

inbo

Geeresteinselaan 57
Postbus 57
3930 EB Woudenberg

T +31 (0)33 286 81 50
F +31 (0)33 286 34 14

info@inbo.com
www.inbo.com

inbo b.v.
Woudenberg
Handelsregister Amersfoort
31026236

Zenderink

*Ruimte, privacy en zeggenschap op de rand van het Twentse
landschap en Wierden*



Opdrachtgever	Gemeente Wierden Postbus 43 7640 AA WIERDEN
----------------------	---

Inhoudsopgave

1	Achtergrond en vraagstelling	3
2	Advies	6
2.1	Advies op hoofdlijnen.....	6
2.2	Advies randvoorwaarden: doelgroepen, wensen en concept.....	9
2.3	Advies randvoorwaarden: afzet, fasering en marketing.....	13
3	Locatiekwaliteiten in beeld	16
4	Vraaganalyse	19
4.1	Wensen voor de woning.....	20
4.2	Wensen voor het woonmilieu.....	26
4.3	Bewoordeling huidige opzet concept Zenderink.....	27
4.4	Profiel van de doelgroep	31
5	Aanbodanalyse	36
5.1	Analyse transacties naar type en prijs.....	36
5.2	Analyse doorstroomdata herkomst kopers	38
I	Aanvullende grafieken en tabellen en enquête en aanbodanalyse.....	40
II	Samenvatting interviews	56
III	Toelichting Inbo Soulife© Leefstijlen en Woonmilieus	59

1 Achtergrond en vraagstelling

De gemeente Wierden ontwikkelt in samenwerking met Hegeman Bouwontwikkeling, Groothuis Projecten II, Hegeman BV en WSH Bouw BV de woninglocatie Zenderink. De locatie richt zich op de bovenkant van de markt; met 100 woningen voornamelijk in het vrijstaande segment en kavels van circa 400-600 m² en groter. De plannen voor het gebied bestaan uit twee delen:

1. Het westelijke deel met een open es met kleinschalige bebouwingsclusters met daartussen groene zones (Op de Es).
2. Het oostelijke deel dat aansluit op het bestaande coulissenlandschap met groene kamers waarbinnen kleinschalige woonerven liggen (De Coulissen).

Sleutelwoorden zijn groen en ruimte.



Het concept voor Zenderink is daarnaast autoluw, duurzaam en natuurvriendelijk en sluit qua sfeer aan bij het omringende Twentse landschap. Uitgangspunt is om vooral voor de lokale behoefte te bouwen.

Vraaggestuurd bouwen essentieel

Zenderink moet de moeite waard zijn voor de steeds kritischer wordende consument; de consument moet verleid worden door de kwaliteiten die Zenderink te bieden heeft. Consumentgericht en vraaggestuurd bouwen is daarom essentieel. Het plan moet daarnaast voldoende toekomstkwaliteit hebben en recht doen aan de kwaliteiten van het Twentse landschap. De twee centrale vragen die wij voor u beantwoorden met ons advies luiden als volgt:

- Wat zijn de randvoorwaarden voor succesvolle ontwikkeling van Zenderink vanuit de woonwensen op de lokale markt?
- Wat zijn de randvoorwaarden voor succesvolle ontwikkeling van Zenderink als het gaat om prijsniveaus en fasering (afzet)?

Deelvragen die wij voor u beantwoorden zijn:

- Welke leefstijlgroepen voelen zich aangetrokken tot de locatie en de plannen voor Zenderink?
- Wat zijn de kenmerken van deze leefstijlgroepen?
- Welke woonwensen hebben deze leefstijlgroepen?
- In hoeverre komen de kenmerken en wensen van deze leefstijlgroepen overeen met die van de mensen die de afgelopen jaren in Wierden een vergelijkbare woonwens hebben gerealiseerd?
- Welke afzet kan verwacht worden op basis van de huidige plannen?
- In welke volgorde kunnen de kavels en woningen het best aangeboden worden en wanneer kan daar het best mee gestart worden?
- Welke minimale en maximale prijsniveaus zijn haalbaar?
- Zijn er optimalisatiemogelijkheden voor het plan?
- Op welke wijze kan de marketing van de locatie Zenderink het beste worden ingestoken?

Definitie zeggenschap: inspraak

In ons advies speelt zeggenschap een belangrijke rol. De definitie van zeggenschap sluit aan bij de definitie gehanteerd in de enquête: inspraak in ontwikkeling, keuze van aannemer, architect, vormgeving, oriëntatie van de woning, afwerking enz. Het gaat in dit geval niet over het gezamenlijk beheren van de te ontwikkelen wijk.

Leeswijzer

In hoofdstuk 2 leest u de kern van dit rapport: ons advies. In hoofdstuk 3 gaan wij in op de verleidende kracht van Wierden en Zenderink als locatie. De consument en haar wensen staan centraal in hoofdstuk 4. Hier leest u de uitkomsten van de enquête en interviews die zijn uitgevoerd voor dit advies. Tenslotte analyseren wij in hoofdstuk 5 de ontwikkelingen op de lokale en regionale woningmarkt in het hogere segment. Wij maken hierbij onderscheid tussen de geografische gebieden 'kern Wierden' (bebouwde kom kern Wierden), 'Omgeving Wierden' (vanaf de bebouwde kern Wierden tot een straal van 15 kilometer rondom de bebouwde kom Wierden), de 'regio Twente' (conform indeling samenwerkingsverband) en 'buiten de regio' Twente.

In dit advies wordt gewerkt met het Inbo Soulife© model. Dit is een model om het vraagpotentieel te berekenen en te vertalen naar leefstijlen (vraag) en woonmilieus (aanbod). In bijlage 3 staat een uitgebreide toelichting op het model en de samenhang tussen de modules voor vraag en aanbod.

2 Advies

2.1 Advies op hoofdlijnen

Uw vraag

Wat zijn de randvoorwaarden voor succesvolle ontwikkeling van Zenderink vanuit de woonwensen op de lokale markt?

Ons advies

Uw concept voor Zenderink voldoet in grote mate aan de lokale vraag en biedt een onderscheidend woonmilieu dat woonkwaliteit toevoegt aan Wierden. Ons advies richt zich vooral op kansen voor optimalisatie in kwaliteit en afzetzekerheid. Op basis van de woonwensen uit de enquête en de interviews zijn de volgende randvoorwaarden noodzakelijk voor succesvolle ontwikkeling:

- Het behoud van de ruime en groene opzet van het huidige plan voor Zenderink. Dat past bij de locatiekwaliteiten, het gezochte woonmilieu (Outdoors, Kidz) en verleidt daarom de beoogde leefstijlgroepen.
- Het inspelen op de kernwaarden privacy, vrijheid, rust en ruimte bij de verkaveling waardoor dit effect wordt versterkt en de concurrentie beperkt.
- Het bieden van zeggenschap over de te bouwen woning (keuze aannemer, architect, uitstraling, materiaal enz.) verleidt de doelgroep, past bij de woonmilieus Outdoors en Self Made én biedt meer onderscheidend vermogen.
- Het bieden van zowel kavels als projectbouw bedient de lokale markt optimaal.
- Bij projectbouw de volgende verdeling in woningtypen aan te houden: 35% 2[^]1 kap en 65% vrijstaand (zie grafiek 4.3), dit past het best bij de lokale vraag
- Nagaan in hoeverre er een discrepantie is tussen de beoogde en gewenste kaveloppervlaktes op de Es
- De zuidelijke en noordelijke delen op de Es zouden in onze optiek nog aan kracht winnen als zorggedragen kan worden voor een ontsluiting van binnenuit. Nu schermt de ontsluitingsweg het landschap af van de kavels, waardoor een mooie landschappelijke overgang wordt tegengegaan.
- Het verleiden van de beoogde kritische doelgroep door optimaal in te spelen op de wensen en zo veel mogelijk zeggenschap te bieden.
- Zeggenschap daadwerkelijk een plek te geven in het vervolgtraject. De potentiële bewoners geven aan dat zij zeggenschap in het ontwikkelingstraject van groot belang vinden. Wel willen wij hier de kanttekening maken dat de wens zeggenschap te hebben in de drukke praktijken van de bewoners nogal eens ondergesneeuwd raakt. Wij adviseren daarom een flexibele aanpak in het

in de ontwikkeling betrokken houden van de bewoners. Passend bij hun leefstijlen.

Optimalisatiekansen

- Water (wadi's) een grotere belevingswaarde geven, daarmee wordt het grootste minpunt van het concept volgens de respondenten weggenomen.
- De 'rechtlijnige' opzet van de Coulissen speelser maken (bv. verspringen). Extra aandacht zou in onze optiek ook kunnen uitgaan naar infrastructuur, water en groen in De Coulissen. Om een en ander te realiseren is mogelijk een aantal voorinvesteringen noodzakelijk.
- Het bieden van (mogelijkheden voor) levensloopbestendige wonen.
- Eenheid in verscheidenheid als het gaat om bouwstijl.
- Goede bereikbaarheid van het dorp en het buitengebied via wandel/fietspaden.

Bedreigingen

- Het verplicht stellen van duurzame maatregelen.
- Te veel/te gedetailleerde bepalingen qua beeldkwaliteit voor de te realiseren woningen.

Uw vraag

Wat zijn de randvoorwaarden voor succesvolle ontwikkeling van Zenderink als het gaat om prijsniveaus en fasering (afzet)?

Ons advies

Op basis van de woonwensen uit de enquête en de interviews zijn er de volgende randvoorwaarden voor prijs en fasering:

- Op basis van de huidige plannen (zonder daarbij rekening te houden met concurrentie) is een afzet van 50-75 kavels en 15-25 woningen binnen nu en drie jaar haalbaar. Binnen 1 jaar zijn 20-30 woningen/kavels haalbaar.
- Omdat Zenderink qua locatie en concept de leefstijlgroepen Traditioneel, Comfortzoeker en Landschapper zeer aanspreekt, er een blijvende vraag naar het duurdere segment in Wierden is (ondanks de kredietcrisis) en er een 'stuwmeer' van vraag is omdat er de afgelopen jaren geen vergelijkbare kavels/projecten zijn aangeboden.
- Indien de economie weer aantrekt verwachten wij dat naast de vraag uit de kern Wierden ook de vraag uit de omgeving toeneemt, dit vergroot het vraagpotentieel.

- Biedt een breed segment aan prijsniveaus aan, dat past bij de diversiteit aan leefstijlgroepen.
- Biedt (ruimte voor) diversiteit in architectuur, ook bij projectbouw, dit voldoet aan de lokale vraag.
- Bij projectbouw de volgende verdeling in prijsklassen aan te houden: 65% tot € 350.000, 20% € 350.000 - € 500.000, 15% boven € 500.000 (zie grafiek 4.2), dit past het best bij de lokale vraag.
- Voor de kavels een grondprijs aan te houden van € 275 - € 375 per m²
- Voor de kavels in prijsklassen uit te gaan van 10% tot € 300.000, 35% € 300.000 - € 400.000, 25% € 400.000 - € 500.000, 15% € 500.000 - € 600.000, 10% € 600.000 - € 800.000, 5% € 800.000 - € 1.000.000
- Hanteer een prijsniveau dat concurreert met omliggende gemeenten om de concurrentie te beperken en de vraag binnen en buiten Wierden te optimaliseren. Hiervoor is een nadere concurrentieanalyse nodig. Dit geeft ook beter inzicht in het minimaal en maximaal haalbare prijsniveau;
- De respondenten hebben geen uitgesproken voorkeur voor de fasering van de kavels/projectbouw en een deel van het plan. Wij adviseren u daarom hierin een fasering te kiezen die het best past bij uw vervolgstategie.
- Bij de voorkeur voor prijssegment was een wat sterkere focus zichtbaar. Wij adviseren te starten met focus op middensegment € 400.000 - € 500.000
- Door op korte termijn een beslissing te nemen over de definitieve opzet/doorgang van het project wordt een deel vraagitval voorkomen en wordt de mogelijke concurrentie beperkt. Een goede en heldere communicatie over de inhoud en het verdere proces met de geïnteresseerden is van belang om hun interesse vast te houden.
- De ontwikkeling van Zenderink en Zuidbroek kan tegelijkertijd plaatsvinden omdat zij verschillende locatiekwaliteiten en concepten bieden, en daardoor qua leefstijlgroepen niet concurreren.

Optimalisatiekansen zijn:

- Dat de haalbare prijzen met gemiddeld 10% kunnen stijgen als er optimaal ingespeeld op de woonwensen (zeggen-schap) en de voorkeur voor de ligging van de kavel/woning.
- Het bieden van een langere optietermijn op de woningen/kavels. Een deel van de geïnteresseerden wil eerst hun huidige woning verkopen. Door een langere optie te bieden kunt u de afzet zekerder stellen.

Bedreigingen zijn:

- Dat de gewenste prijs-grootte kavel/woning niet haalbaar blijkt en vanuit financiële overwegingen een substantiële verhoging van het aantal aan te bieden kavels/woningen overwogen wordt;

- Omdat dit vraaguitval van een deel van de beoogde leefstijlgroep betekent en het concept minder onderscheidend maakt.
- Een zorgvuldige overweging op basis van plankwaliteiten, doelgroepen en haalbaarheid (ook in prijs) in dit geval noodzakelijk is.

Met de ontwikkeling van Zenderink bereikt u daarnaast een secundair resultaat: u genereert veel doorstroming op de lokale, Wierdense woningmarkt, waarvan een deel in de huursector (zie bijlage 1, grafiek IV). Hierdoor worden de mogelijkheden voor andere leefstijlgroepen in Wierden vergroot.

2.2 Advies randvoorwaarden: doelgroepen, wensen en concept

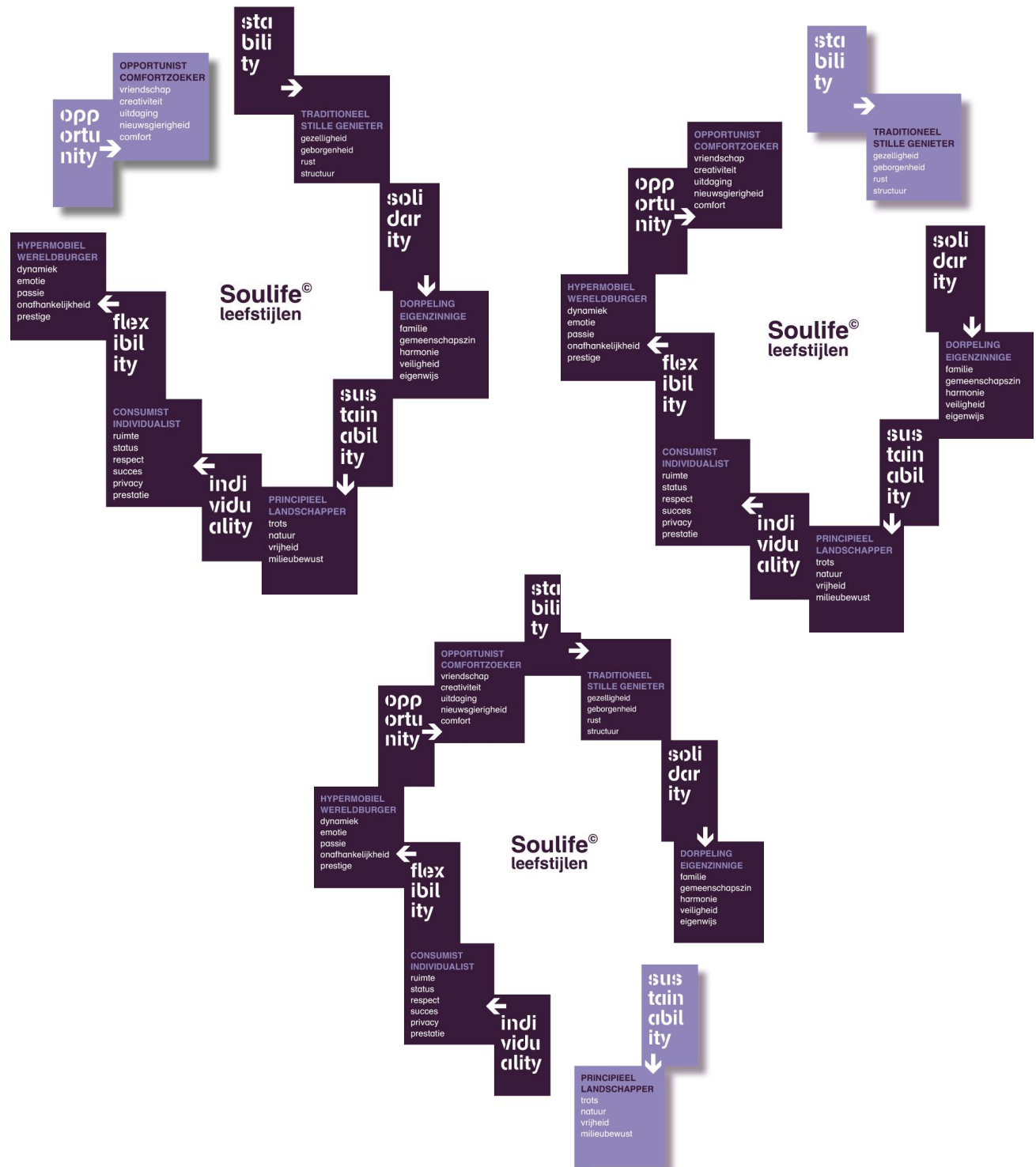
Traditioneel, Landschapper en Comfortzoeker meest verleid door Zenderink

Zenderink is het meest verleidend voor de leefstijlplatforms Stability, Opportunity en Sustainability en specifiek de leefstijlen Traditioneel, Landschapper en Comfortzoeker (voor uitgebreide toelichting Inbo Soulife© Leefstijlen zie hoofdstuk 4 en bijlage 3). De Traditioneel is voornamelijk gericht op zijn gezin. Hij houdt van rust en structuur, maar ook van vriendschap en gezelligheid. Ook voor de Comfortzoeker is het gezin belangrijk. Zij zoeken een constante balans tussen carrière en een gezin, stabiliteit en flexibiliteit. Het gezin moet draaien als een geoliede machine, maar tegelijkertijd is de carrière belangrijk omdat dit zorgt voor een goed inkomen en comfort.

Landschapper heeft ander profiel: vraagt om zorgvuldige positionering doelgroep

De Landschapper heeft een wat andere focus. Voor de Landschapper is de tijd nu gekomen om te genieten van ruimte en rust. Met name oudere mensen die er voor kiezen om de privacy te zoeken op het platteland. De kinderen zijn soms al het huis uit en werken hoeft niet meer, of hoeft niet meer lang. De andere oriëntatie van de Landschapper is terug te zien in figuur 2.1 Het leefstijlplatform Sustainability, waar de leefstijl Landschapper onder valt, is niet gekoppeld aan de platforms Opportunity en Stability. Er zijn minder overeenkomsten tussen deze leefstijlplatforms. Wij adviseren daarom ook om het platform Sustainability/leefstijl Landschapper letterlijk de ruimte te geven om op hun eigen manier te leven door deze meer dan gemiddeld privacy te bieden. Deze behoefte komt ook naar voren uit de kruistabelanalyse waaruit blijkt dat de Landschapper liefst aan de rand van het buitengebied woont of in de Es: de twee gebieden in het plan die de meeste privacy bieden (zie bijlage 1, grafiek VIII). In figuur 2.1 is dit schematisch weergegeven. De genoemde leefstijlgroepen zijn gemiddeld tussen 35 en 60 jaar; de meeste nog met thuiswonende kinderen. Het inkomensprofiel is bovengemiddeld.

