

Marktonderzoek Waterrijk

Almelo

Amersfoort, 30 juli 2010

Inhoudsopgave

1	Inleiding	2
1.1	Aanleiding van het onderzoek	2
1.2	Onderzoeksvraag	2
1.3	Methode	2
2	Beoordeling plan Waterrijk	3
2.1	Waterrijk voorziet in een nieuw en onderscheidend woonmilieu in de omgeving	3
2.2	Meer dan de helft van de respondenten beschouwt de plannen voor Waterrijk als aantrekkelijk	3
2.3	Twentenaren beschouwen Waterrijk als aantrekkelijker dan bewoners uit de rest van de provincie	4
2.4	Aantrekkingskracht van Waterrijk is vooral gelegen in water, ruimte, rust, groen en recreatie	4
2.5	Krachtige combinatie van stad en natuur, maar het imago van Almelo is een aandachtspunt	5
2.6	Interesse in Waterrijk van buiten de provincie Overijssel	5
3	De potentiële doelgroep	7
3.1	De potentiële doelgroep over Waterrijk	7
3.2	Waterrijk: wonen in een natuurlijke omgeving maar met de stad binnen handbereik	8
3.3	Wensen van de potentiële doelgroep	8
3.4	Doelgroep vraagt om bungalow en patiowoningen	9
3.5	Voorzichtigheid in de hogere marktsegmenten	10
3.6	Flexibiliteit inbouwen in het woningbouwprogramma	10
3.7	Zelf bouwen	10

1 Inleiding

1.1 Aanleiding van het onderzoek

De gemeente Almelo heeft een visie ontwikkeld voor de realisatie van Waterrijk. De plannen voor Waterrijk zijn ambitieus: het zal een modern stadsdeel worden, waar het aangenaam wonen is binnen een bijzondere aantrekkelijke omgeving. Het waterrijke woonmilieu is een geheel nieuwe woonomgeving in Twente. Maar ervaren de inwoners dit ook zo?

1.2 Onderzoeksvraag

De gemeente Almelo heeft SmartAgent gevraagd om haar middels onderzoek te ondersteunen met betrekking tot de positionering van Waterrijk en de keuze voor doelgroepen voor Waterrijk. De centrale onderzoeksvraag luidt :

“Welke doelgroepen zijn het meest kansrijk voor Waterrijk en welke woonwensen hebben zij?”

1.3 Methode

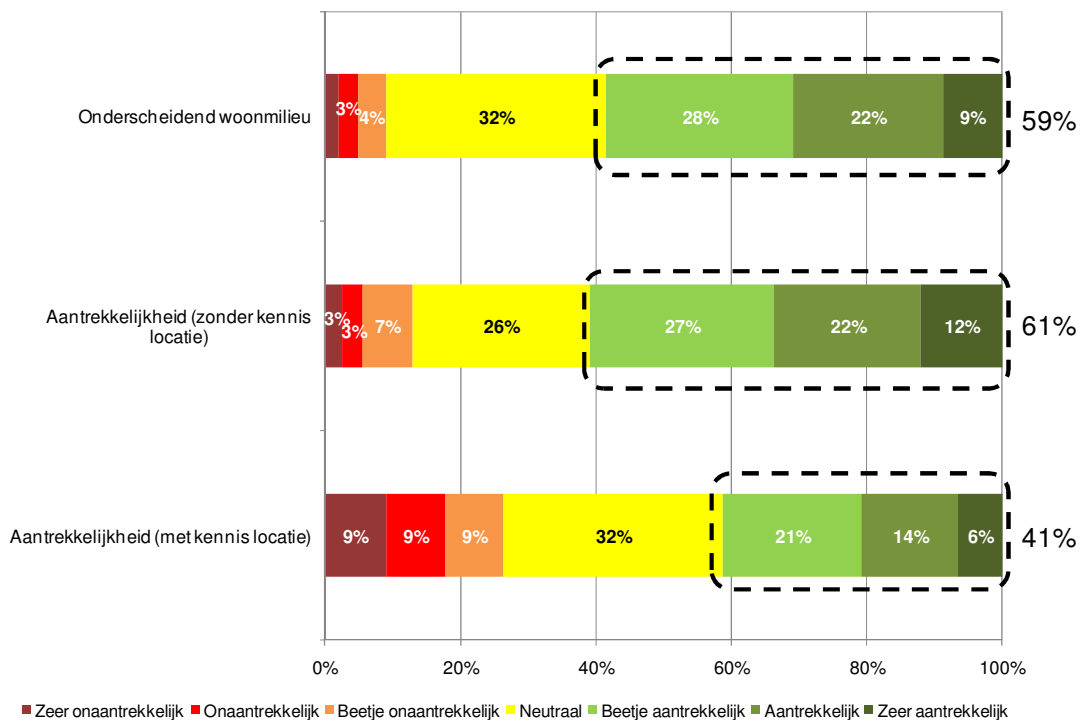
Om de onderzoeksvraag te beantwoorden is een kwantitatief onderzoek uitgevoerd. Via het online Panel van PanelClix zijn inwoners uit de provincie Overijssel tussen de 20 en 65 jaar oud en met tenminste een modaal huishoudeninkomen geselecteerd voor het onderzoek. Zij hebben per e-mail een uitnodiging voor het onderzoek ontvangen met daarin een unieke link die naar de vragenlijst leidt. In totaal hebben 685 respondenten de vragenlijst volledig ingevuld.

