"/> Tweede kostwinner <input type="radio"/> Geen inkomen

6.	Wat is de hoogste, door u genoten opleiding?
	<input type="radio"/> Lagere school <input type="radio"/> LBO, MAVO, VMBO <input type="radio"/> MBO, HAVO, VWO <input type="radio"/> HBO, Universiteit

7.	Wat is het totale bruto inkomen van uw huishouden per jaar?
	<input type="radio"/> < € 20.000 <input type="radio"/> € 21.000 - € 25.000 <input type="radio"/> € 26.000 - € 30.000 <input type="radio"/> € 31.000 - € 35.000 <input type="radio"/> € 36.000 - € 45.000 <input type="radio"/> € 46.000 - € 55.000 <input type="radio"/> € 56.000 - € 65.000 <input type="radio"/> > € 65.000

8.	Bent u in bezit van een koopwoning?
	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nee

9.	Hoeveel slaapkamers bevinden er zich in uw woning?
	<input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/>

10.	Bent u momenteel actief op zoek naar een (nieuwe) koopwoning en bereid binnen een jaar een woning te kopen?
	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nee

11.	In welke provincie bent u woonachtig?
	<input type="radio"/> Drenthe <input type="radio"/> Flevoland <input type="radio"/> Friesland <input type="radio"/> Gelderland <input type="radio"/> Groningen <input type="radio"/> Limburg <input type="radio"/> Noord-Brabant <input type="radio"/> Noord-Holland <input type="radio"/> Overijssel <input type="radio"/> Utrecht <input type="radio"/> Zeeland <input type="radio"/> Zuid-Holland

12.	Welke koopvormen op de woningmarkt kent u?		
	Nooit van gehoord	Van gehoord	Bekend met het concept
<u>Koopgarant</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Sociale Koop</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Koop Goedkoop</u>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Onderstaande zogenaamde 'vignetten' zijn fictieve situaties met betrekking tot het kopen van een woning en dienen te worden beoordeeld met een rapportcijfer (1 t/m 10).

De situaties zijn gebaseerd op een woning van € 250.000.

De fictieve situaties zijn telkens opgebouwd uit een vijftal kenmerken. Onderstaand volgt een korte toelichting per kenmerk:

Juridisch eigendom:

Bij 'normale' koop koopt u zowel de grond als het opstal (de woning). Het is echter ook mogelijk de opstal te kopen en de grond onder de woning te pachten (huren).

Kortingspercentage:

Bepaald percentage korting op de koopsom.

Let op: aan deze korting verdient u niks. De verkopende partij blijft een aandeel in uw woning houden. Het doel van de korting is om de woning makkelijker financieerbaar voor u te maken.

Waardeontwikkeling:

Onder 'normale' omstandigheden stijgt de waarde van de koopwoning. Tijdens de huidige kredietcrisis is dit echter een minder zeker gegeven. In de enquête zijn twee opties opgenomen: volledig profijt/ risico van de waardeontwikkeling (normale koop) of een aandeel van 50% in het profijt/ risico van de waardeontwikkeling van uw woning.

Verkooprisico:

Onder 'normale' omstandigheden ligt het risico bij degene die zijn woning te koop aanbiedt. In de enquête is ook de mogelijkheid opgenomen dat de woning gegarandeerd binnen 3 maanden, nadat u deze te koop aanbiedt van uw wordt gekocht (terugkoopgarantie)

Bruto maandlast:

Met de gegeven bruto maandlast is de woning in 30 jaar volledig afbetaald (uitgaande van een hypotheekrente van 5%)

13.	Welk rapportcijfer geeft u aan de onderstaande situatie? "Standaard situatie" huis € 250.000	
	<p>Juridisch eigendom: Grond en opstal</p> <p>Kortingspercentage: 0%</p> <p>Profijt/ risico waardeontwikkeling: is volledig voor de koper</p> <p>Verkooprisico: is voor de koper</p> <p>Bruto maandlast: € 1.325</p>	<p>1 10</p> <p>○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○</p>

14.	Welk rapportcijfer geeft u aan de onderstaande situatie?	
	<p>Juridisch eigendom: Grond en opstal</p> <p>Kortingspercentage: 20%</p> <p>Profijt/ risico waardeontwikkeling: is voor 50% voor de koper</p> <p>Verkooprisico: verkoop van de woning binnen 3 maanden is gegarandeerd</p> <p>Bruto maandlast: € 1.272</p>	<p>1 10</p> <p>○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○</p>