Figuur 2.1 Belangrijkste leefstijlplatforms voor Zenderink



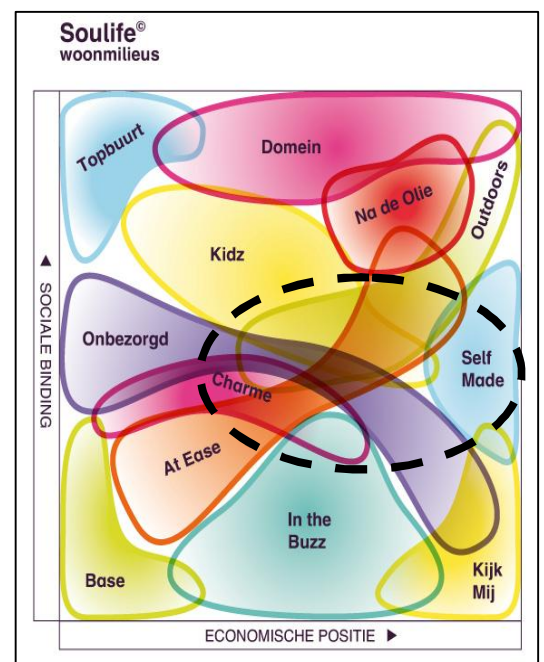
Wens woonmilieu geeft aan dat doelgroep grote stap in wooncarrière wil maken

De woonwensen voor Zenderink richten zich qua woonmilieu in hoofdlijn op de Inbo Soulife© Woonmilieus Outdoors en Kidz (verdere toelichting woonmilieus en verband leefstijlen – woonmilieus zie bijlage 3).

Outdoors: buitenleven

Het buitengebied lonkt voor de mensen die hier willen wonen. Zij zoeken naar een eigen plek. Het groen, de ruimte, de rust: het buitenleven lonkt. Hierdoor is men ook betrokken bij de omgeving, het is immers dé meerwaarde voor hen om hier te gaan wonen. Deze betrokkenheid vertaalt zich niet in de wens om ook zeggenschap en regie hier over te hebben; de bewoners zijn hiervoor te veel individueel georiënteerd

Het gevraagde woonmilieu Outdoors sluit goed aan bij het concept dat ontwikkeld is voor Zenderink vanwege haar ligging aan de rand van het buitengebied temidden van het Twentse landschap en de groene, ruime opzet met de mogelijkheid om echt een eigen plek te creëren die de gevraagde privacy biedt.



Kidz: veilig

Mensen kiezen voor het woonmilieu Kidz om in een rustige, veilige en gezellige wijk hun kinderen op te kunnen voeden. Dit veel voorkomende woonmilieu kenmerkt veel van de uitbreidingswijken vanaf de jaren zeventig: veel grondgebonden woningen, auto voor de deur en kinderspeelplaatsen, grasveldjes om de hoek en verder weinig voorzieningen. Het is er prettig wonen, men kent de burens, maar loopt de deur niet bij elkaar plat.

Dit beoogde woonmilieu past in eerste opzicht in mindere mate bij Zenderink omdat het vaker voorkomt in uitbreidingswijken met hogere dichtheden. Als we echter verder kijken zijn er kwaliteiten die de consument zoekt in Kidz die passen bij het concept voor Zenderink. Door de beoogde verkeersstructuur en ontsluiting bieden de gezochte veiligheid. Veiligheid is door 9% van de respondenten als de belangrijkste kernwaarde gekozen en past daarbij. De ruime opzet gecombineerd met de grootte van de beoogde kavels bieden veel ruimte om te kunnen spelen voor kinderen. Familie en plezier zijn door respectievelijk 6% en 4% van de respondenten gekozen als de belangrijkste kernwaarden. Zenderink speelt daarmee ook in op de wensen voor het woonmilieu Kidz.

Het verschil tussen het huidige woonmilieu en het gewenste woonmilieu laat zien dat deze doelgroep een duidelijke stap vooruit wil maken qua woonkwaliteit. Sleutelwoorden bij deze woonmilieus zijn groen, ruimte, vrijheid, privacy. Iedereen wil kunnen genieten van de kwaliteiten van het Twentse landschap. De ruime opzet en het groene karakter van het plan voor Zenderink, gecombineerd met de ligging, sluit goed aan bij het gezochte woonmilieu.

Het water beleefbaarder te maken

Op dit moment vormt water geen duidelijk onderdeel van het plan. Dit terwijl dit wel gezocht wordt, met name in de Coulissen. De wadi's zijn slechts een deel van de tijd beleefbaar als water. De wadi's worden dan ook het minst gewaardeerd door de respondenten. Tegelijkertijd wordt een groene sfeer met een vijver juist gewaardeerd. Wij adviseren om de wadi's te vervangen door water dat beleefbaar is.

In beeld brengen beoogde en gewenste kaveloppervlakte op de Es

Het is op basis van de planschets niet duidelijk welke grootte de kavels op de Es hebben. Wij vermoeden dat dit redelijk groot is. Binnen de Es ligt de vraag vooral bij kavels tussen 400m² en 650m². Wij adviseren u na te gaan in hoeverre hier sprake is van een discrepantie en indien nodig de verkaveling aan te passen om beter aan te laten sluiten op de vraag.

Effect van ervaringen met realisatie vergelijkbare woonwensen: zeggenschap

Er zijn geen mensen geïnterviewd/geënquêteerd die de afgelopen vijf jaar een nieuwbouwwoning hebben gekocht of zelf een woning hebben gerealiseerd. Wij hebben wel mensen geïnterviewd die langer geleden een nieuwbouwwoning hebben gekocht of zelf een woning hebben gebouwd. De wensen van deze mensen zijn in de loop van de tijd veranderd. Hierdoor willen zij nu graag vrijer wonen. Wat zij meenemen vanuit positieve of negatieve ervaring is dat zij graag zoveel mogelijk zeggenschap willen over hun nieuwe woning.

Wij adviseren u om u, op basis van de woonwensen voor Zenderink, te richten op:

- Bij kavels: 70% kavel tot 650m², 30% kavel tussen 650 en 1000-1200m²;
- Bij projectbouw: 35% 2^e1 kap en 65% vrijstaand (zie grafiek 4.3)
- Zeggenschap: zelf een woning bouwen/veel zeggenschap bij de te bouwen woning;
- Biedt bij projectbouw levensloopbestendige maatregelen als optie aanbieden, bij kavels: de mogelijkheid bieden voor groter woonoppervlak op de benedenverdieping
- Leg bij projectbouw een focus op een moderne en variabele indeling
- Biedt (ruimte voor) diversiteit in architectuur

- Biedt bij de kavels ruimte voor bijgebouwen los van huis, leg bij projectbouw de focus op garage/carport aan woning vast (zie bijlage 1, grafiek XIII)
- Ga uit van een gemiddelde tuin (300m² tot 750m²); waarbij de tuin van de projectbouwwoningen over het algemeen kleiner zijn dan de buitenruimte die overblijft bij de kavels
- Zorg voor voldoende parkeerplaats voor twee eigen auto's
- Onderzoek de mogelijkheden voor centraal parkeren voor bezoekers

2.3 Advies randvoorwaarden: afzet, fasering en marketing

Afzet: 75 tot 100 woningen/kavels binnen drie jaar

Het grootste gedeelte van de vraag manifesteert zich binnen één en drie jaar. Voor een kwart van de respondenten is de termijn van ondergeschikt belang, zij zijn bereid te wachten tot zij hun wensen kunnen realiseren in Zenderink. Grofweg is een afzet van 50-75 kavels en 15-25 woningen binnen een periode van drie jaar haalbaar. Mede omdat er een 'stuwmeer' aan vraag is. Binnen 1 jaar zijn 20-30 woningen/kavels haalbaar. Tijdens de interviews kwam naar voren dat een deel van de geïnteresseerden eerst hun huidige woning wil verkopen. Een langere optietermijn zou deze geïnteresseerden ondersteunen en in die zin afzet zekerder stellen.

Grootste kavels aan de rand van het buitengebied, kleinste aan dorpsrand

Op basis van de kruistabelanalyse adviseren wij u de grootste kavels (met de meeste privacy) aan rand buitengebied te situeren, de middelgrote kavels op de Es en deels aan de rand van het buitengebied, de kleinere kavels in de Coulissen en de kleinste aan de rand van het dorp.

Fasering: starten met focus op middensegment

De respondenten hebben geen uitgesproken voorkeur voor de fasering van de kavels/projectbouw en een deel van het plan. Wij adviseren u daarom hierin een fasering te kiezen die het best past bij uw vervolgstategie. Bij de voorkeur voor prijssegment was een wat sterkere focus zichtbaar. Wij adviseren te starten met focus op middensegment qua prijs, dit sluit het best aan bij de lokale vraag. Binnen 1 jaar richt het grootste deel van de vraag van de respondenten zich op het segment € 400.000 - € 500.000. Vooral de vraag naar de hoogste prijssegmenten ligt iets verder in tijd (zie bijlage 1, grafiek XXV).

Scherpe prijs belangrijk voor consument, wens 50% tot € 400.000

Prijs is een belangrijke afweging voor de geïnteresseerden, al is de wens om zelf te bouwen/zeggenschap en de goede locatie van Zenderink belangrijker. Een prijs die past

bij de wensen en mogelijkheden en voldoende concurrerend is, is belangrijk om de consument daadwerkelijk te verleiden tot aankoop van een kavel/woning. Dit kwam ook naar voren uit de interviews. Op basis van de kruistabelanalyse adviseren wij u bij projectbouw de volgende verdeling in prijsklassen aan te houden: 65% tot € 350.000, 20% € 350.000 - € 500.000, 15% boven € 500.000 (zie grafiek 4.2), dit past het best bij de lokale vraag.

Voor de kavels adviseren wij u, uitgaande van:

- Het te besteden bedrag aan grond en het bouwen van een woning
- De gewenste kavel- en woonoppervlakte
- De verwachte hierbij behorende bouwkosten voor vrijstaande woningen (en bijkomende kosten) waarmee een kwalitatief goede woning gebouwd kan worden

Een (residueel bepaalde) grondprijs variërend tussen € 275 - € 375¹ per m². Hierbij is geen rekening gehouden met de gangbare prijzen in Wierden/omgeving Wierden of concurrentie. Dit prijsniveau past overigens bij de prijsniveaus die de geïnterviewden aangaven als richtlijn.

Zuidbroek geen concurrent: andere doelgroep voor een ander concept

Zuidbroek is geen concurrent voor Zenderink. De locatiekwaliteiten in combinatie met de compacte opzet en de projectbouw zorgt ervoor dat de doelgroep voor Zenderink niet door Zuidbroek verleid wordt. Zuidbroek biedt een ander woonmilieu met andere woonproducten dan Zenderink biedt, waardoor zij verschillende leefstijlgroepen aantrekken en niet concurreren. Overigens is het realiseren van een woonmilieu zoals in Zenderink in de volgende fasen van Zuidbroek is vanuit de markt geen logische optie. De locatie biedt onvoldoende rust en ruimte om met een vergelijkbaar concept hetzelfde gevoel en sfeer op te wekken als in Zenderink. Het concept voor Zenderink op de locatie Zuidbroek sluit daarmee onvoldoende aan op de locatiekwaliteiten en speelt niet in op de wensen van de zo kritische doelgroepen.

Marketing: gebruik verleidende kernwaarden en zeggenschap

Om de doelgroepen voor Zenderink te verleiden adviseren wij u om de volgende kwaliteiten te vermarkten om de doelgroep optimaal aan te spreken:

- Privacy, vrijheid, rust en ruimte te midden van het groene Twentse landschap;
- Met de voorzieningen van Wierden om de hoek;
- Op uw eigen manier ingevuld (zeggenschap);

¹ Dit advies is tot stand gekomen op basis van een kruistabelanalyse van de vraag en het advies van een planeconoom van Inbo Adviseurs

- Voor een scherpe prijs-kwaliteit verhouding (indien u dat waar kunt maken binnen de context van de lokale woningmarkt).

De genoemde kernwaarden sluiten aan bij de kernwaarden die de consument zoekt. Dit in combinatie met de meest gewenste locatie door de consument en zeggenschap is de optimaal verleidende boodschap. Omdat zeggenschap het meest verleidend is voor de respondenten die binnen 1 jaar een woning zoeken (zie bijlage 1, grafiek) adviseren wij u daar in het eerste jaar daar de focus op te leggen. In het tweede jaar is het raadzaam een eventuele scherpe prijs-kwaliteit verhouding sterker te vermarkten.

Duurzaamheid heeft bij de marketing geen specifieke toegevoegde waarde maar is in algemene zin ook geen 'dissatisfier'. Een groot deel van de consument is echter wel bereid extra te betalen/investeren in duurzaamheid. Duurzaamheid is daarom goed te gebruiken in de marketing naast de hierboven geadviseerde drie sterkste pijlers.

Geïnteresseerden pro-actief benaderen en informeren over mogelijkheden voor zeggenschap

Wij adviseren u de mensen die zich als geïnteresseerde hebben aangemeld persoonlijk aan te schrijven, het project op Funda te plaatsen en bij de locatie zelf borden te plaatsen met daarop een goede sfeerimpressie van het woonmilieu dat aangeboden wordt. Omdat zeggenschap en vrijheid in ontwerp belangrijke verleidende factoren zijn, adviseren wij u de mogelijkheden verder te inventariseren zodat u duidelijkheid kunt geven over de mogelijkheden als u de kavels/woningen daadwerkelijk gaat aanbieden.

Samengevat zijn wij van mening dat de locatie en uw voorgenomen plan voldoende kwaliteiten biedt om Zenderink succesvol te ontwikkelen waarbij een voortzetting van de goede samenwerking tussen alle betrokkenen essentieel is.

Het vervolg: bindt (reeds geïnteresseerde) potentiële kopers aan Zenderink

Wij adviseren u om op korte termijn beslissingen te nemen over Zenderink om vraaguitval te voorkomen en de concurrentie te beperken. Wij hebben de geïnterviewden gevraagd of zij met u zouden willen meedenken over eventuele uitwerkingsvragen en zonder uitzondering antwoordden zij 'ja'. Wij adviseren u deze betrokkenheid te benutten. Het mes snijdt voor u aan twee kanten: u kunt het plan verder 'op maat maken' en u blijft potentiële kopers aan u binden. Gezien de grote opkomst bij een eerdere bijeenkomst voor Zenderink verwachten wij dat deze groep meedenkers groter kan worden. U kunt hen de rol geven van 'ambassadeurs' van Zenderink. Dit vergroot de betrokkenheid.

3 Locatiekwaliteiten in beeld

Kansen

- Dorpse karakter Wierden en sociale binding verleidt consumenten op lokale woningmarkt.
- Relatief hoog inkomensniveau Wierden: doelgroep Zenderink is op de lokale woningmarkt relatief sterk aanwezig.
- Zenderink is een toplocatie: beste van landelijke leven, dorps voorzieningen en goede ontsluiting per auto en openbaar vervoer.

Bedreigingen

- Sfeer centrum Wierden is niet optimaal.
- Concurrentie van andere projecten voor de lokale markt (hogere segment) en bestaande vrijstaande woningen in het buitengebied/rand kleine kernen

Aantrekkelijk dorps karakter met stad om de hoek²

Wierden biedt dorps charme met grotere steden als Almelo en Enschede in de nabijheid. Deze plaatsen zijn goed bereikbaar vanuit Wierden door de ligging aan de A35, de nabijheid van de A1 en station Wierden. Ook per fiets is Wierden goed ontsloten. Stadse voorzieningen zijn snel te bereiken. Wierden heeft zelf ook een goed voorzieningenniveau. In het centrum is zowel de lokale bakker en bloemist als grotere ketens als Kruidvat en Scapino te vinden.



Sfeer centrum niet optimaal

In onze beleving mist het centrum mist echter wat sfeer en samenhang; het straalt niet de charme uit die eigenlijk past bij het woonmilieu dat Wierden biedt. Er zijn

² Uit de enquête blijkt dat dit dorps karakter gecombineerd met de goede ontsluiting per auto/OV en de nabijheid van groen en bos het meest verleidend zijn aan wonen in Wierden.

bijvoorbeeld redelijk weinig horecavoorzieningen, die een centrum dat bruisende karakter kan geven. Dat kan Wierden als woonplaats minder verleidend maken ten opzichte van bijvoorbeeld Oldenzaal. Er wordt gewerkt aan een nieuw centrumplan dat de concurrentiepositie van Wierden gaat versterken. Het centrumplan moet het centrum meer gezelligheid en allure geven wat Wierden als woonplaats nog aantrekkelijker zal maken. Dit zou de vraag van buitenaf voor Zenderink kunnen verhogen.



Verleidend woonmilieu: snufje luxe voor hogere inkomens

Wierden biedt duidelijk een ander woonmilieu dan Almelo. Wierden is dorps (wij sluiten hiermee aan bij de term die de geïnterviewden gebruiken voor Wierden) en heeft daarbij een eigen karakter. Het is ruim opgezet en er zijn veel grondgebonden woningen waarvan een aanzienlijk deel vrijstaand. Er is ruimte voor variatie in bebouwing door de ruimte die in het verleden is gegeven voor particulier opdrachtgeverschap. Een deel daarvan is echt luxe te noemen: grote kavels, luxe villa's of oude Twentse boerderijen. Dat Wierdenaren redelijk vermogend zijn is ook te zien aan het inkomensniveau van Wierden. Dat ligt 23%³ boven dat van Almelo, en ook 10% boven het Nederlandse gemiddelde. Ook zijn er beduidend meer huishoudens met een hoog inkomen. De doelgroep voor het luxe segment dat Zenderink beoogt is dus bovengemiddeld aanwezig.

Wierden geliefde woonplaats: potentie voor grote lokale afzet

Het dorpse karakter zit niet alleen in de fysieke kenmerken maar ook in de sociale. Mensen hebben tijd voor een praatje bij de bakker en sommigen wonen van oudsher in

³ Gemiddeld besteedbaar inkomen per huishouden, 2006, CBS

Wierden en kennen veel mensen in het dorp. Een deel van de mensen heeft ook echt 'roots' in Wierden. De fysieke en sociale dorpse kwaliteiten van Wierden zorgen ervoor dat mensen graag in Wierden wonen en willen blijven wonen. Wierden heeft een sterk imago als prettige woongemeente (dit beeld werd bevestigd in korte gesprekken op straat en de interviews). Er is daarom een goede potentie om de kavels/woningen aan Wierdenaren zelf en vestigers te verkopen.

Zenderink: toplocatie waar platteland beleefd kan worden met het dorp om de hoek

Zenderink ligt aan de noordwestzijde van Wierden. De locatie grenst grotendeels aan het buitengebied. Het platteland kan letterlijk beleefd worden. Wandelend of met de fiets kan meteen genoten worden van de natuur rondom Zenderink. Aan de zuidzijde grenst de locatie aan de bebouwde kom en woonwijk Het Loo; hier is ook een kleine supermarkt. De zuidelijke punt van de locatie ligt niet ver van twee industrieterreinen (Het Kluinveen, Violenhoek), dichtbij het station. Doordat in de nabije toekomst een tunnel onder het spoor doorkomt is het centrum van het dorp nog beter te bereiken vanuit Zenderink. Zenderink biedt dus het beste van twee werelden: rust en ruimte met voorzieningen om de hoek. Het is een toplocatie, ook volgens velen van de geïnterviewden.