2 Beoordeling plan Waterrijk

2.1 Waterrijk voorziet in een nieuw en onderscheidend woonmilieu in de omgeving

In de vragenlijst zijn de plannen voor Waterrijk kort toegelicht in beeld en tekst. Vervolgens is aan de respondenten gevraagd hoe zij het plan beoordelen. Figuur 1 geeft de resultaten hiervan weer.

Figuur1: Beoordeling Waterrijk



Bijna tweederde van de respondenten vindt dat Waterrijk een onderscheidend woonmilieu is. Waterrijk lijkt dus te voorzien in een nieuw woonmilieu dat zich onderscheidt van de rest van het aanbod in de omgeving.

2.2 Meer dan de helft van de respondenten beschouwt de plannen voor Waterrijk als aantrekkelijk

Maar liefst 61% van de bevolking beoordeelt de plannen voor Waterrijk als (een beetje tot zeer) aantrekkelijk. Dit doen zij op basis van de omschrijving in woord en beeld, de exacte locatie van het plan is op dat moment nog niet aan ze voorgelegd. Vervolgens is de exacte locatie aan ze voorgelegd, en is opnieuw gevraagd hoe aantrekkelijk ze het plan beschouwen. Het aantal mensen dat Waterrijk dan als (beetje tot zeer) aantrekkelijk

beschouwt bedraagt 41%. Dit lagere percentage is te verklaren door het feit dat er mensen zijn die verder van de locatie af wonen het plan minder aantrekkelijk vinden omdat het voor hen te ver uit hun huidige woonomgeving ligt.

2.3 Twentenaren beschouwen Waterrijk als aantrekkelijker dan bewoners uit de rest van de provincie

In het onderzoek is onderscheid gemaakt tussen bewoners uit de regio Twente en bewoners uit de rest van de provincie. Beide groepen zijn even enthousiast over de plannen indien zij nog niet geïnformeerd zijn over de exacte locatie.

Als men meer weet over de locatie van Waterrijk dan zien we dat nog steeds een substantieel deel van de van mensen die buiten de regio Twente woonachtig is interesse heeft in Waterrijk (37% tegenover 45% onder de Twentenaren).

2.4 Aantrekkingskracht van Waterrijk is vooral gelegen in water, ruimte, rust, groen en recreatie

De respondenten is gevraagd wat volgens hen de aantrekkelijke kanten zijn van het plan. Onderstaande figuur geeft de spontane reacties weer. Hoe groter een woord wordt weergegeven des te vaker is deze genoemd

Figuur 2: Waterrijk is aantrekkelijk want....