15.	Welk rapportcijfer geeft u aan de onderstaande situatie?										
	<p>Juridisch eigendom: Grond en opstal</p> <p>Kortingspercentage: 35%</p> <p>Profijt/ risico waardeontwikkeling: is voor 50% voor de koper</p> <p>Verkooprisico: is voor de koper</p> <p>Bruto maandlast: € 969</p> <hr/>	1									10
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16.	Welk rapportcijfer geeft u aan de onderstaande situatie?										
	<p>Juridisch eigendom: Opstal (grond in erfpacht)</p> <p>Kortingspercentage: 35%</p> <p>Profijt/ risico waardeontwikkeling: is volledig voor de koper</p> <p>Verkooprisico: verkoop van de woning binnen 3 maanden is gegarandeerd</p> <p>Bruto maandlast: € 905</p> <hr/>	1									10
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17.	Welk rapportcijfer geeft u aan de onderstaande situatie?										
	<p>Juridisch eigendom: Opstal (grond in erfpacht)</p> <p>Kortingspercentage: 20%</p> <p>Profijt/ risico waardeontwikkeling: is volledig voor de koper</p> <p>Verkooprisico: is voor de koper</p> <p>Bruto maandlast: € 1.017</p> <hr/>	1									10
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18.	Welk rapportcijfer geeft u aan de onderstaande situatie?										
	<p>Juridisch eigendom: Opstal (grond in erfpacht)</p> <p>Kortingspercentage: 0%</p> <p>Profijt/ risico waardeontwikkeling: is voor 50% voor de koper</p> <p>Verkooprisico: is voor de koper</p> <p>Bruto maandlast: € 1.296</p> <hr/>	1									10
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19.	Welk rapportcijfer geeft u aan de onderstaande situatie?									
	<p>Juridisch eigendom: Grond en opstal</p> <p>Kortingspercentage: 0%</p> <p>Profijt/ risico waardeontwikkeling: is volledig voor de koper</p> <p>Verkooprisico: verkoop van de woning binnen 3 maanden is gegarandeerd</p> <p>Bruto maandlast: € 1.458</p>	1								10
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20.	Welk rapportcijfer geeft u aan de onderstaande situatie?									
	<p>Juridisch eigendom: Grond en opstal</p> <p>Kortingspercentage: 20%</p> <p>Profijt/ risico waardeontwikkeling: is volledig voor de koper</p> <p>Verkooprisico: is voor de koper</p> <p>Bruto maandlast: € 1.113</p>	1								10
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21.	Welk rapportcijfer geeft u aan de onderstaande situatie?																		
	<p>Juridisch eigendom: Grond en opstal</p> <p>Kortingspercentage: 35%</p> <p>Profijt/ risico waardeontwikkeling: is volledig voor de koper</p> <p>Verkooprisico: is voor de koper</p> <p>Bruto maandlast: € 926</p> <hr/>	1																10	
		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Bijlage V: Uitgangspunten maandlastenberekening

Onderstaand de uitgangspunten die gehanteerd zijn voor de berekening van de bruto maandlast onder aan elk van de negen vignetten:

- De bruto maandlast is met behulp van annuïteit berekend;
- Bij de berekening van de bruto maandlast is uitgegaan van een hypotheekrente van 5%;
- Bij de berekening van de bruto maandlast is uitgegaan van een looptijd van 30 jaar (360 maanden);
- De grondquote is 30%;
- De erfpachtcanon is 6% over de grondwaarde;
- De korting toegepast in de vignetten wordt verrekend over de opstal.

Naast de bovenstaande uitgangspunten is voor de berekening van de bruto maandlast een postieve correlatie aangebracht tussen de (verwachte) aantrekkelijkheid en de prijs volgens onderstaand schema:

Percentage over de maandlasten										
	Grond en opstal	Opstal (grond in erfpacht)	Kortingspercentage:			Koper volledig aandeel		Koper volledig risico		Totaal bijkomend percentage:
	(0)	(1)	0%	20%	35%	(0)	(1)	(0)	(1)	
Vignet 1	0		0			0		0		0,0
Vignet 2	0			5			5		10	20,0
Vignet 3	0				7,5		5	0		12,5
Vignet 4		5			7,5	0			10	17,5
Vignet 5		5		5		0		0		5,0
Vignet 6		5	0				5	0		5,0
Vignet 7	0		0			0			10	10,0
Vignet 8	0			5		0		0		5,0
Vignet 9	0				7,5	0		0		7,5

Bijlage VI: Basicplan 2, Addelman

Basic plan 2: 3⁴; 2⁴; 9 trails

	1	2	3	4	1	2	3	4
Vignet 1	0	0	0	0	0	0	0	0
Vignet 2	0	1	1	2	0	1	1	0
Vignet 3	0	2	2	1	0	0	0	1
Vignet 4	1	0	1	1	1	0	1	1
Vignet 5	1	1	2	0	1	1	0	0
Vignet 6	1	2	0	2	1	0	0	0
Vignet 7	2	0	2	2	0	0	0	0
Vignet 8	2	1	0	1	0	1	0	1
Vignet 9	2	2	1	0	0	0	1	0

Bron: Steenkamp 1985

De niveaus met de bijbehorende waarden ten behoeve van het basicplan. In het basicplan is gekozen voor de gearceerde kolommen. Door de juiste niveaus volgens het plan samen te voegen worden de negen vignetten gegenereerd.

Juridisch eigendom

Grond en opstal (0)

Opstal (grond in erfpacht) (1)

Kortingspercentage

0 % (0)

20 % (1)

35 % (2)

Profijt/ risico waardeontwikkeling

Is volledig voor de koper (0)

Is voor 50% voor de koper (1)

Verkooprisico

Is voor de koper (0)

Verkoop van de woning binnen 3 maanden is gegarandeerd (1)

Bruto maandlast

Varieert per vignet tussen de € 905 en € 1.458.