SWOT Locatiekwaliteiten

Sterk	Zwak
▪ Dorpse karakter ▪ Goed imago Wierden ▪ Goede ontsluiting OV/auto ▪ Goed voorzieningenniveau ▪ Groen en bos in directe omgeving ▪ Relatief hoog aandeel hoge inkomens in Wierden ▪ Ligging Zenderink aan de rand van Wierden, bij groen	▪ Perifere ligging Wierden in Nederland ▪ Ligging zuidelijke punt nabij bedrijventerreinen ▪ Verzwakken concurrentiepositie Wierden door sfeer centrum
Kans	Bedreiging
▪ Richten op lokale behoefte ▪ Aansluiten bij variatie en dorpse karakter Wierden ▪ Aansluiten bij groene en landelijke karakter van de locatie	▪ Concurrentie van nieuwbouw/kavels in kleinere kernen Wierden ▪ Concurrentie van vrijliggende kavels buitengebied/vrijstaande woningen buitengebied

4 Vraaganalyse

Kansen

- Bij particulier opdrachtgeverschap én projectbouw zeggenschap bieden.
- Combinatie kavels en projectbouw voor optimaal inspelen op de markt.
- Locatiekwaliteit 'buitenleven met dorp om de hoek' bieden en vermarkten.
- Behouden ruime opzet en groene karakter uit huidige plan.
- Inspelen op kernwaarden vrijheid, privacy, rust en ruimte.
- Inspelen op vraag naar vrijstaande woningen bij kavels en sterkere vraag naar 2^e kap bij projectbouw
- Aansluiten bij de breedte van de vraag qua prijscategorie.
- Bij kavels ruimte bieden voor bijgebouwen los van huis, bij projectbouw focus leggen op garage/carport aan woning vast
- Sterke voorkeur voor Zenderink.
- Potentieel doorstroomeffect Zenderink op lokale woningmarkt zeer groot, met name in Wierden ten noorden van de spoorlijn
- Beperkte invloed kredietcrisis op verhuiscapaciteit hogere inkomens.
- Optimalisatie leefbaarheid water, met name in de Coulissen
- Optimalisatie van de rechtlijnige opzet van de Coulissen.
- Onderzoek naar mogelijkheden voor centrale parkeerplaats voor bezoekers

Bedreigingen

- Kritische doelgroep met relatief veel keuzevrijheid: niet zomaar te verleiden.
- Beperkingen in zeggenschap (bv. type woning, soort dak, materiaalgebruik).
- Duurzaamheid als pijler verleidt consument niet substantieel meer.
- Duurzaamheid zonder keuzevrijheid.
- Verkaveling die onvoldoende uitgaat van kernwaarden vrijheid en privacy.
- Te lang wachten (2011) met besluitvorming/duidelijkheid over plan, dit zorgt voor vraaguitval en vergroot de kans op concurrentie

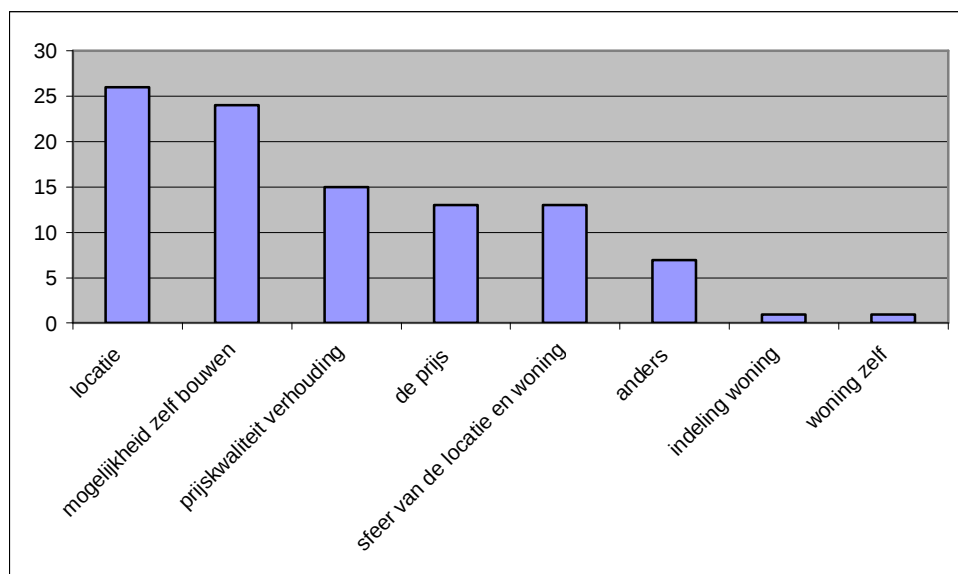
In de volgende paragrafen analyseren wij de vraagzijde. Hierbij zijn de uitkomsten van de enquête en interviews gecombineerd. In bijlage 1 vindt u aanvullende grafieken en tabellen uit de enquête, in bijlage 2 vindt u een samenvatting van de interviews.

4.1 Wensen voor de woning

Driekwart voorkeur voor kavels, een kwart voor projectbouw

Ruim driekwart (77%) heeft een voorkeur voor het kopen van een kavel. Deze voorkeur komt vooral voort uit de wens om zelf zeggenschap te hebben over de toekomstige woning en directe woonomgeving. De respondenten willen daarbij zowel invloed op de keuze van de architect als de bouwer. Ook als de voorkeur uitgaat naar een 'kant-en-klare woning' willen de respondenten veel inspraak hebben op de vormgeving en indeling (22%). Het is dan ook niet opvallend dat zeggenschap na de locatie de belangrijkste afweging is bij het kopen van een nieuwe woning. Het beeld uit de enquête werd bevestigd in de interviews. Een groot deel van de geïnterviewden is niet langer geïnteresseerd in Zenderink als zij niet zelf een woning bouwen/zeggenschap hebben.

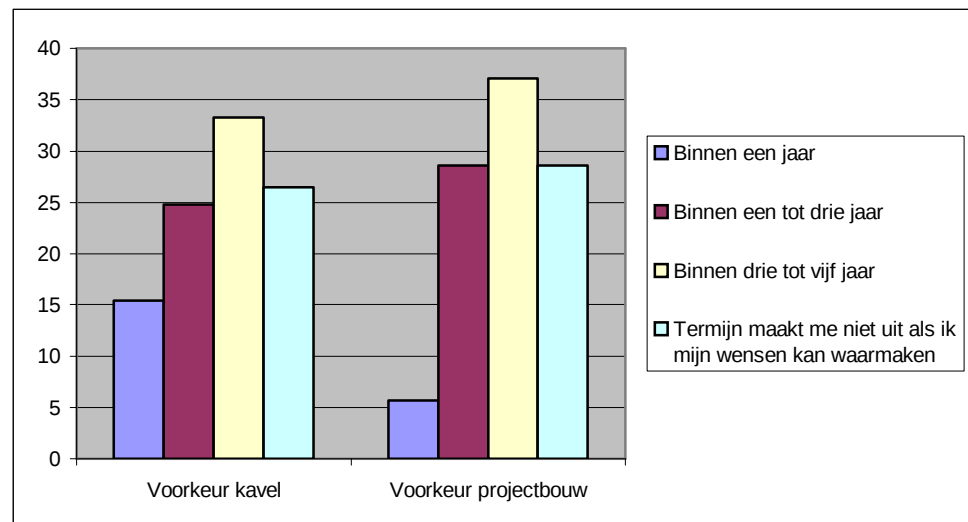
Grafiek 4.1 Belangrijkste factor bij kopen nieuwe woning/kavel in %



Vraag verspreid in tijd, binnen 1 jaar 20-30 woningen/kavels in verhouding 50/50

Zowel de vraag naar kavels als de vraag naar projectbouw is redelijk verspreid in tijd. Maar liefst 27% van de geïnteresseerden in een kavel én projectbouw heeft aangegeven dat de termijn niet uitmaakt zolang zijn hun wens maar kunnen waarmaken: zij willen op ieder moment instappen. Dit in combinatie met de gefaseerde vraag betekent dat er uitgegaan kan worden van een totale geleidelijke fasering: 20-30 woningen en/of kavels per jaar (uitgaande van circa 100 kavels en/of woningen). Er is gezien de vraag (binnen 1 jaar en mensen die geen voorkeur hebben voor termijn) voldoende ruimte om binnen 1 jaar een goede start te maken met 20-30 woningen/kavels in de verhouding 50% / 50%.

Grafiek 4.2 Fasering vraag in tijd naar voorkeur kavels en projectbouw in %



Ervaringen uit het verleden hebben effect op wensen in het heden

Hierbij spelen ervaringen uit het verleden een belangrijke rol. Een deel van de geïnterviewden heeft eerder zelf hun woning gebouwd en dat is goed bevallen. Het huis is echt op maat en het is qua kosten ook nog aantrekkelijk. Dat maakt het tevens een goede investering omdat het waarde creëert voor het gezin. Een ander deel heeft eerder een woning van een projectontwikkelaar gekocht en heeft toen een beperking in keuzevrijheid gehad die zij nu niet willen als zij opnieuw verhuizen. Zij willen zelf het woningtype, de architectuur, afwerking ed. bepalen.

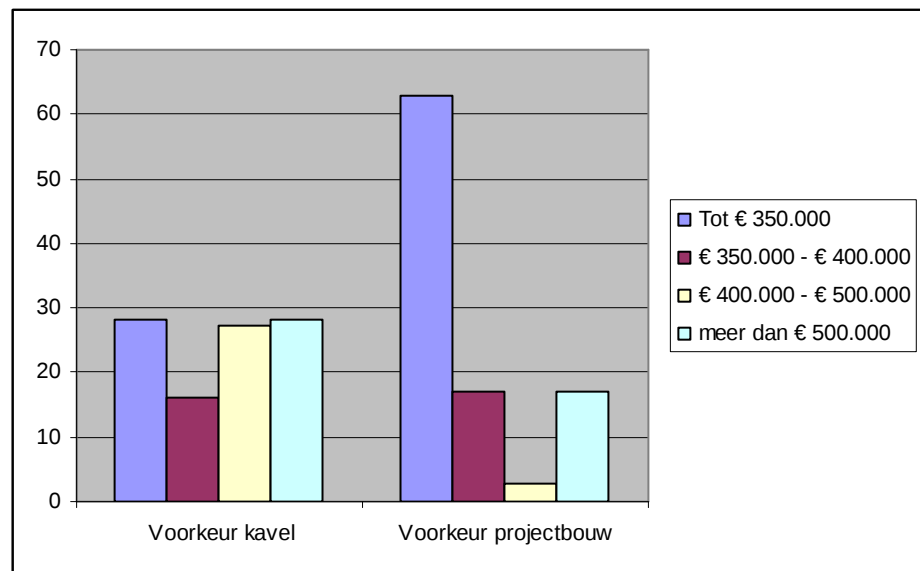
75% zoekt tot maximaal € 500.000

Drie op de vier respondenten wil maximaal € 500.000 uitgeven aan een nieuwe woning. Hierbij ligt de nadruk op het segment € 400.000 - € 500.000. Er is ook interesse in duurdere kavels/woningen al is deze beduidend kleiner. De meeste respondenten denken hun wensen te realiseren voor een maandlast tussen € 1.000 € 1.500.

Gewenst prijssegment hoger bij kavels dan bij projectbouw

Er is een duidelijk verschil in voorkeur voor prijs tussen de respondenten die een kavel en een kant-en-klare-woning willen kopen. Bij de projectbouw richt ruim 60% van de vraag zich op het segment tot € 300.000, bij de kavels is minder dan de helft van de vraag.

Grafiek 4.2 Voorkeur prijscategorie in % naar voorkeur kavels en projectbouw



Logisch verband tussen te besteden bedrag en gewenste kavelgrootte

Als we kijken naar de gewenste kavelgrootte is relatie tot de prijs is er grotendeels een logisch verband zichtbaar: naarmate de gewenste prijs hoger is is ook de gewenste kavel groter (zie bijlage 1, grafiek XIV). Hierin is de consument dus realistisch. Van de mensen die een kavel van maximaal 400m² willen, wil 95% niet meer dan € 350.000 spenderen.

Ruime vrijstaande woning populairste woningtype, respondenten met voorkeur projectbouw zoeken vaker 2¹ kap woning

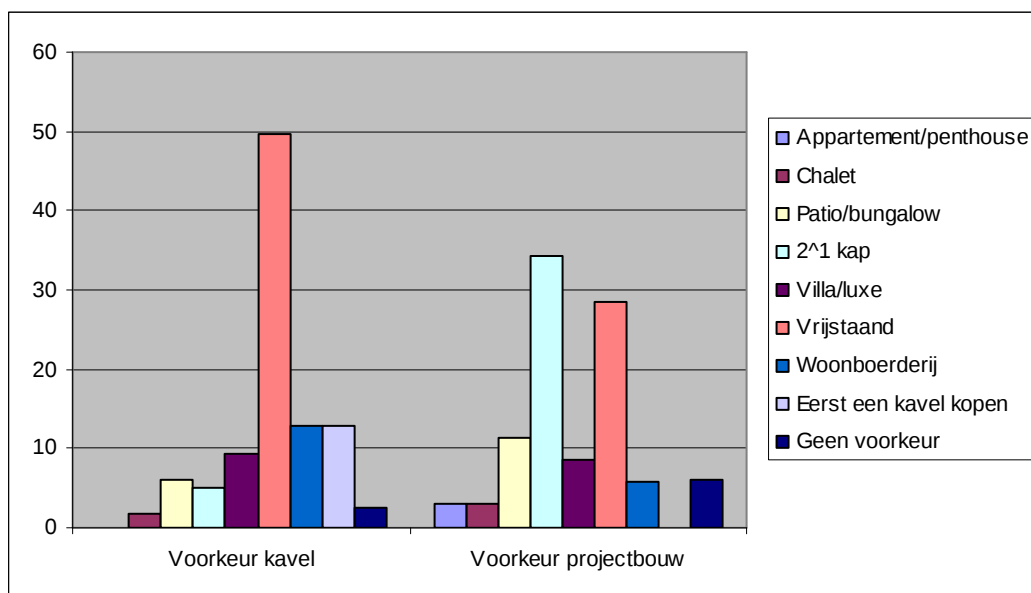
Een vrijstaande woning is het populairst (45%) onder alle respondenten. Op afstand volgen een 2¹ kap woning (12%) en een karakteristieke woonboerderij (12%). Hetzelfde percentage heeft nog geen duidelijke voorkeur en wil eerst een kavel kopen voordat zij kiezen voor een bepaald woningtype. De interesse in appartementen is nihil (zie bijlage 1, grafiek IV). De respondenten die voorkeur hebben voor een kavel, hebben niet verrassend een sterkere voorkeur voor een vrijstaand woning. Binnen projectbouw is de voorkeur voor 2¹ kap woningen en voor een patio hoger (zie grafiek 4.3, volgende pagina). Een vrijstaande woning en woonboerderij worden minder gezocht.

Minder uitgesproken voorkeur architectuur

De voorkeur voor architectuur is wat minder uitgesproken. De klassieke architectuur spreekt de respondenten het meest aan (30%) op de voet gevolgd door een moderne, traditionele uitstraling. Een experimentele of Jugendstil architectuur verleidt het minst.

De respondenten die voorkeur hebben voor projectbouw hebben ook geen uitgesproken voorkeur, maar kiezen het meest voor de modern traditionele uitstraling (21%) en jaren '30 stijl (21%), gevolgd door een moderne (15%) en klassieke architectuur (15%). In de interviews kwam naar voren dat de geïnterviewden al een duidelijk beeld hebben van de woning die zij willen kopen/bouwen.

Grafiek 4.3 Voorkeur woningtype in % naar voorkeur kavels en projectbouw



Voorkeur woonoppervlak meest 160-180m²

Ruim driekwart wil een woonoppervlakte tussen 160 en 180 m²/ 460–530 m³. Slechts 15% neemt genoegen met minder dan 140 m². Voor het ruime budget dat deze doelgroep heeft willen zij ook behoorlijk wat ruimte. Ook hier is (enkele uitzonderingen daargelaten) een logisch verband zichtbaar tussen gewenste oppervlakte en prijs: naarmate de gewenste woonoppervlakte toeneemt neemt ook het budget toe. Van de respondenten met een budget van maximaal € 300.000 wil een derde 120-140m² woonoppervlak. Van de respondenten met een budget tussen € 400.000 en € 500.000 wil bijna de helft 160-180m² (zie bijlage 1, grafiek XV).

Mogelijkheid voor levensloopbestendig wonen sterker gewenst bij projectbouw

Bijna de helft van alle respondenten wil de mogelijkheid hebben om een badkamer of slaapkamer op de begane grond te realiseren; 23% vindt dat deze meteen gerealiseerd moeten worden. Bij de mensen met een voorkeur voor projectbouw ligt dit percentage hoger. Zo'n 34% verwacht dat dit al meegenomen is in de te kopen woning (zie bijlage 1, grafiek XIV).

Variabele indeling meest geliefd, bij projectbouw sterkere voorkeur voor moderne indeling

Qua indeling kiest de helft voor een variabele indeling: een woning die naar eigen wens is in te delen door makkelijk te (ver)plaatsen muren/scheidingswanden. Deze wens voor flexibiliteit past bij de wens voor zeggenschap. Bij de respondenten die een voorkeur hebben voor projectbouw is de voorkeur voor een moderne indeling (grote open woonkamer met keuken, slapen op bovenverdieping) groter dan bij de respondenten met voorkeur voor een kavel en ook groter dan de voorkeur voor een variabele woning (zie bijlage 1, grafiek IX).

Liefst bijkeuken met carport, vooral bij projectbouw

Qua bijgebouwen is een bijkeuken met daaraan grenzend een carport of garage het populairst (37%), gevolgd door een garage grenzend aan het huis. Er is hierbij een verschil zichtbaar tussen de respondenten met een voorkeur voor een kavel of projectbouw. De respondenten met voorkeur voor een kavel kiezen vaker voor een aparte garage/schuur. De respondenten met een voorkeur voor projectbouw hebben een beduidend sterkere voorkeur voor een bijkeuken met daaraan grenzend een garage (zie bijlage 1, grafiek XIII).