De aantrekkingskracht van Waterrijk zit hem dus vooral in de aanwezigheid van water. De aanwezigheid hiervan zorgt voor een gevoel van rust, ruimte, recreatie en natuur. Het lijkt ook te beantwoorden aan een behoefte aan vrijheid.

Niet iedereen ervaart het water als even aantrekkelijk, sommige mensen vinden dat er teveel water aanwezig is in het plan. Daarnaast ervaren sommigen het als gevaarlijk voor kinderen en vermoedt een aantal mensen dat het een aantrekkingskracht heeft op muggen. Andere minder aantrekkelijke punten van Waterrijk die door consumenten worden genoemd: duur, overlast van recreatie, afstand tot voorzieningen en het geeft een te massale indruk. Om zo goed mogelijk aan te sluiten op de consument dient er in de verdere planuitwerking aandacht te worden besteed aan deze aspecten. Ook in de marketing en communicatie over Waterrijk zal er aandacht aan deze aspecten moeten worden besteed.

2.5 Krachtige combinatie van stad en natuur, maar het imago van Almelo is een aandachtspunt

De nabijheid van de stad, de mooie, landelijke en rustige omgeving en de centrale ligging en goede bereikbaarheid van de locatie worden als aantrekkelijk beschouwd. De combinatie van stad en natuur binnen handbereik is krachtig.

Eenvijfde (20%) van de respondenten ervaart Almelo als niet aantrekkelijk. We verwachten dat Waterrijk, gezien de interesse van de consument, positief kan bijdragen aan het imago van de stad. Maar het is wel van belang om bij de marketing en communicatie van Waterrijk je bewust te zijn van het imagoprobleem van Almelo. En niet teveel in te zetten op de stad zelf (citaat respondent: "Het is een aantrekkelijk plan in een onaantrekkelijke stad, Almelo heeft weinig te bieden. Het heeft geen sfeer").

Andere redenen waarom de locatie niet als aantrekkelijk wordt beschouwd hebben te maken met het feit dat men niet zo ver van de huidige woonplaats wil wonen (bijv. i.v.m. werk of sociale netwerk).

2.6 Interesse in Waterrijk van buiten de provincie Overijssel

In het kwantitatief onderzoek zijn alleen respondenten die woonachtig zijn in de provincie Overijssel meegenomen. Op basis van bestaand onderzoek onder ouderen (vanaf 55 jaar) constateren we dat

de plankenmerken van Waterrijk aansluiten op de woonwensen van een groep mensen van buiten de provincie. Dit zullen met name mensen tussen de 55 en 65 jaar zijn, waarvan de kinderen het huis uit zijn en die de wens hebben om meer 'buiten' te wonen. Zij willen graag in een landelijk gebied wonen met ruime kavels en veel ruimte tussen de woningen wat

voorziet in een gevoel van vrijheid. Afhankelijk van concurrerende projecten uit andere gebieden kan Waterrijk mensen vanuit andere provincies (met name uit het westen van het land) aantrekken.