Liefst parkeren bij eigen woning, bij mensen met voorkeur voor projectbouw echter sterkere voorkeur voor centraal parkeren voor bezoekers

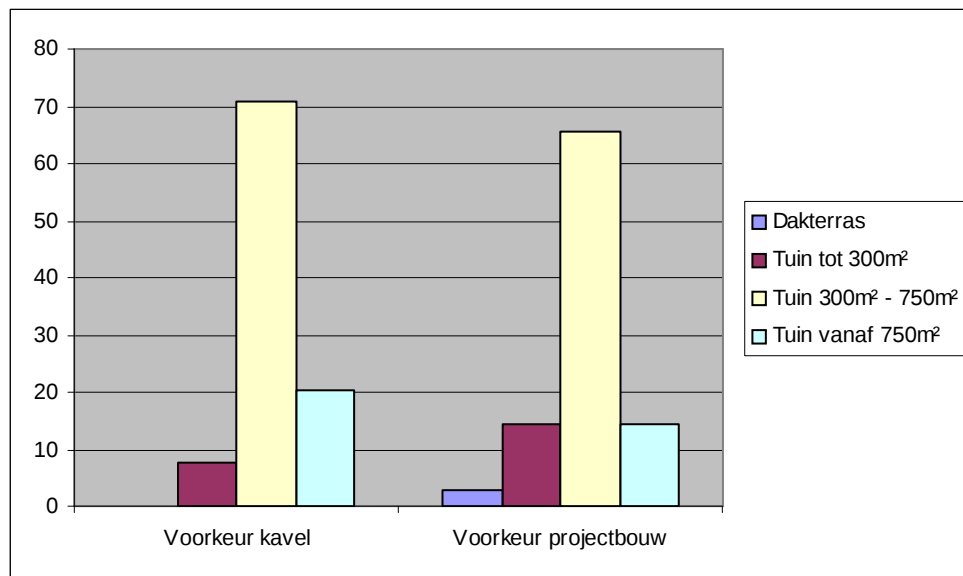
Ongeveer 56% wil graag parkeren bij de eigen woning, 40% wil zijn eigen auto bij zijn huis kunnen parkeren, maar dat bezoekers deze op een centrale plek in de wijk parkeren. Tijdens de interviews was de voorkeur voor alle parkeermogelijkheden bij de eigen woning groter. Uit de kruistabelanalyse blijkt dat de respondenten met een voorkeur voor projectbouw het liefst willen dat de bezoekers centraal parkeren in de wijk (zie bijlage 1, grafiek X)

Ruime tuin met privacy

De respondenten willen het liefst een tuin tussen 300-750m² (65%). Een op de zes wil nog een grotere tuin. Ze gaan het liefst zelf aan de slag in de tuin, waarschijnlijk als deel van het buitenleven; er is weinig animo voor het laten onderhouden van de tuin. In de interviews kwam naar voren dat met deze ruime tuin vooral meer privacy wordt gezocht. Vrij uitzicht, rust en niet kunnen meeluisteren met de burens zijn vaak genoemd als argument.

In algemene zin is willen de respondenten met een voorkeur voor projectbouw een kleinere tuin dan de respondenten met de voorkeur voor een kavel.

Grafiek 4.4 Voorkeur buitenruimte naar voorkeur kavel en projectbouw in %



Duurzaamheid: energieneutrale woning en bereid daarvoor extra te betalen

Duurzaam wonen staat voor bijna de helft van de respondenten voor een energie-neutrale woning. De andere helft is verdeeld over de definitie van duurzaam wonen. Dit varieert tussen extra investeren in zonne- of windenergie tot een woning en woonomgeving die geheel in het teken staat van duurzaamheid. Ruim 85% is bereid extra te betalen voor duurzame maatregelen, al wil de helft daarvan het ook graag binnen afzienbare tijd terugverdienen en zelf bepalen welke maatregelen zij nemen. Dit beeld werd bevestigd in de interviews. De wensen voor duurzaamheid zijn vooral praktisch ingestoken. Het wordt door een deel gezien als een bonus, maar een deel van de geïnterviewden vindt het ook weinig toevoegen. Slechts 1 geïnterviewde gaf aan dat hij alleen geïnteresseerd was om te kopen als de hele wijk duurzaam ontwikkeld wordt.

Consument kritischer over duurzaamheid in lagere prijscategorieën

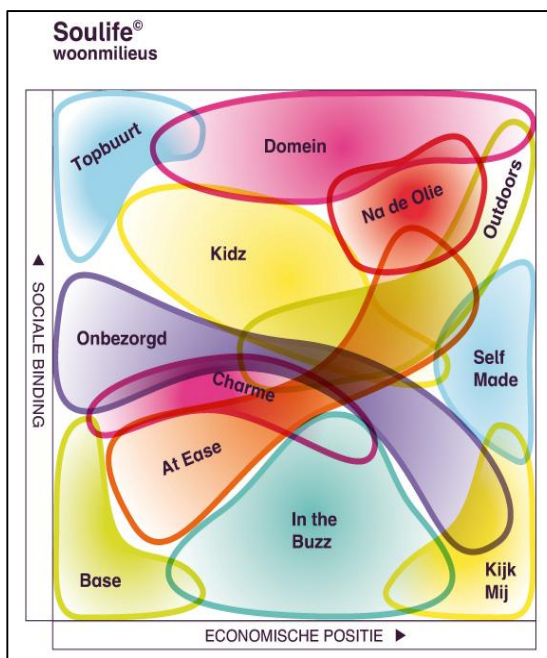
Naarmate het prijssegment waar de respondenten zoeken hoger wordt, wordt de bereidheid om aanzienlijk te investeren in duurzaamheid groter. Naarmate de prijscategorie lager wordt wordt de praktische overweging van terugverdientijd belangrijker (zie bijlage 1, grafiek XIV).

4.2 Wensen voor het woonmilieu

Wens om duidelijke stap in wooncarrière te maken: vooral woonmilieu Outdoors populairder

We zien de wens verschuiven naar meer uitgesproken woonmilieus. Nu woont het merendeel van de respondenten in het woonmilieu Kidz. Als de respondenten een nieuw woonmilieu mogen kiezen is het woonmilieu Outdoors beduidend populairder en wordt gevolgd door Kidz en Self Made. In het woonmilieu Outdoors staat het buitenleven centraal: rust, ruimte en groen. In het woonmilieu Self Made geven de bewoners zelf vorm aan hun fysieke woonomgeving, veelal doordat zij hun eigen kavel hebben gekocht en hier hun huis op realiseren. Een logische keuze gezien het concept voor Zenderink. Uit deze verschuiving wordt duidelijk dat de respondenten een duidelijke stap in hun wooncarrière willen maken: ze willen vooral meer het buitenlevengevoel. Ook wordt er meer gezocht naar individualiteit. Beide wensen sluiten goed aan bij de locatiekwaliteiten en huidige planopzet van Zenderink.

Figuur 4.1 Soulife© Woonmilieus



Tabel 4.1 Verschil huidig/gewenst Soulife© woonmilieu

	Nieuw%	Huidig%	Verschil
In the Buzz	0	1	-1
At Ease	3	6	-3
Base	3	19	-16
Topbuurt	5	7	-2
Kidz	23	32	-9
Charme	4	3	1
Domein	0	0	-
Self Made	15	10	5
Onbezorgd	3	8	-5
Na de Olie	5	2	3
Outdoors	35	15	20
Kijk mij	2	2	-

Groene karakter: speels en open

De respondenten is gevraagd welke sfeer de openbare ruimte moet uitstralen. Men duidelijk voor een groen karakter waarbij de voorkeur van de respondenten uitgaat naar een speelse opzet door bijvoorbeeld kronkelde wandel- en fietspaden en groene

bermen. Eén op de drie kiest voor een sterke beleving van water naast het groen. Een kwaliteit die het plan nu niet biedt. De wadi's zijn geen permanente watergangen en niet als water beleefbaar; een optimalisatiekans.

Zenderink zorgt voor sterke doorstroming op lokale markt, vooral uit Wierden ten noorden van de spoorlijn

Maar liefst 98% van de respondenten geeft in de enquête aan in/naar Wierden te willen verhuizen. Dit beeld werd bevestigd in de interviews. Deze sterke oriëntatie op Wierden geeft de kracht aan van Wierden als woonplaats. Nu woont 90% van de respondenten in Wierden. Dat betekent dat Zenderink een zeer grote functie vervult voor de lokale woningmarkt: het doorstroomeffect is sterk lokaal georiënteerd. Een deel van deze doorstroming wordt gerealiseerd in de huursector. Als we inzoomen blijkt dat de doorstroming vooral in Wierden ten noorden van de spoorlijn wordt behaald, waarbij weinig verschil is tussen de gebieden waar de kavels en projectbouw specifiek doorstroming geven. Als we kijken naar het doorstroomeffect in tijd wordt duidelijk dat het doorstroomeffect in Wierden ten noorden van de spoorlijn vrij constant is, en in Wierden ten zuiden van de spoorlijn vooral het eerst jaar wordt behaald (zie bijlage 1, grafiek XXIII).

Lichte voorkeur voor wijk met maximaal 100 woningen

De respondenten hebben een lichte voorkeur voor een niet al te grote wijk. Bijna 40% wil een wijk van maximaal 100 woningen, een derde heeft geen duidelijke voorkeur. De locatie van Zenderink aan de rand van Wierden verleidt, dat blijkt ook uit de interviews. Bijna 70% vindt een locatie aan de rand van het dorp optimaal. De voorzieningen van het dorp zijn daarmee goed bereikbaar.

Goed naoberschap maar ruimte voor privacy

De dorpse sfeer van Wierden vinden wij ook terug in de voorkeur voor sociaal contact. Het merendeel van de mensen wil voor de buren boodschappen doen als zij ziek zijn en een praatje met elkaar maken. Er is echter weinig behoefte aan meer omgang met elkaar. Daarvoor is de doelgroep te sterk op zoek naar meer privacy. Dat geeft de voorkeur voor het woonmilieu Outdoors ook aan.

4.3 Beoordeling huidige opzet concept Zenderink

Ruime opzet meest gewaardeerd, milieuvriendelijke karakter geen noodzaak

Slechts 5% van de respondenten gaf het concept, zoals op pagina 3 aangegeven, een onvoldoende. Er is zeven keer een 10 gegeven en het gemiddelde cijfer is een 7,5. Dit positieve beeld werd ook in de interviews geschetst, "Het is echt weer eens wat anders, iets nieuws". De ruime opzet wordt in de enquête en ook in de interviews het vaakst als

aantrekkelijk genoemd. Daarna de ligging aan de rand van het dorp en de hoeveelheid groen. Dat de ligging aan de rand van het dorp verleidend is blijkt ook uit het hoge aandeel respondenten (70%) dat dit de meeste ideale locatie vindt voor hun nieuwe woonwijk. In een interview werd letterlijk gezegd "Het is mijn droomlocatie". Het duurzame karakter wordt nauwelijks gekozen als een van de belangrijkste kwaliteiten. Ook uit de interviews kwam naar voren dat dit voor de consument geen sterke toegevoegde waarde heeft.

Dat (een deel van) de woningen niet ver van elkaar gelegen zijn en niet geheel vrij liggen in het buitengebied, is volgens de respondenten het grootste negatieve punt aan het plan. Dit is logisch gezien de ruimte, rust en privacy die deze doelgroep zoekt. De negatieve waardering van de clustering vooral van de leefstijlgroep Landschappers die de echte plattelands/buitenbeleving zoekt.

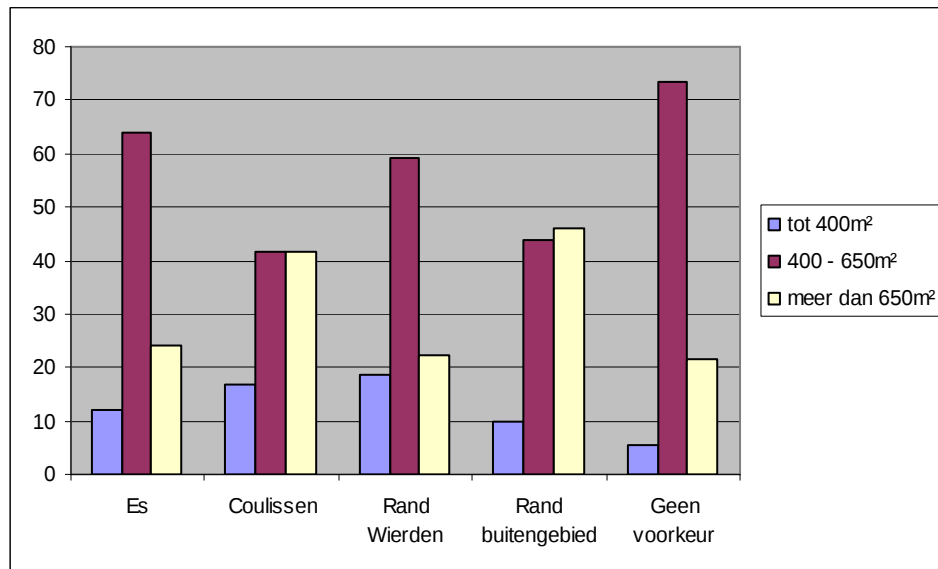
Tabel 4.2 Waardering kenmerken huidige concept Zenderink

Meest gewaardeerd aan het plan	%	Minst gewaardeerd aan het plan	%
Ruime opzet	25%	Wadi's	16%
Ligging aan de rand van het dorp	13%	Niet vrije ligging woningen	12%
Hoeveelheid groen	12%	Ontsluiting	10%
Type woning: vrijstaand	11%	Grootte van de kavels	8%
Bebouwing in ronde vormen	10%	Bebouwing in coulissen	8%

Wonen in de Coulissen optimaliseren

Het wonen in de Coulissen wordt door 5% van de respondenten als positief punt ervaren, tegenover 10% voor de Es. Meer respondenten (8%) noemen de Coulissen als negatief punt aan de plannen. De respondenten is ook gevraagd welke deel van het plan zij het meest verleidend vinden. Van de respondenten met een duidelijke voorkeur heeft 11% voorkeur voor de Coulissen en 22% voor de Es. Ook in de interviews werd er wat vaker een voorkeur voor de Es uitgesproken dan voor de Coulissen. De mindere populariteit heeft vooral te maken met de rechtlijnige opzet, het 'in een rij naast elkaar'. Dit maakt het minder onderscheidend en laat de vraag rijzen of de privacy daarmee voldoende gewaarborgd is. Als de verkaveling wat speelser wordt opgezet met aandacht voor privacy voldoet het in onze beleving wel aan de vraag. De Es werd soms bij voorhand niet haalbaar geacht vanwege de grootte van de kavels en de verwachte bijbehorende prijs, waardoor de Coulissen werden gekozen terwijl de opzet van de Es meer aansprak.

Grafiek 4.5 Voorkeur kavelgrootte naar voorkeur deel plan (%)



Op de Es kavels van 400-650m², grootste kavels aan rand buitengebied

De grootste kavels worden gezocht in de Coulissen en aan de rand van het buitengebied. De kleinste kavels aan de rand met het dorp. Binnen de Es is een kavel in het 'middensegment' tussen 400-650 veruit (64%) het populairst (zie figuur 4.5). Hier lijkt op basis van de huidige plankaart enige vorm van discrepantie te bestaan, omdat de kavels op de Es relatief groot zijn. Op basis van de geplande m² voor de kavels op de Es moet nagegaan worden of deze verkaveling aanpassing behoeft.

Hogere prijssegment aan de rand van het buitengebied

In de Coulissen wordt iets vaker gezocht naar woningen tot € 350.000 dan op de Es. De categorie € 400.000 - € 600.000 wordt wat vaker gezocht in de Es. Niet verrassend: de hogere prijssegmenten zijn vooral sterk vertegenwoordigd aan de rand van het buitengebied (zie bijlage 1, grafiek XX), daar is de meeste privacy te vinden en verwacht de respondent waarschijnlijk meer ruimte.

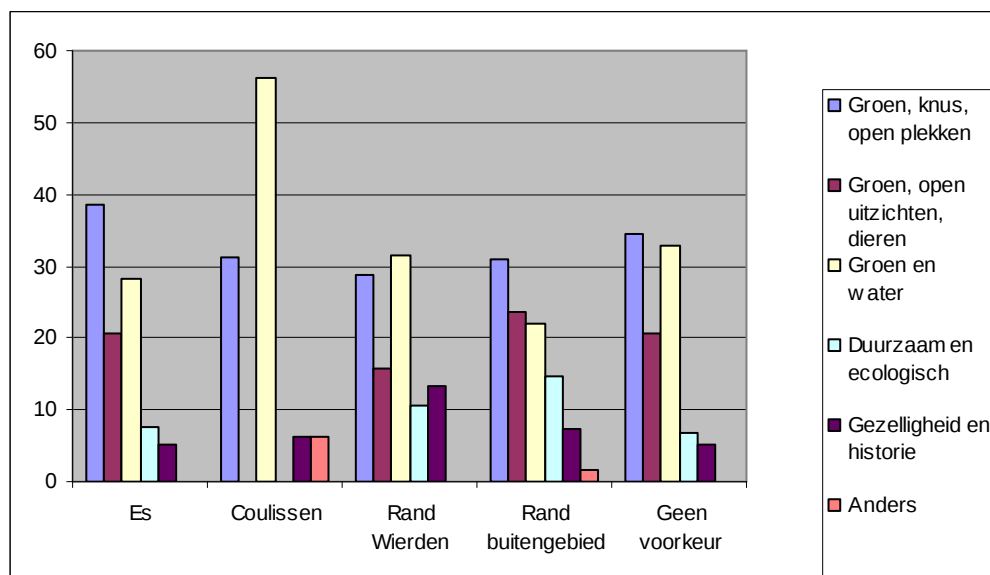
Geen sterke voorkeur van de respondenten voor een specifieke fasering delen plan

In absolute aantallen is de vraag het eerste twee jaar het grootst van de respondenten die aan de rand van het buitengebied willen wonen en van de mensen met geen duidelijke voorkeur binnen het plan. Daarna volgen in gelijke omvang de Coulissen, op de Es en aan de rand van Wierden. Tussen drie en vijf jaar ligt de nadruk wat meer op de Es (bijlage 1, grafiek XXII). De analyse geeft geen sterke voorkeur van de respondenten voor een specifieke fasering.

Knusse opzet Es voldoet aan vraag, water met name in Coulissen beleefbaarder maken

Binnen de Es wordt vooral een groene, knusse sfeer gezocht. Een sfeer die de huidige opzet van de Es ook goed biedt. Binnen de Coulissen wordt, meer dan op de andere plekken in het plan, gezocht naar een combinatie van groen en (beleefbaar) water. De wadi's komen daar onvoldoende aan tegemoet, zoals ook al bleek uit de planbeoordeling. Voor duurzaamheid lijkt het meeste ruimte aan de rand van het buitengebied.

Grafiek 4.6 Voorkeur sfeer naar deel van het plan



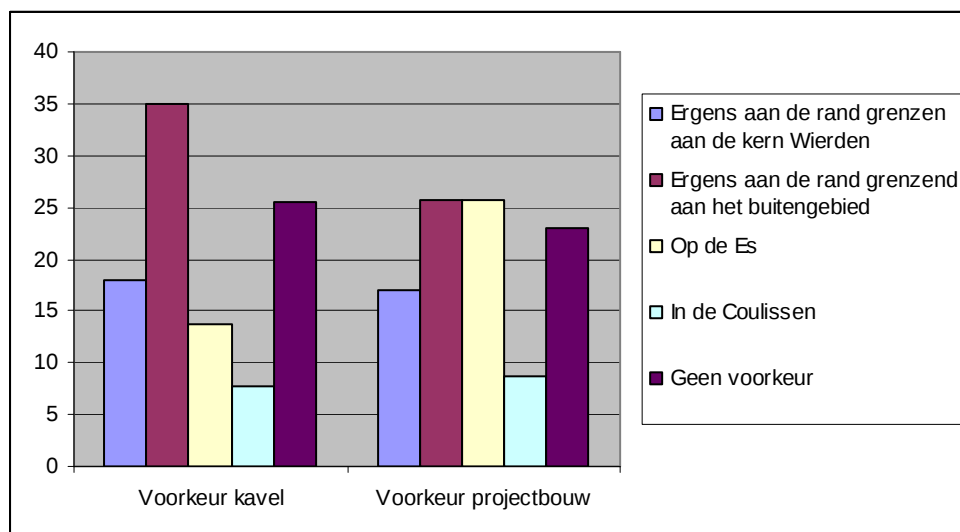
Traditioneel sterkere voorkeur voor Coulissen, Landschapper sterkere voorkeur voor de Es en rand buitengebied

De Traditioneel en Landschapper zijn meer uitgesproken in hun voorkeur voor een deel van het plan dan de Comfortzoeker. De Traditioneel neigt sterker naar de Coulissen en de rand van Wierden, de Landschapper (niet verrassend) sterker naar de Es en de rand van het buitengebied (zie bijlage 1, grafiek XXI). Daar kan de Landschapper het meest de rust en ruimte vinden die hij zoekt. Wellicht komt de voorkeur van de Traditioneel als doelgroep met een lager inkomen dan de Landschapper ook voort uit een vorm van realiteitszin (die ook een aantal keer naar voren kwam in de interviews): 'de kavels aan de rand en op de Es zijn groter en duurder, die zal ik wel niet kunnen betalen'.

Vraag projectbouw redelijk verspreid door plan

De vraag naar projectbouw ligt redelijk verspreid door het hele plan. De vraag naar projectbouw ligt wat hoger op de Es en aan de rand van het buitengebied. Geen verrassing: de vraag naar kavels is relatief sterk aan de rand van het buitengebied.

Grafiek 4.7 Voorkeur deel plan naar voorkeur kavel/projectbouw (%)



4.4 Profiel van de doelgroep

Respondent woont in 2^e1 kapwoning, respondenten met voorkeur voor kavel wonen in duurdere woning

De respondenten die zich in het verleden als geïnteresseerde hebben opgegeven wonen momenteel vooral in een 2^e1 kap of geschakelde woning, met een waarde tot € 400.000. Er zijn nauwelijks respondenten die momenteel wonen in een appartement of in een woning met een prijs boven € 600.000. Dit beeld is bevestigd tijdens de interviews. In algemene zin wonen de mensen met een voorkeur voor een kavel nu in duurdere woningen dan de respondenten met de voorkeur voor projectbouw. Ter illustratie: de respondenten met een voorkeur voor projectbouw wonen nu, meer dan de respondenten met voorkeur voor een kavel, in woningen tot € 300.000 (zie bijlage 1, grafiek XII).

Deel van de respondenten wil wonen in goedkopere woning

Als we kijken naar de doorstroming tussen prijssegmenten wordt zichtbaar dat een deel van de respondenten gaat voor een goedkopere woning (met uitzondering van het segment boven € 500.000)(zie bijlage 1, grafiek XVII). Wij verwachten dat dit vooral oudere respondenten zijn die gaan 'downsizen'.

Respondent woont in groene en veilige woonomgeving

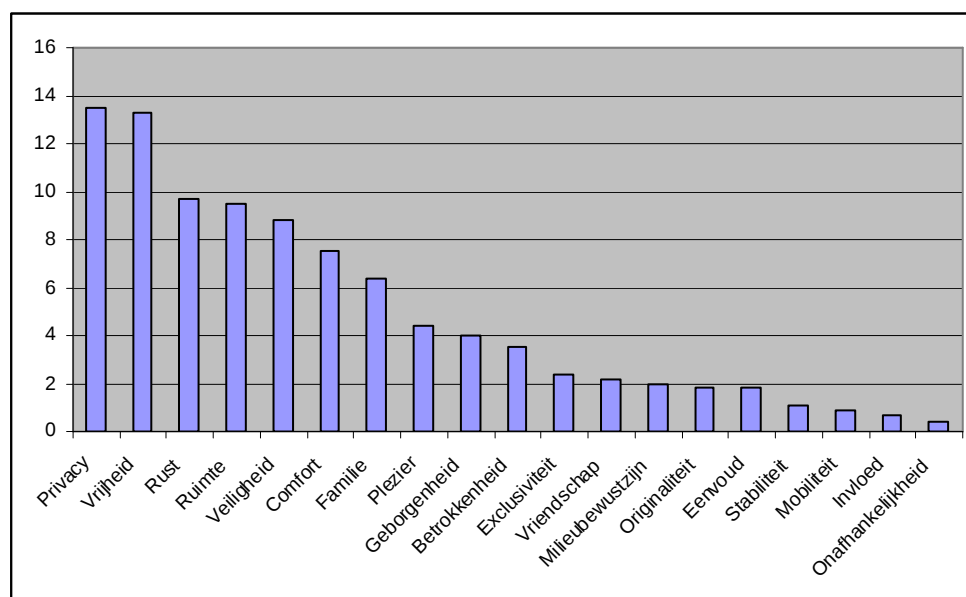
De geïnterviewden woonden allemaal in een grondgebonden woning en merendeels vrijstaand. De woonomgeving waar zij nu wonen kenmerkt zich vooral door veiligheid, groen en beperkt contact met anderen. De geïnterviewden woonden verspreid in

Wierden waarbij De Weuste wat sterker vertegenwoordigd was. Er komen weinig respondenten uit een woonmilieu waar luxe villa's of milieuvriendelijkheid hoog in het vaandel staan.

Privacy, vrijheid, rust en ruimte belangrijkst

Qua type mens zijn het voornamelijk doelgroepen vanuit het leefstijlplatform Stability, Opportunity en Sustainability (toelichting zie bijlage 3). De grootste leefstijlgroepen zijn de Traditioneel, Landschapper en Comfortzoeker. Opvallend is dat de Landschapper een iets sterkere voorkeur heeft voor projectbouw, terwijl de Traditioneel sterker neigt naar de kavels. Dit heeft waarschijnlijk te maken met de leeftijd van deze doelgroepen: de Traditioneel is jonger dan de Landschapper en wellicht meer energie om de zelfbouw op te pakken. Bij de Traditioneel is de vraag op de korte termijn (binnen 1 jaar) ook groter dan bij de Landschapper.

Grafiek 4.8 Belangrijkste kernwaarden (%)



Het platform waar de leefstijlgroepen die status en exclusiviteit belangrijk vinden is hier minder sterk vertegenwoordigd, al zijn ze er wel. De meest gekozen kernwaarden zijn privacy (14%), vrijheid (14%), rust (10%) en ruimte (10%). Sleutelwoorden die ook vaak genoemd zijn in de interviews. Deze kernwaarden biedt uw concept voor Zenderink nu in grote mate. Het ligt voor de hand deze vrijheid te bieden en te vermarkten en dit minder te richten op een waarde als status die snel geassocieerd worden met hogere inkomensgroepen. Vrij wonen met rust en ruimte is voldoende verleidend. Opvallend genoeg is invloed weinig gekozen als kernwaarde, terwijl zeer veel respondenten

hebben aangegeven dat zij graag invloed willen op het ontwerp en de bouw van hun woning.

Kritische doelgroep die niet zomaar te verleiden is

De meeste respondenten verdienen gemiddeld € 4.500 tot € 6.000 per maand en veruit het grootste deel is een gezin tussen de 40 en 50 jaar met thuiswonende kinderen. Qua beroepsgroepen zijn zelfstandige ondernemers, management en secretariael/administratief het sterkst vertegenwoordigd.

De uitkomsten van de interviews bevestigen het beeld dat wij hebben van deze leefstijlgroepen. Zij hebben een aardig bedrag te spenderen aan wonen en een bovengemiddelde keuzevrijheid. Daarnaast zijn zij over het algemeen goed in staat al hun opties te overzien en een weloverwogen keuze te maken voor een woning en woonomgeving. Dat maakt ze een kritische doelgroep die op maat verleid moet worden. In de interviews gaven zij letterlijk aan dat hun verhuiswens een 'luxeprobleem' is, zij willen graag een stap maken in hun wooncarrière maar 'moeten' niet. Het is ook geen verhuizing voor een periode van vijf jaar maar voor de lange termijn. De eventuele verhuizing naar Zenderink is voor een deel ook de laatste keer dat zij willen verhuizen. Kortom: het is een kritische doelgroep die niet zomaar te verleiden is.

Realiteit in verband lasten en gewenste prijs

De respondenten is gevraagd van welke maandelijkse woonlasten zij uitgaan. Dat is gerelateerd aan de gewenste prijs voor hun nieuwe woning. Hier is de realiteitszin zichtbaar: naarmate het prijssegment toeneemt nemen de verwachte maandlasten ook toe (zie bijlage 1, grafiek XVIII). In hoeverre dit concreet haalbaar is, is afhankelijk van de hoeveelheid eigen vermogen (wij verwachten dat dit bij een deel van de respondenten aanzienlijk zal zijn gezien de overwaarde van hun huidige woning) en het type hypotheek. Bij het inkomen is een zelfde verband zichtbaar (zie bijlage 1, grafiek XIX).

Eerste jaar meeste vraag van respondenten naar segment € 400.000 - € 500.000

Binnen een jaar is er het meeste vraag naar het segment € 400.000 - € 500.000, op een termijn van een a twee jaar ligt dit meer bij het segment € 300.000 - € 400.000. De vraag naar het segment boven € 500.000 ligt wat sterker op de termijn vanaf 3 jaar dan de andere segment (zie grafiek XXV).

Duidelijke voorkeur voor Zenderink, in beperkte mate kijken naar andere opties

De helft van de respondenten zoekt niet actief, maar houdt wel zijn ogen open.. Dit beeld werd bevestigd in de interviews. De wens om naar Zenderink te verhuizen is groot. Velen vinden de locatie en beoogde opzet ideaal waardoor Zenderink het enige

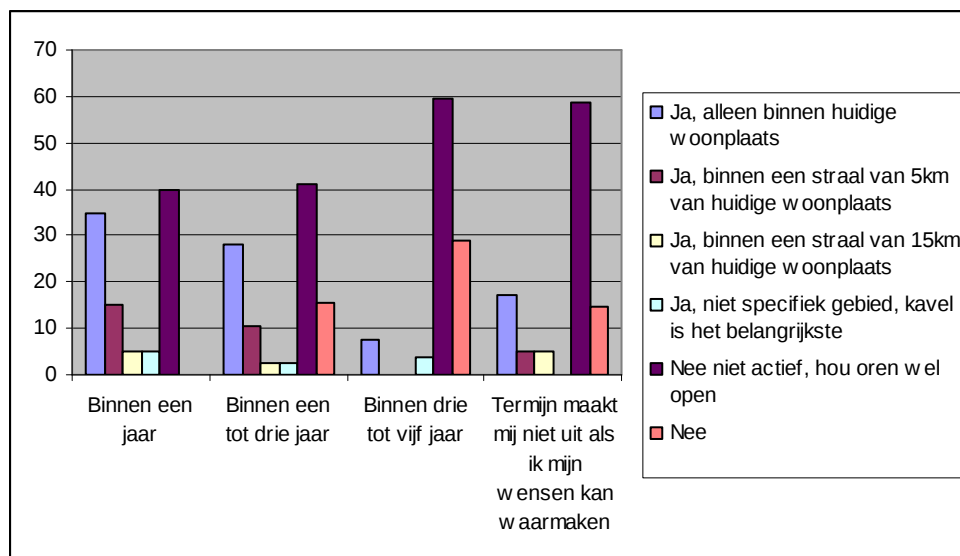
project is dat in aanmerking komt om de gewenste stap in hun wooncarrière te maken. Omdat er in het recente verleden nauwelijks grote kavels op een dergelijke locatie zijn aangeboden is er als het ware een stuwmeer van vraag dat de positie van Zenderink versterkt. Dit maakt ontwikkeling zeer kansrijk. Het is echter belangrijk te beseffen dat Zenderink qua opzet, zeggenschap en prijsniveau wel moet passen bij de wensen. Dan kan dit stuwmeer aan vraag pas daadwerkelijk benut worden.

Ongeveer een derde van de respondenten kijkt ook naar andere opties, waarbij de focus ligt in Wierden. Er wordt gekeken naar zowel ruimere vrijstaande woningen/kavels in Wierden zelf als naar vrijstaande woningen in de kleinere kernen en het buitengebied rondom Wierden. Sloop-nieuwbouw is hierbij een optie.

Mogelijke concurrentie sterkst binnen 1 jaar, aanleiding om project zo snel mogelijk te profileren

Als de mate waarin gekeken wordt naar andere projecten/woningen kruisen met de termijn waarop men wil verhuizen wordt duidelijk dat de mogelijke concurrentie het grootst is binnen het komende jaar. Hierbij gaat het vooral om de concurrentie binnen de kern Wierden en het omliggende buitengebied/kleine kernen. Dit is aanleiding om op korte termijn duidelijkheid te scheppen over Zenderink: keuzes te maken en het project te profileren in de markt. Daarmee kan de mogelijke concurrentie beperkt worden.

Grafiek 4.8 Mogelijke concurrentie naar gewenste verhuistermijn



Binnen korte termijn verhuizen of opknappen/andere woning: op korte termijn duidelijkheid geven

Een deel van de geïnterviewden woont nu tussen de vijf en tien jaar in hun huidige woning. Hun huishoudenssamenstelling, woonwensen en budget zijn in deze tijd veranderd. Daarom maken zij nu de afweging: verhuizen naar Zenderink of de huidige woning grondig opknappen of eventueel verbouwen. Dat betekent dat zij over het algemeen binnen één tot twee jaar naar Zenderink zouden willen verhuizen of binnen één jaar minimaal duidelijkheid hebben over de plannen. Om deze groep potentiële kopers te 'benutten' is het van belang op korte termijn beslissingen te nemen en duidelijkheid te scheppen.

Kredietcrisis heeft weinig effect op respondenten

De kredietcrisis heeft een beperkt effect op de verhuisgeneigdheid van de respondenten; driekwart geeft aan ondanks de crisis gewoon te willen verhuizen. Dit beeld is bevestigd in de interviews. Een op zes respondenten wacht tot de economie weer begint aan te trekken. Ongeveer 40% geeft aan dat het plan het beste binnen twee jaar aangeboden kan worden om hun interesse te wekken. Voor 34% is dit tussen drie en vijf jaar, en voor 27% maakt de fasering niet uit zolang zij hun wensen maar waar kunnen maken.

5 Aanbodanalyse

Kansen

- Blijvende en zelfs toenemende vraag naar hogere segment in Wierden.
- Sterke lokale markt voor dure woningen.
- Aanzienlijk doorstroomeffect in kern Wierden zelf in hogere segment

Bedreigingen

- Vraaguitval vanuit regio Wierden voor hogere segment in Wierden.
- Beperkttere markt buiten Twente: afname vraag naar dure woningen van buiten Twente.
- Concurrentie van bestaande vrijstaande woningen tegen scherpere prijs.
- Concurrentie andere projecten onbekend.

5.1 Analyse transacties naar type en prijs

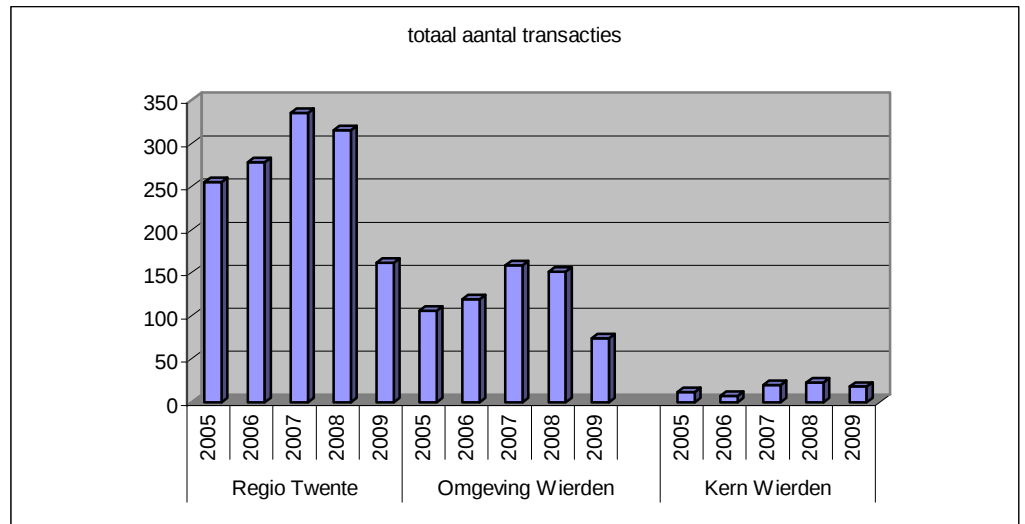
Vrijwel alle verkochte woningen in Wierden boven € 400.000 zijn vrijstaand. In de regio Twente is ruim 80% van de woningen die de afgelopen vijf jaar verkocht⁴ is boven de € 400.000 een vrijstaande woning. In de omgeving Wierden is dit bijna 90% en in Wierden is dit 98%. Dit heeft uiteraard te maken met het dorpse karakter van Wierden.

Hogere segment in Wierden minder last van vraaguitval dan gemiddeld in Twente

Het hogere segment van de Twentse woningmarkt heeft duidelijk last van de kredietcrisis. Dat is duidelijk terug te zien in de cijfers van 2007 tot nu. Het aantal transacties in het hoge segment is tussen 2007 en 2009 meer dan gehalveerd. In de regio Wierden zien we deze daling ook, maar minder sterk. De kern Wierden is een uitzondering. Het aantal transacties in het hogere segment is nauwelijks gedaald, hoewel het aantal transacties uiteraard nog steeds beperkt is. Wierden lijkt in mindere mate last te hebben van een teruglopende vraag in het hogere segment.

⁴Het is helaas onmogelijk om onderscheid te maken naar bestaande bouw en nieuwbouw, dit onderscheid kan het Kadaster niet maken.