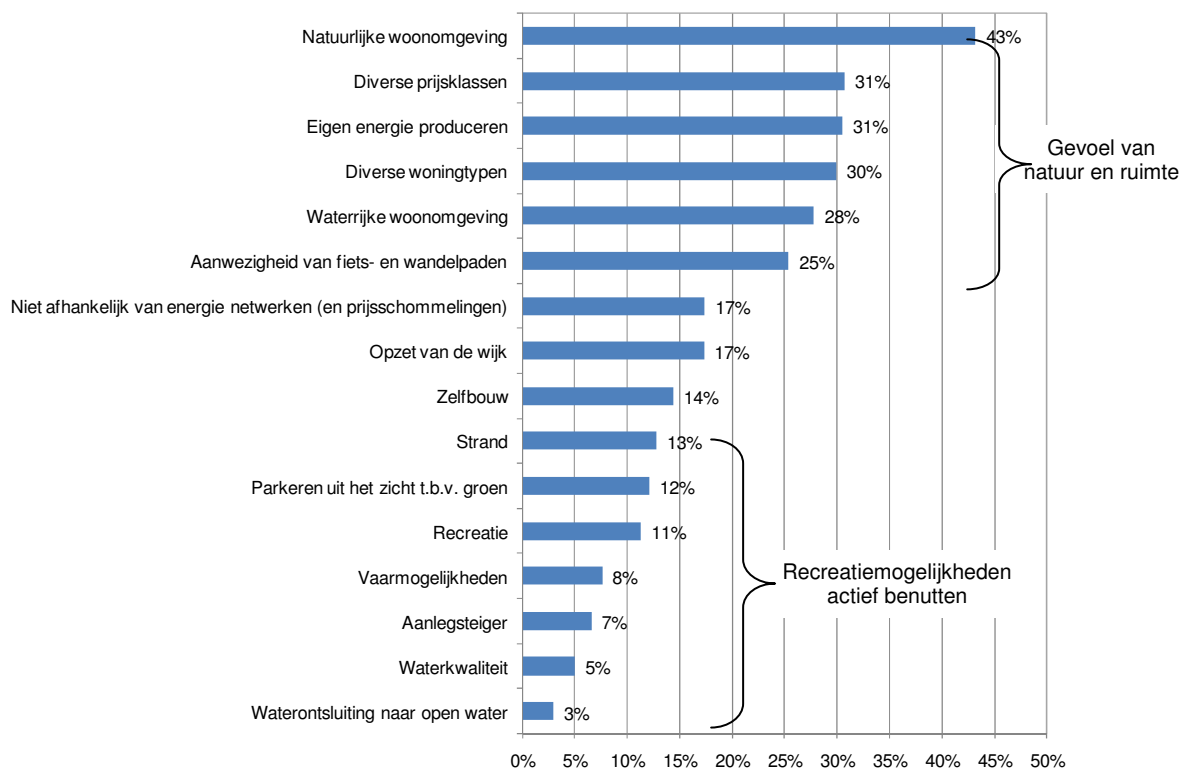
3 De potentiële doelgroep

De potentiële doelgroep voor Waterrijk wordt gevormd door mensen die de plannen voor Waterrijk, na informatie te hebben gekregen over de locatie, als een beetje tot zeer aantrekkelijk beoordelen.

3.1 De potentiële doelgroep over Waterrijk

De potentiële doelgroep is gevraagd hoe zij een aantal deelaspecten van het project Waterrijk beoordelen, figuur 4 geeft de meest aantrekkelijke kenmerken van Waterrijk weer volgens de doelgroep.

Figuur 4: Aantrekkelijkheid van aspecten van het plan volgens de potentiële doelgroep



De Unique Selling Points van Waterrijk zijn het wonen in een natuurlijke en waterrijke omgeving. De figuur laat zien dat voor het merendeel van de doelgroep aspecten die leiden tot een gevoel van natuur en ruimte het meest aantrekkelijk zijn aan de plannen van Waterrijk. Slechts bij een beperkt deel van de doelgroep gaat het om een actieve benutting van de recreatiemogelijkheden in de omgeving. Dit wil echter niet zeggen dat men hier negatief tegenover staat maar het is voor hen minder van belang.