Grafiek 5.1 Absolute aantal transacties woningen vanaf € 400.000 in Twente, omgeving Wierden, gemeente Wierden

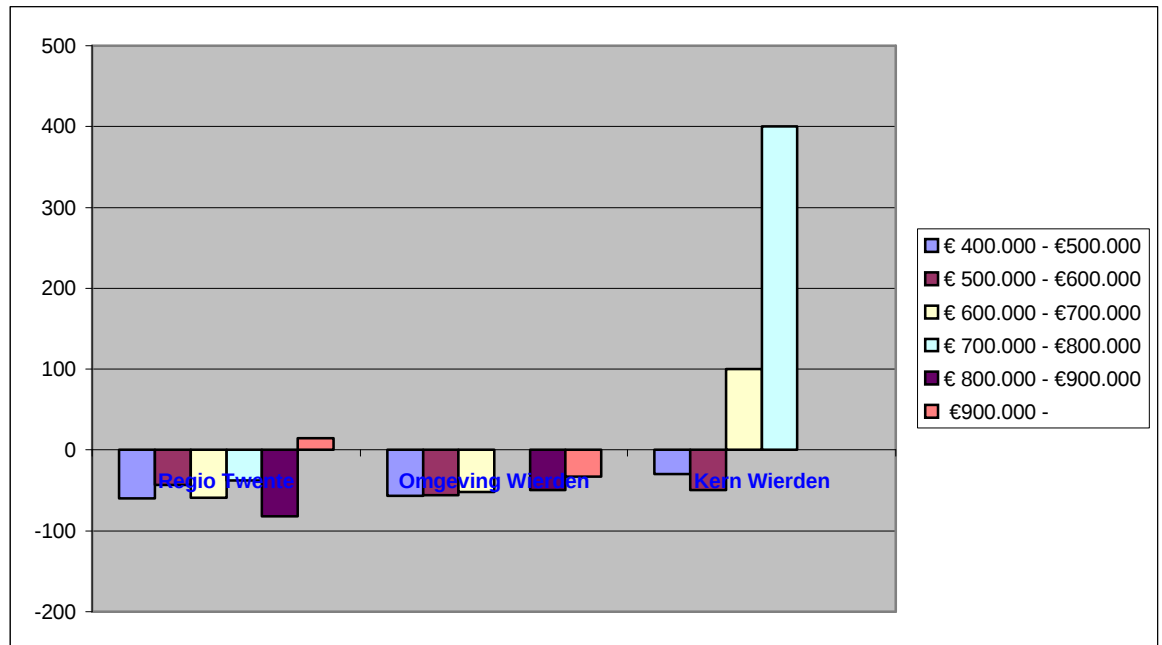


bron: Kadaster, bewerking Inbo

Twente ziet sterkste afname vraag in segment € 400.000 - € 500.000, Wierden ziet toename vraag in segment € 600.000 - € 800.000

Als we inzoomen op de prijssegmenten zien we dat sinds 2007 in de regio Twente de sterkste afname in absoluut aantal transacties zichtbaar was in het segment € 400.000 - € 500.000. Relatief gezien daalde de afzet het sterkste voor woningen tussen € 800.000 en € 900.000 (60%-70%). Het aantal transacties van woningen duurder dan € 900.000 kenden juist weer een groei. In de omgeving Wierden is de prijsdaling beperkter en het sterkst voor woningen tot € 700.000. De kern Wierden is wederom een uitzondering, omdat het een stijging van de vraag laat zien in de hogere segmenten. In Wierden zijn de afgelopen jaren nauwelijks transacties geweest boven € 700.000. Opvallend genoeg zijn er in 2009 in Wierden, tijdens de financiële crisis, in het segment € 600.000 – € 800.000 juist meer woningen verkocht. Dit is echter wel een beeld dat gebaseerd is op een beperkt aantal transacties

Grafiek 5.2 Percentuele daling/stijging transacties naar prijssegment voor Twente, omgeving Wierden, Wierden 2007-2009



bron: Kadaster, bewerking Inbo. Grootste afwijking (Wierden, € 700.000 - € 800.000) is gebaseerd op slechts 5 transacties

5.2 Analyse doorstroomdata herkomst kopers

Aanzienlijk lokaal doorstroomeffect in hogere segment

De kopers van woningen in het duurdere segment in de regio Twente komen voor een belangrijk deel uit de regio Twente zelf en ook uit de kern Wierden. De vraag van buiten Twente is relatief beperkt (17%). Op het schaalniveau van de omgeving Wierden valt op dat het tweederde van de kopers van deze duurdere woningen uit de omgeving Wierden komt; er is een hogere 'interne' vraag. De vraag van buiten de regio en uit de regio Twente naar dure woningen in de kern Wierden is beperkt. Het grootste deel van de vraag kwam de afgelopen jaren uit Wierden zelf (48%), gevolgd door de omgeving Wierden (39%).

Vraag naar hogere segment vanuit Wierden zelf kent beperkte daling

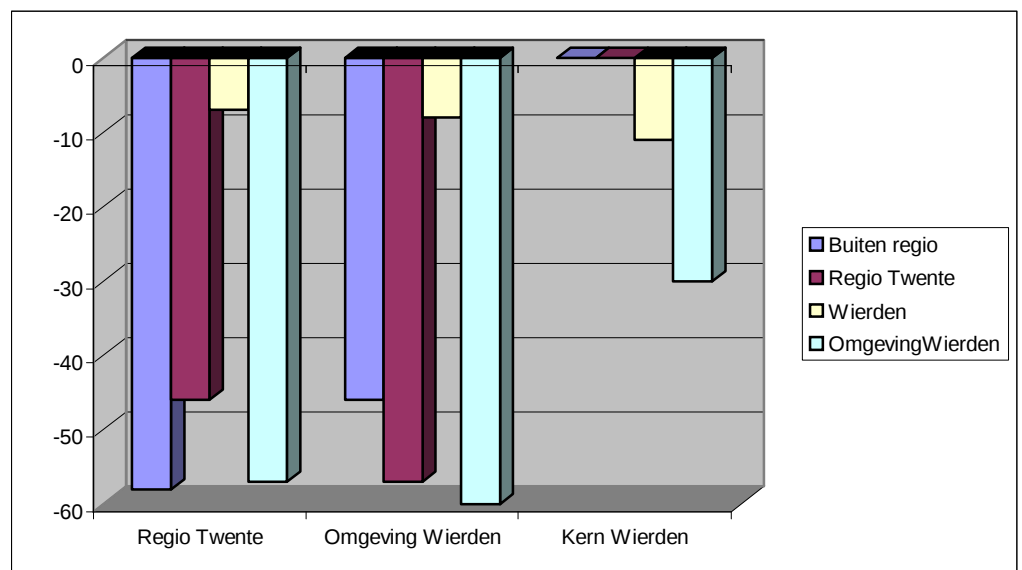
Sinds de financiële crisis is het absolute aantal kopers van buiten Twente op alle schaalniveaus gedaald. Percentueel zien we de sterkste daling in de vraag vanuit de omgeving Wierden. Het aantal verkochte woningen boven € 400.000 aan mensen uit de

regio Wierden nam 30% tot 60% af. De vraag uit de kern Wierden is afgenomen, maar minder sterk dan in de regio Twente en de omgeving Wierden.

Terugval vraag uit regio Wierden en concurrentiebedreiging

Een aanzienlijk deel van de kopers in de kern Wierden kwam de afgelopen jaren uit de omgeving Wierden. Vanuit deze regio is de vraag sinds 2007 sterk teruggelopen, wat een bedreiging kan vormen voor de afzet van Zenderink gezien de omvang van het project. Daarnaast is er concurrentie van bestaande vrijstaande woningen die tegen een scherpe prijs te koop worden aangeboden en van eventuele andere projecten die zich richten op dezelfde doelgroep. De doelgroep in het hogere segment is beperkt en hoe meer projecten/woningen zich op deze doelgroep richten hoe sterker de concurrentie en de noodzaak voor een onderscheidend concept.

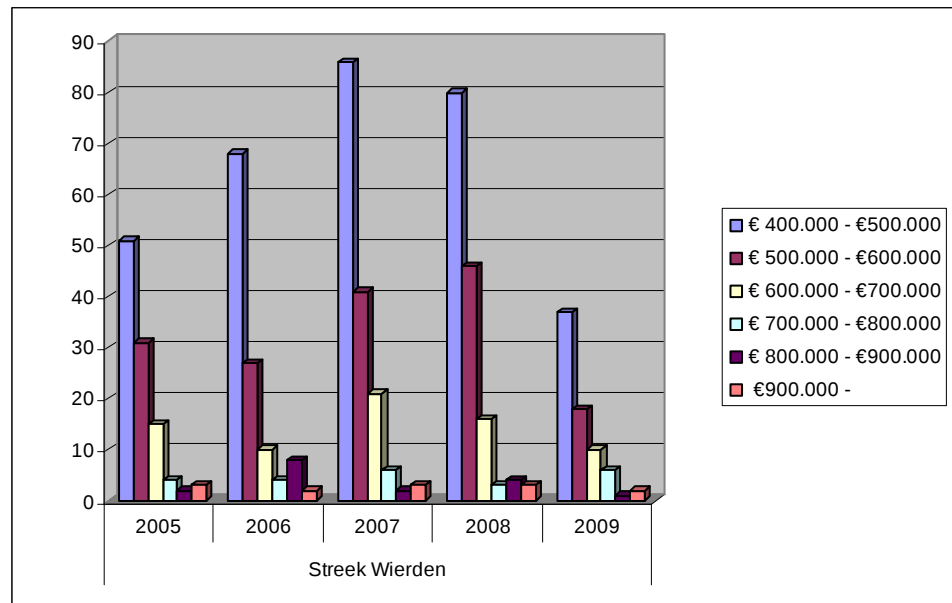
Grafiek 5.3 Percentuele daling/stijging 2007-2009 herkomst kopers woningen boven € 400.000 voor Twente, omgeving Wierden en Wierden 2007-2009



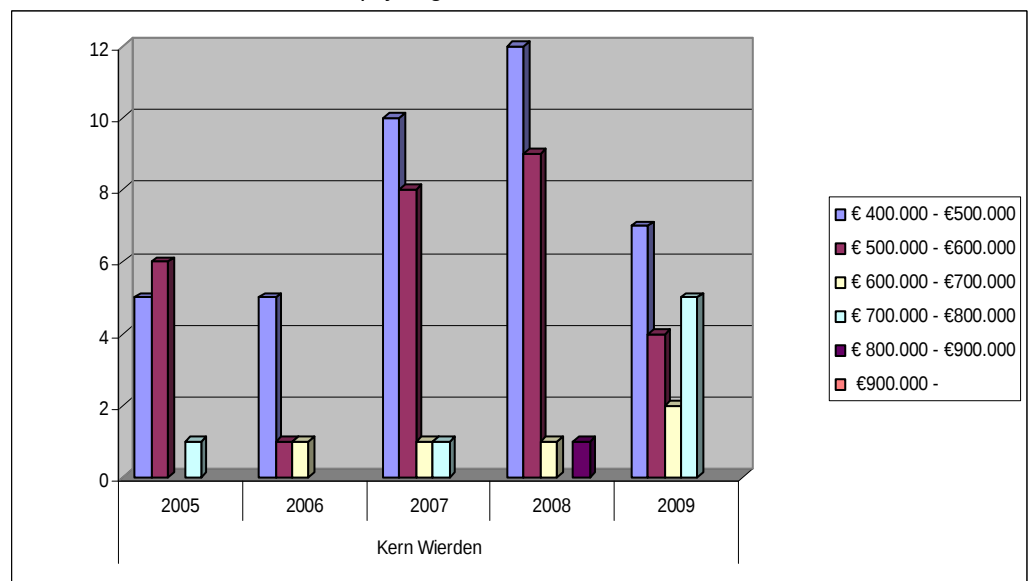
I Aanvullende grafieken en tabellen en enquête en aanbodanalyse

Frequentiegrafieken aanbodanalyse

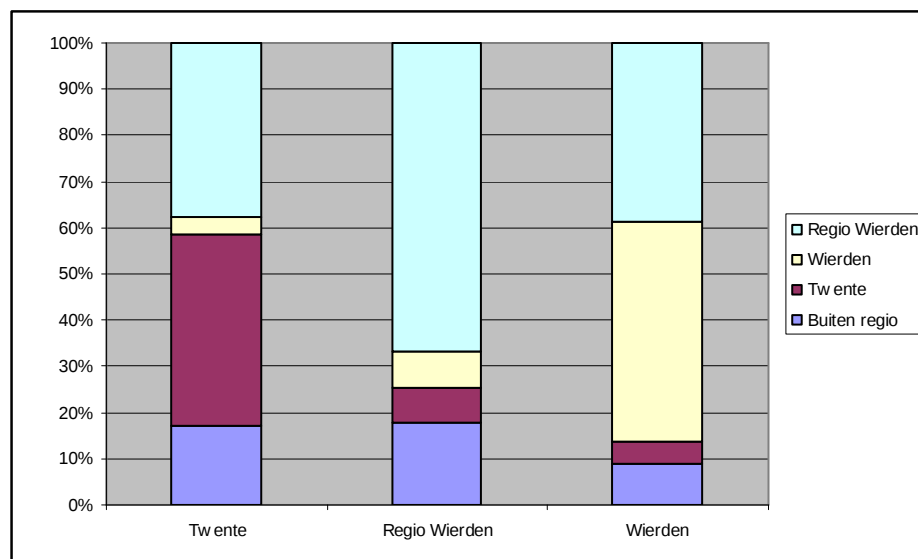
Grafiek I Aantal transacties naar prijssegment Omgeving Wierden 2005-2009



Grafiek II Aantal transacties naar prijssegment kern Wierden 2005-2009



Grafiek III Herkomst kopers woningen boven € 400.000 voor regio Twente, Omgeving Wierden en kern Wierden 2005-2009 (totaal)



bron: Kadaster, bewerking Inbo

Bron: Kadaster, bewerking Inbo

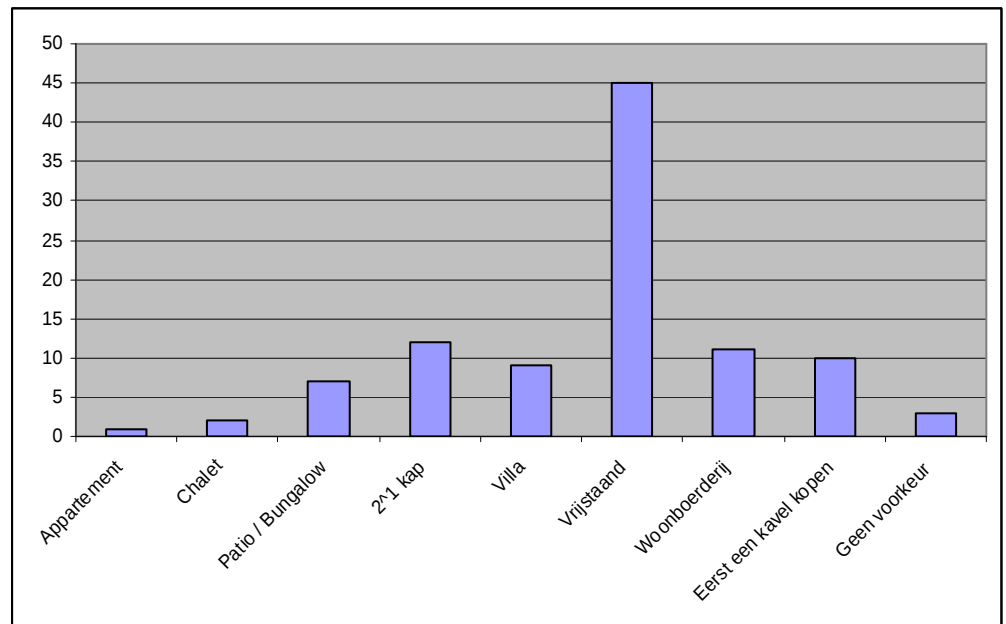
Referentie 410/ML/P07282
Project Advies Zenderink -

woningtransacties

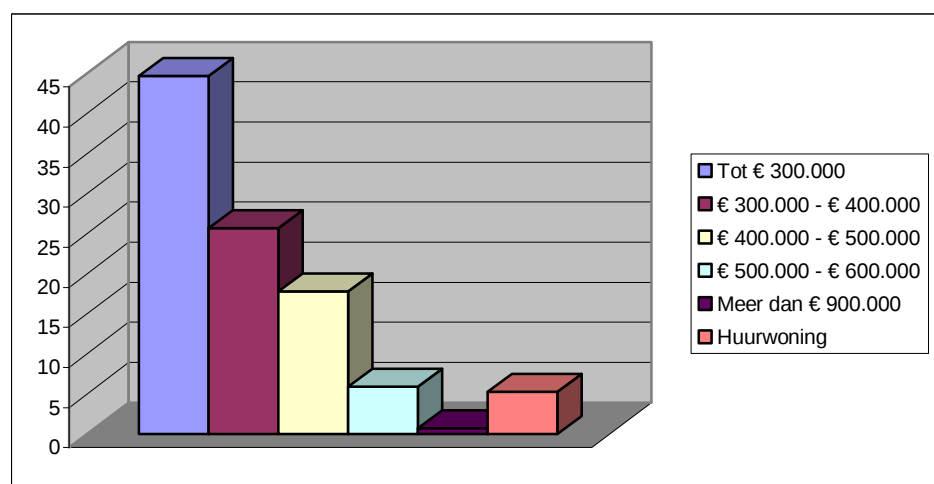
		Twente					Kern Wierden					Omgeving Wierden (kern Wierden+ r 15KM (=postcodes))				
		2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
aantal transacties totaal																
per prijscategorie	€ 400.000 - €500.000	133	158	186	154	74	5	5	10	12	7	51	68	86	80	37
	€ 500.000 - €600.000	56	60	76	87	43	6	1	8	9	4	31	27	41	46	18
	€ 600.000 - €700.000	38	28	39	34	16		1	1	1	2	15	10	21	16	10
	€ 700.000 - €800.000	11	11	16	10	10	1		1		5	4	4	6	3	6
	€ 800.000 - €900.000	6	13	11	13	2				1		2	8	2	4	1
	€900.000 -	11	8	7	17	17						3	2	3	3	2
<i>Transacties naar woningtype</i>																
2-onder-1-kap Appartement Hoekwoning onbekend Tussen- of geschakelde woning Vrijstaande woning		18	17	28	26	8						8	2	7	9	3
		5	3	2	6	2						1		2	1	2
		5	7	7	5	3				1			3	2	1	1
		18	20	22	14	12					1	6	11	6	5	3
		3	5	1	2	2										
		206	226	275	262	135	12	7	20	22	17	91	103	142	136	65
<i>Herkomst kopers</i>																
Buiten regio		44	39	54	72	22	2	1	1	2	1	19	15	24	37	13
Twente		117	130	127	116	68			1	1		13	13	7	10	3
Wierden		8	5	13	15	12	1					6	5	12	15	11
Wierden + 15 km		86	104	141	112	60	6	3	9	7	7	68	86	116	90	47

Frequentiegrafieken enquête

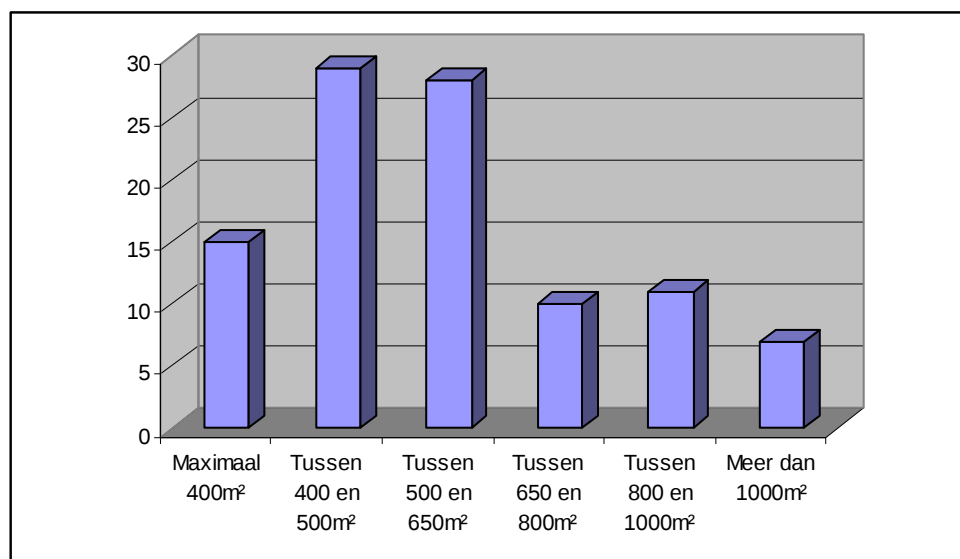
Grafiek IV Voorkeur woningtype (%)



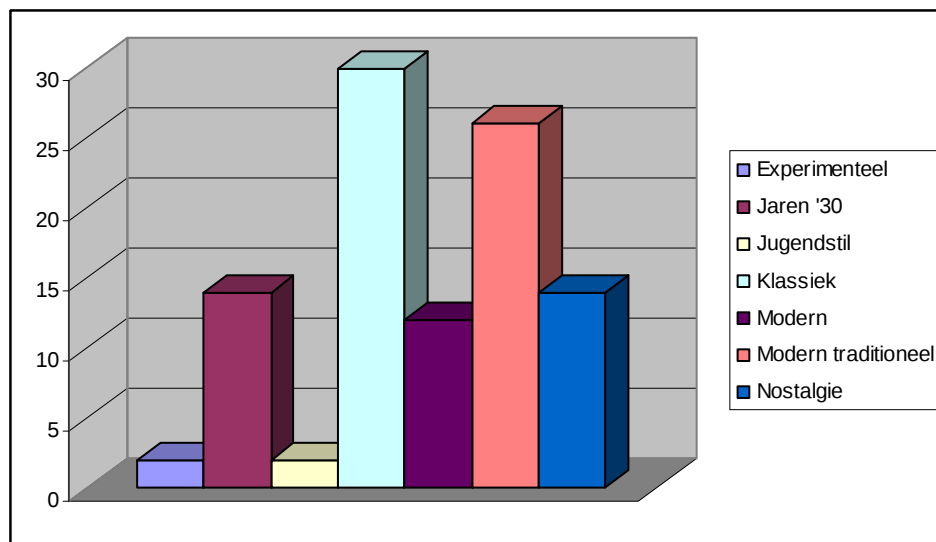
Grafiek V Waarde huidige woning (%)



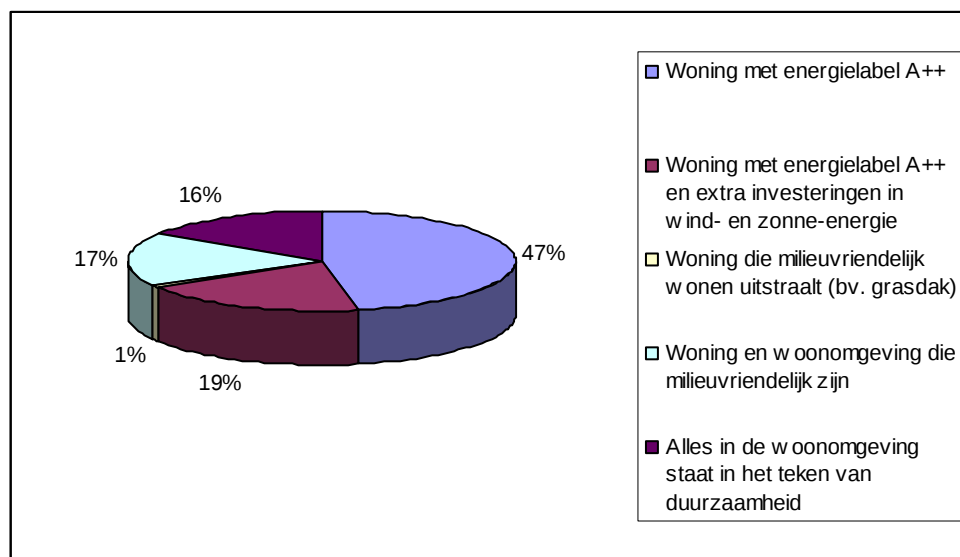
Grafiek VI Voorkeur grootte kavels (%)



Grafiek VII Voorkeur type architectuur (%)



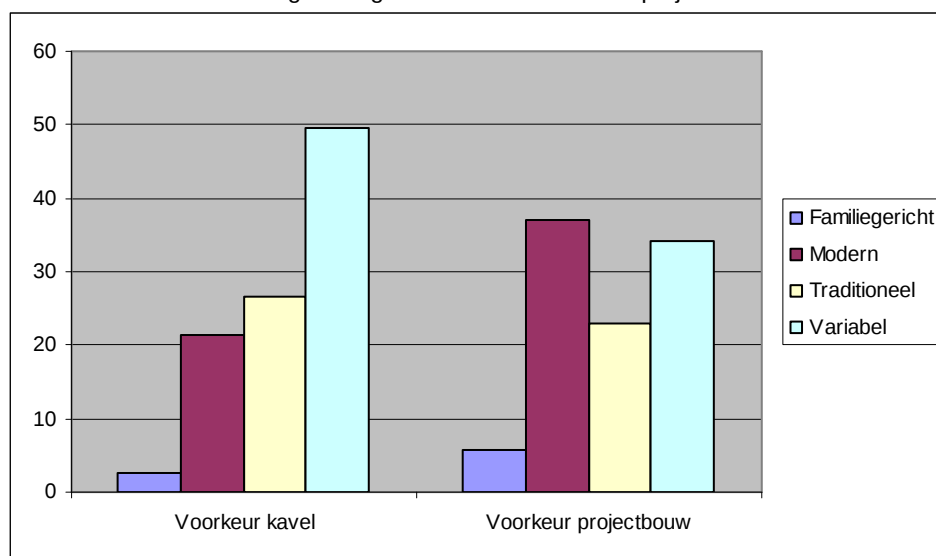
Grafiek VIII Definitie duurzaam wonen



Kruistabellen enquête

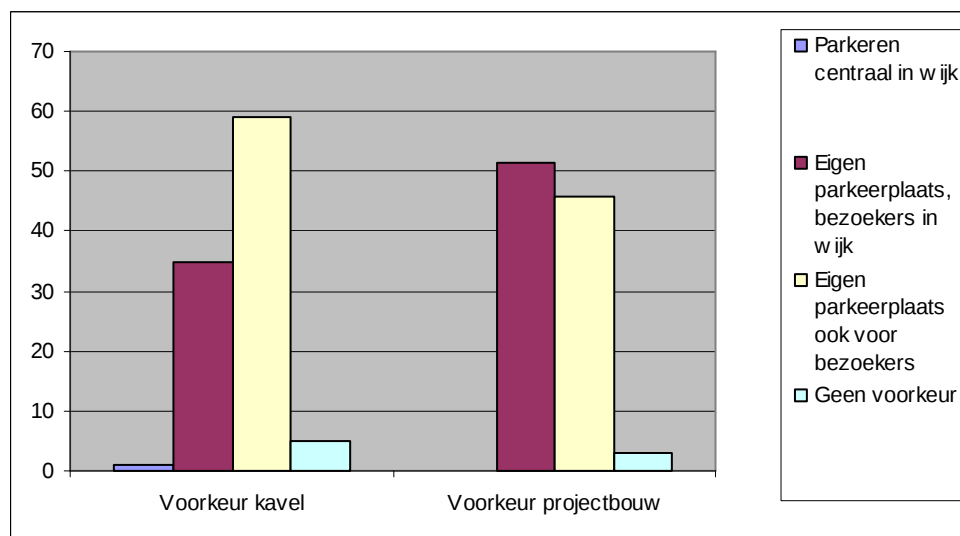
Bij de kruistabellen is een telling binnen de categorie (x-as) gemaakt die optelt tot 100% binnen de categorie (y-as). In sommige gevallen zijn antwoordcategorieën samengevoegd om de betrouwbaarheid te optimaliseren, wat gebruikt is in het advies. Sommige kruisingen (met name waar veel antwoordcategorieën zijn) geven een sterke indicatie maar behalen vanwege de celvulling niet de 95% betrouwbaarheidsgrens.

Grafiek IX Voorkeur indeling woning naar voorkeur kavel en projectbouw

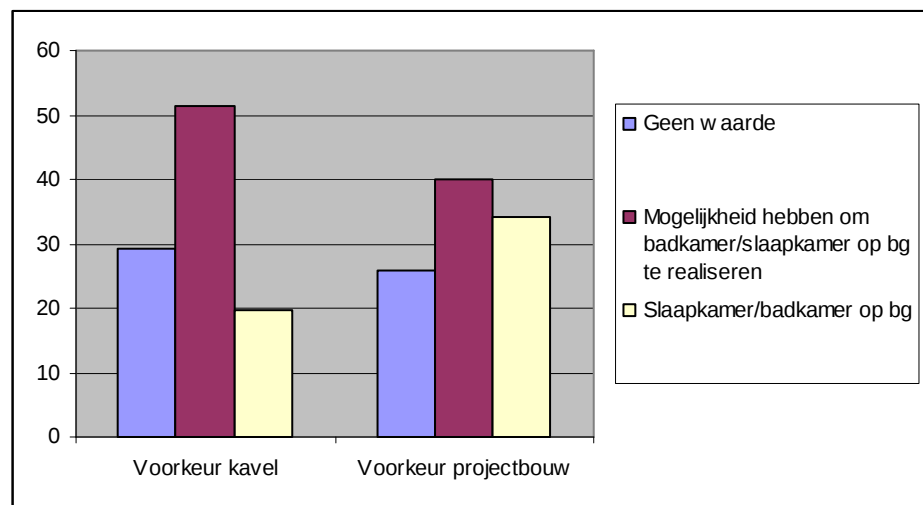


Familiegericht = mogelijkheid voor 2 woningen in 1, samenleven van gezin/grootouders
Modern = woonkamer, keuken en eetkamer in 1 grote ruimte, slapen op 1^e verdieping
Traditioneel = gesloten keuken aan tuinzijde, woonkamer en eetkamer apart
Variabel = de woning is geheel zelf in te delen door makkelijk te verplaatsen (scheids)muren

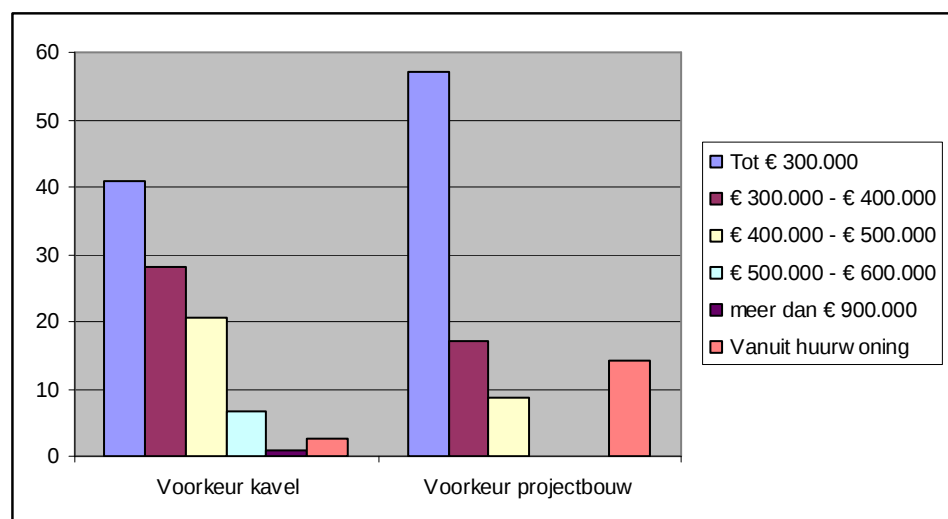
Grafiek X Voorkeur parkeren naar voorkeur kavel en projectbouw (%)



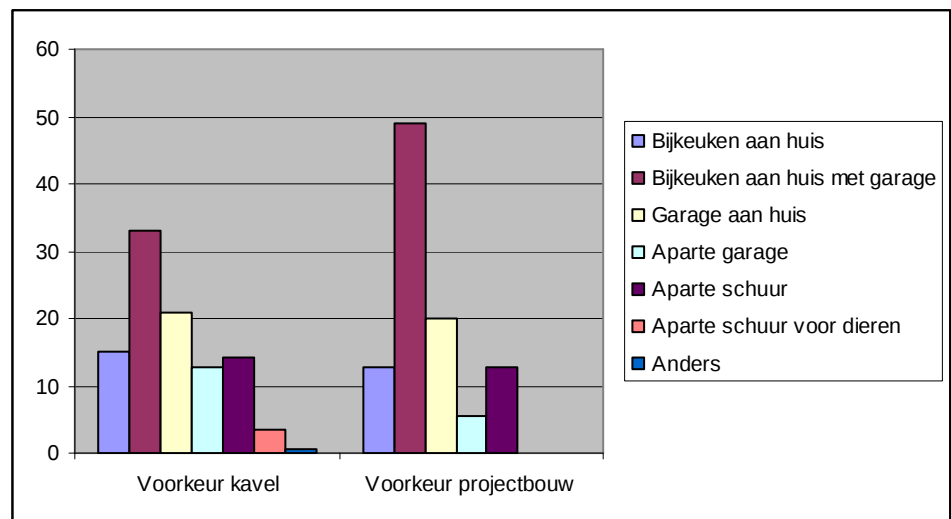
Grafiek XI Voorkeur levensloopbestendigheid naar voorkeur kavel en projectbouw (%)



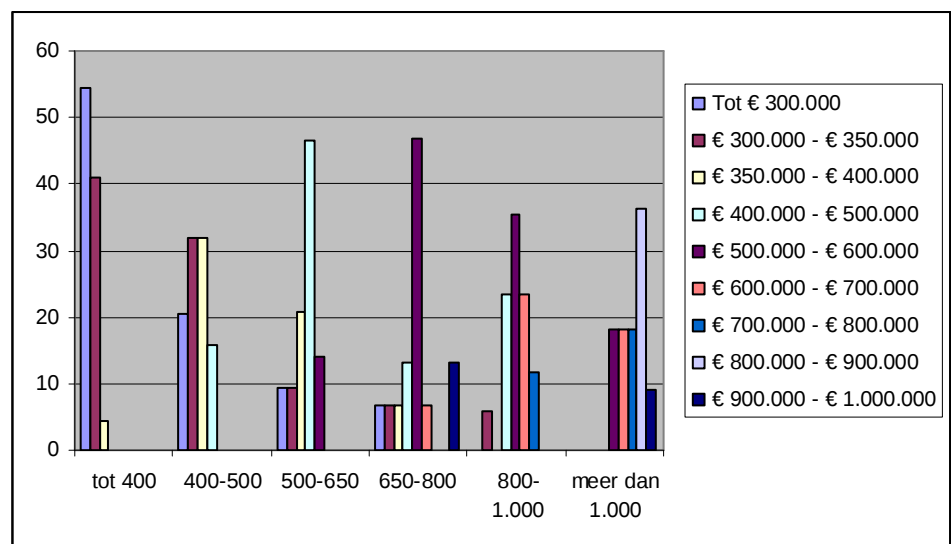
Grafiek XII Prijsklasse bestaande woning naar voorkeur kavel en projectbouw (%)



Grafiek XIII Voorkeur bijgebouwen naar voorkeur kavel en projectbouw (%)

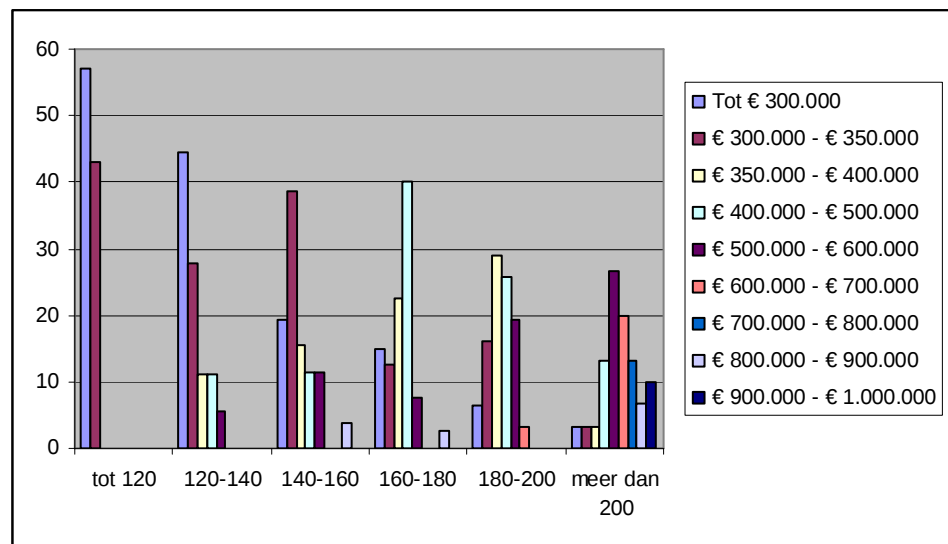


Grafiek XIV Voorkeur prijsklasse naar voorkeur kavelgrootte (m²)(%)



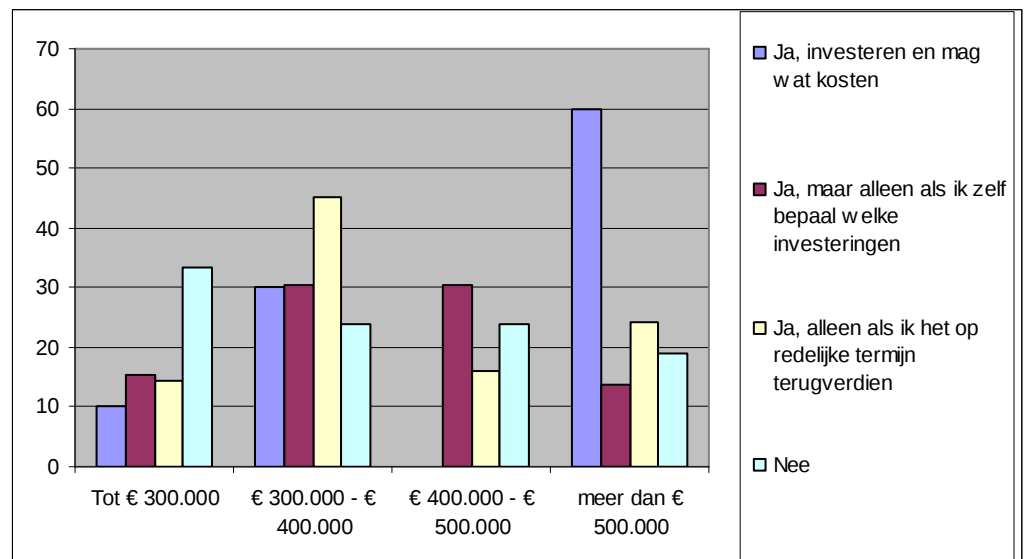
In de advisering is gekeken naar de hoofdlijn in verband met de beperkte celvulling bij deze vraag (vele antwoordcategorieën)

Grafiek XV Voorkeur prijsklasse naar voorkeur woonoppervlakte (m²)(%)