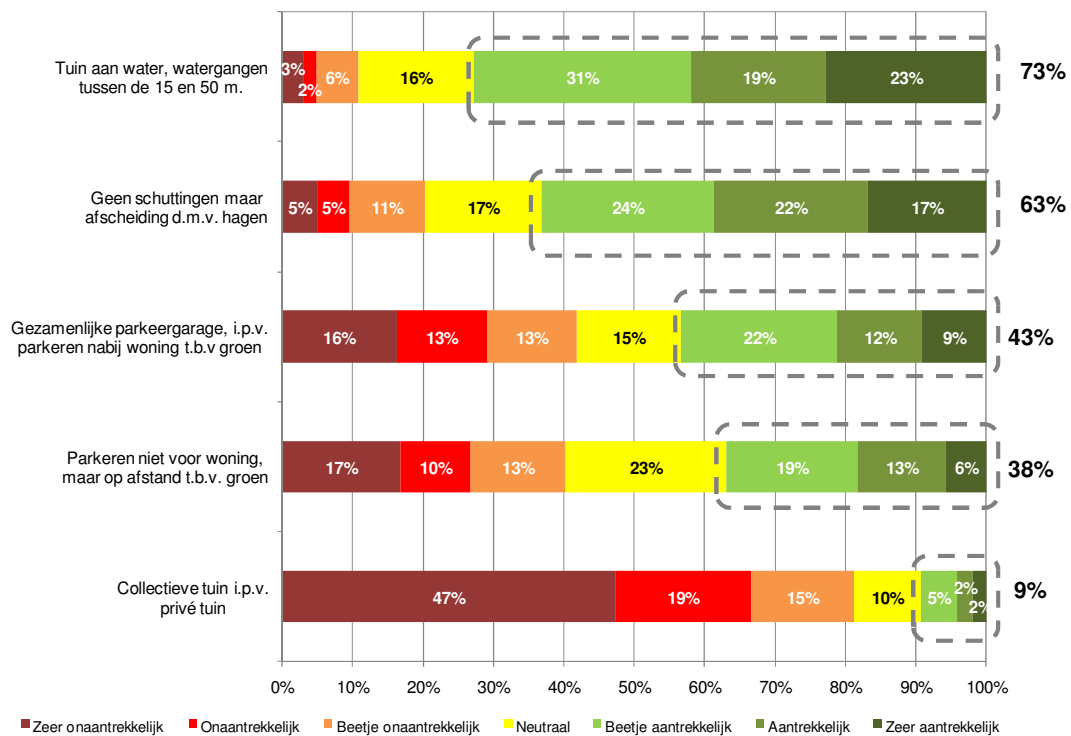
3.2 Waterrijk: wonen in een natuurlijke omgeving maar met de stad binnen handbereik

Wij adviseren om Waterrijk te positioneren als een bijzondere locatie dichtbij de stad waar mensen in rust, natuur en ruimte kunnen leven.

3.3 Wensen van de potentiële doelgroep

In het plan Waterrijk is veel aandacht voor de beleving van groen en water, dit wordt zeer gewaardeerd door de mensen. Deze beleving kan versterkt worden door een aantal maatregelen. Deze maatregelen zijn aan de potentiële doelgroep voorgelegd met de vraag hoe aantrekkelijk zij dit vinden, de resultaten hiervan worden in figuur 5 weergegeven.

Figuur 5: Aantrekkelijkheid maatregelen t.b.v. groen en water



Maatregelen waarbij de consument zelf geen ruimte in hoeft te leveren worden als aantrekkelijk ervaren (tuin aan het water en erfafscheidingen middels hagen i.p.v. schuttingen). Maar als het gaat om het inleveren van parkeerruimte of een tuin bij de woning dan staat men hier beduidend minder positief tegenover. We achten het van belang om indien deze maatregelen worden doorgevoerd, dit verder met de doelgroep zelf uit te werken.

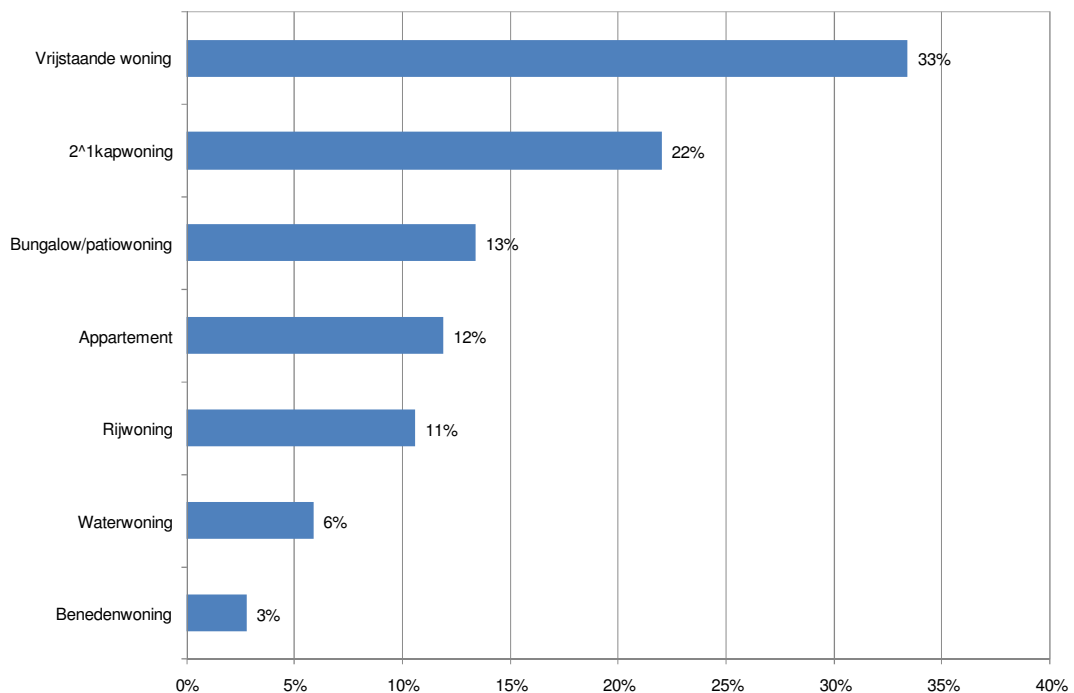
Het is aan te raden om de kavels vloeiend over te laten gaan in het openbaar gebied, zodat deze een landschappelijke uitstraling hebben.

Wat architectuur betreft heeft de doelgroep een duidelijke voorkeur voor de traditionele en klassieke architectuur stijl. Het is aan te bevelen om hiermee rekening te houden in de verdere ontwikkeling van het plan.

3.4 Doelgroep vraagt om bungalow en patiowoningen

In onderstaande figuur is te zien dat de vraag naar vrijstaande woningen en tweekappers het grootst is. Het woningprogramma dient daarom hoofdzakelijk te bestaan uit deze woningtypen.

Figuur 6: Gevraagde woningtypes



Daarnaast blijkt er een grote vraag naar bungalow en patiowoningen. Deze zijn nog niet opgenomen in het huidige woningbouwprogramma maar wij raden dit zeker aan. Het woningbouwprogramma dient verder aangevuld te worden met appartementen en

rijwoningen. Daarnaast is er ook ruimte voor een aantal bijzondere waterwoningen, echter niet teveel, dit is een niche markt.

3.5 Voorzichtigheid in de hogere marktsegmenten

Als we de gewenste prijs die de doelgroep wil betalen voor een woning vergelijken met de voorziene prijszetting van de diverse woningen in Waterrijk, dan valt op dat de prijsstelling van de appartementen, rijwoningen, geschakelde woningen en herenhuizen aansluit bij de prijs die de doelgroep wenst te betalen. Echter de huidige prijsstelling van de tweekappers en vrijstaande woningen ligt een stuk hoger dan dat de doelgroep wenst te betalen. De huidige marktomstandigheden vragen om voorzichtigheid in de hogere segmenten.

3.6 Flexibiliteit inbouwen in het woningbouwprogramma

Uit het voorgaande blijkt dat het van belang is voldoende flexibiliteit in de programmering in te bouwen zodat de plannen telkens goed aansluiten op de vraag van de doelgroep.

3.7 Zelf bouwen

Particulier opdrachtgeverschap wordt vooral gewenst door mensen met een voorkeur voor een vrijstaande woning en de bungalow/patiowoning. De mensen met de voorkeur voor een bungalow/patiowoning zijn daarnaast relatief vaak geïnteresseerd in collectief opdrachtgeverschap.