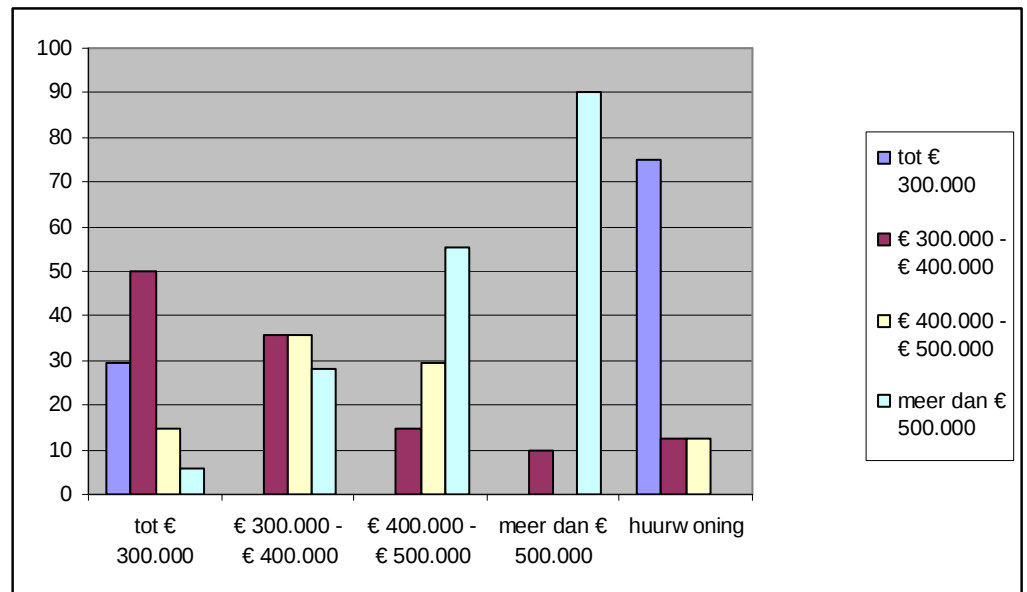


In de advisering is gekeken naar de hoofdlijn in verband met de beperkte celvulling bij deze vraag (vele antwoordcategorieën)

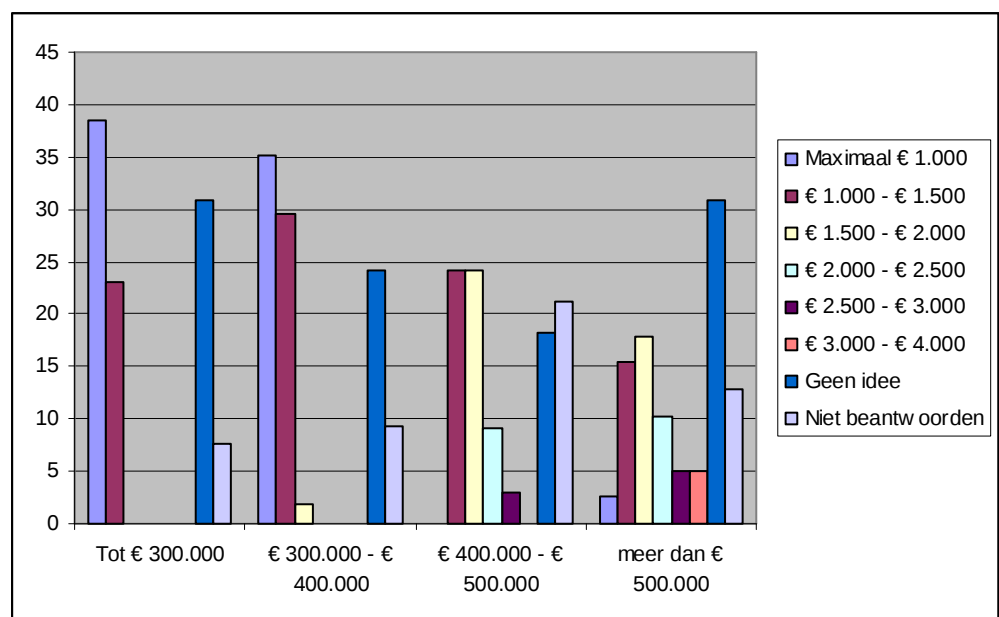
Grafiek XVI Wens voor duurzaamheid naar prijsklasse (%)



Grafiek XVII Voorkeur prijsklasse naar prijsklasse huidige woning (%)

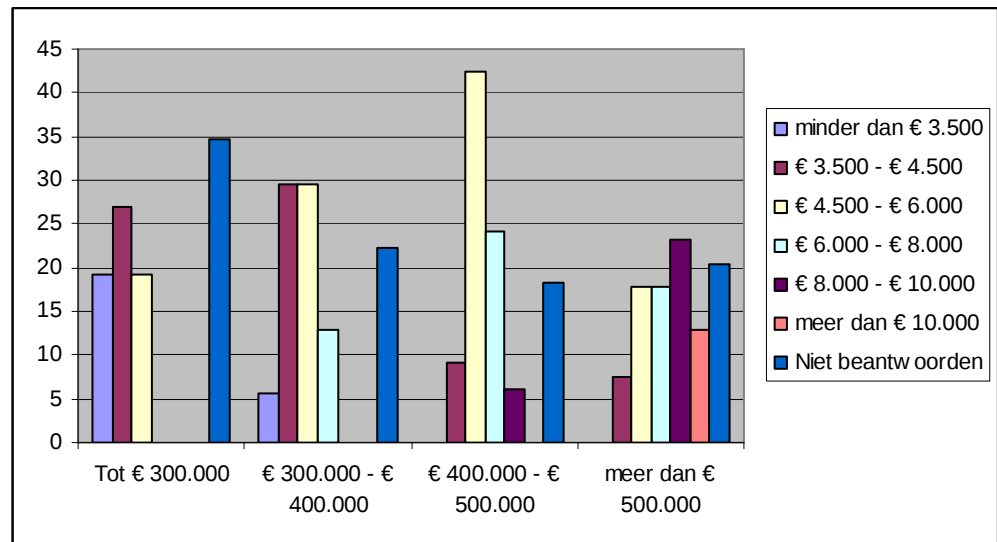


Grafiek XVIII Gewenste maandelijkse woonlasten naar gewenste prijsklasse (%)



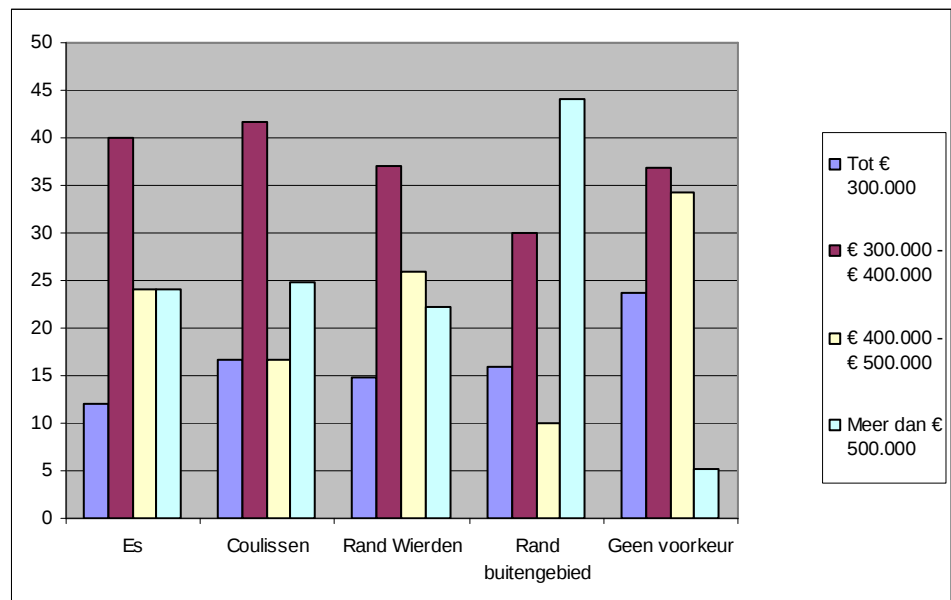
In de advisering is gekeken naar de hoofdlijn in verband met de beperkte celvulling bij deze vraag (vele antwoordcategorieën)

Grafiek XIX Inkomen naar gewenste prijsklasse (%)

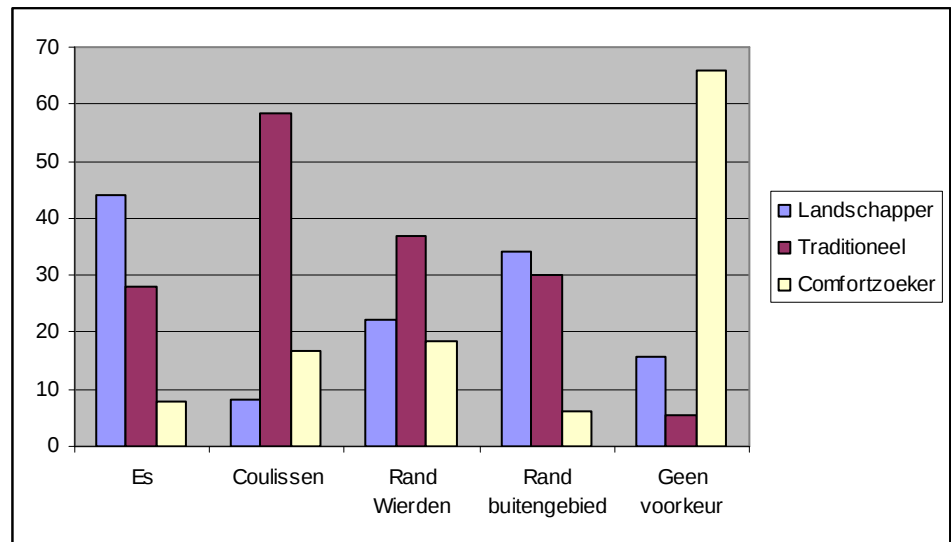


In de advisering is gekeken naar de hoofdlijn in verband met de beperkte celvulling bij deze vraag (vele antwoordcategorieën)

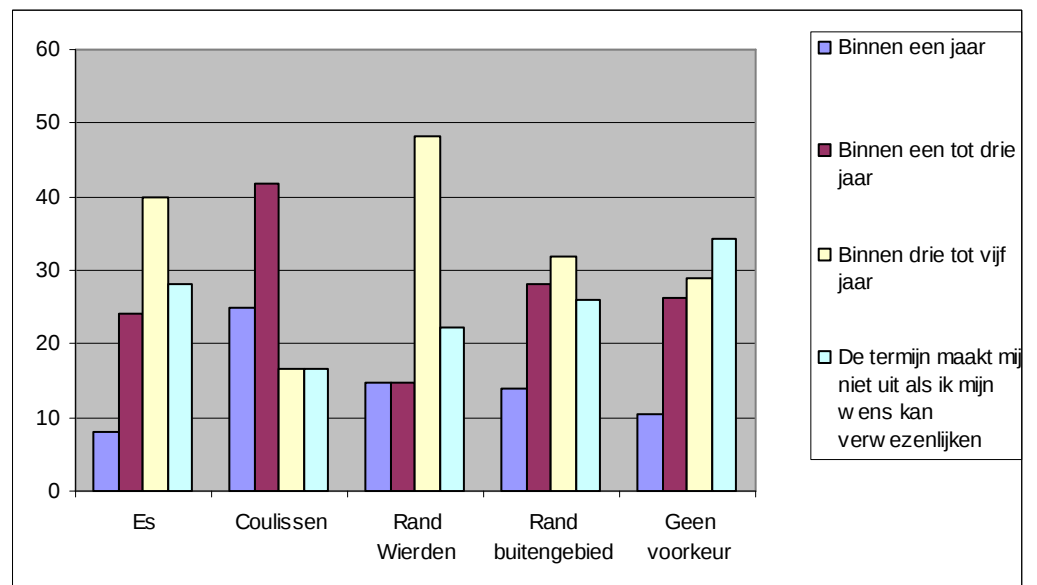
Grafiek XX Voorkeur prijsklasse naar voorkeur deel plan (%)



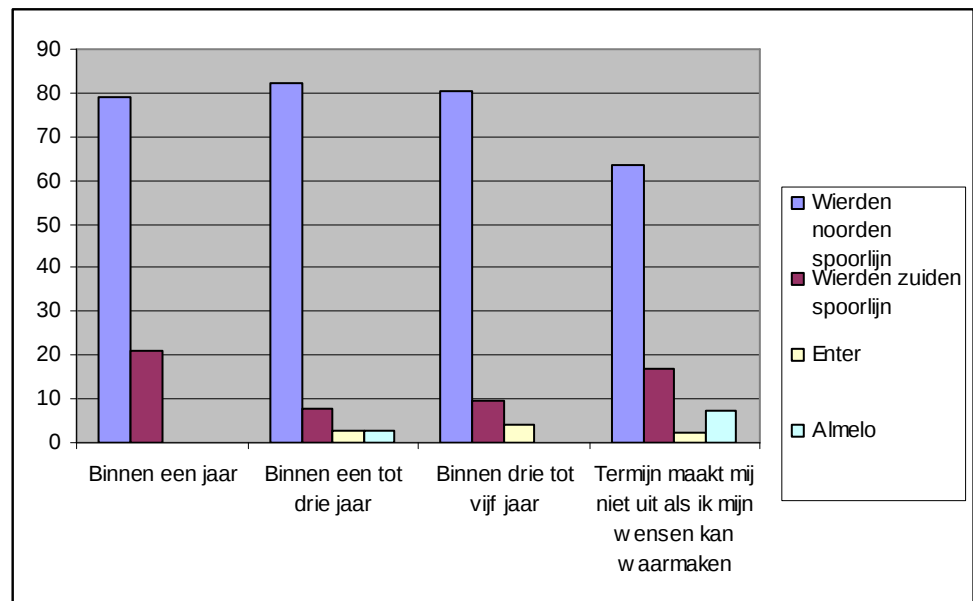
Grafiek XXI Voorkeur deel plan naar leefstijl (%)



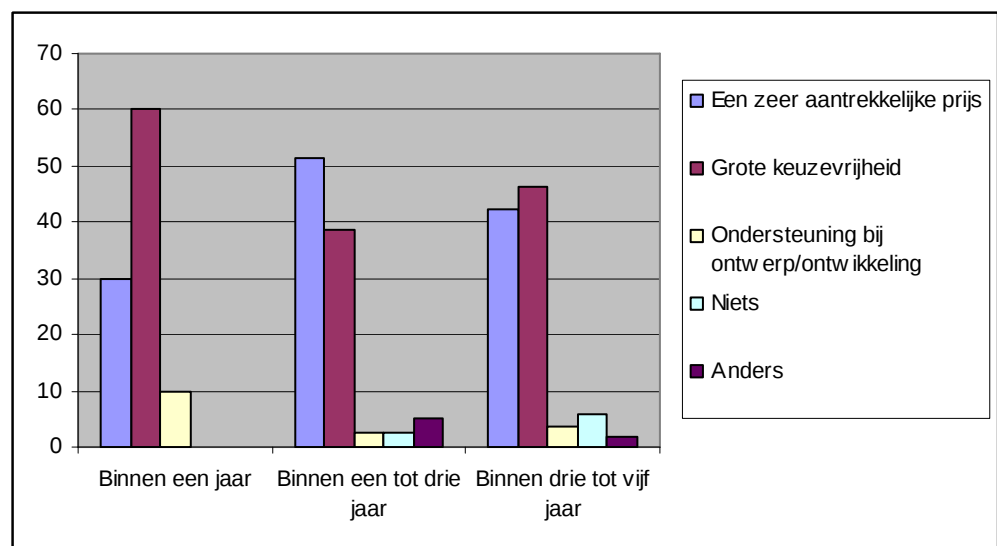
Grafiek XXII Voorkeur verhuistermijn naar voorkeur deel plan (%)



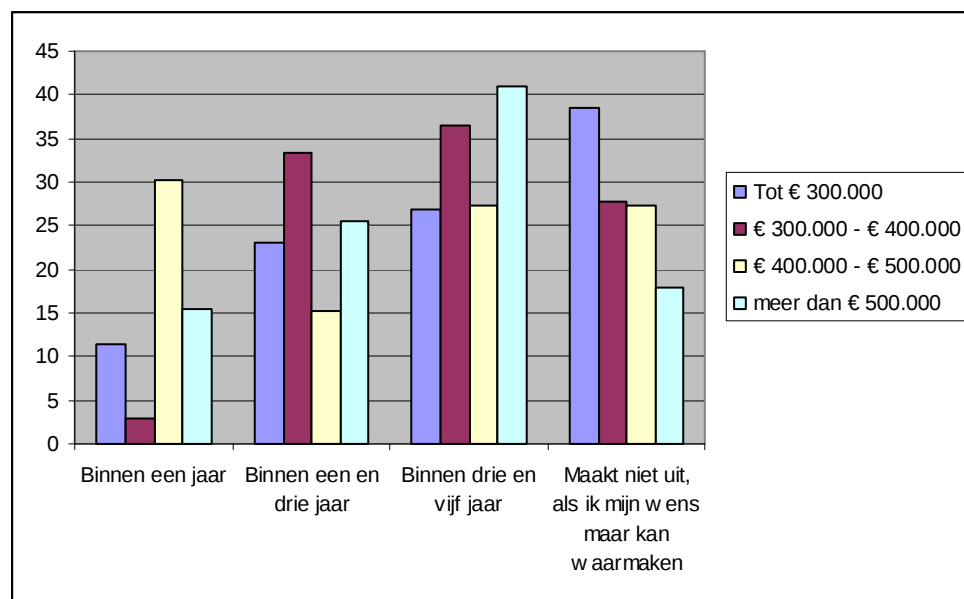
Grafiek XXIII Herkomst respondent naar voorkeur verhuistermijn (%)



Grafiek XXIV Verleidende factor zelfbouw naar verhuistermijn (%)



Grafiek XXV Gewenste prijsklasse naar verhuistermijn (%)



II Samenvatting interviews

Er zijn in totaal 17 interviews afgenomen, allemaal onder inwoners van Wierden. De hoofdlijnen daarvan lichten wij in deze bijlage toe. In algemene zin valt op dat veel geïnterviewden 'wat horen in de wandelgangen' over het prijsniveau voor Zenderink of over de voortgang in het proces. Het leeft onder de geïnterviewden. Daarnaast bevestigen de uitkomsten van de interviews grotendeels de uitkomsten van de enquête.

Ervaringen uit het verleden mee naar het heden: zeggenschap

Vrijwel alle geïnterviewden gaven aan dat zij graag in meer of mindere mate zelf zeggenschap willen hebben over hoe hun nieuwe woning eruit komt te zien en ingedeeld wordt. Sommigen hebben eerder een 'kant-en-klare' (nieuwbouw)woning gekocht en willen als ze nu gaan verhuizen meer zeggenschap over hoe hun nieuwe woning eruit komt te zien, ingedeeld en afgewerkt is. Gezien hun budget vindt een aantal geïnterviewden dat dit ook 'hun recht' is. Zeggenschap betekent in deze ook meestal zelf een aannemer en architect kiezen. Sommigen hebben eerder een eigen woning gebouwd, dat is goed bevallen vanwege die zeggenschap en dat willen zij nu weer. Het prijskaartje dat aan zelf bouwen hangt speelt ook mee. Voor een relatief gunstige prijs een woning op maat.

Meeste voorkeur voor kavel, ook geïnteresseerden in projectwoning met zeggenschap

De meeste geïnterviewden (14) zoeken een kavel vanuit hun wens en soms droom om hun eigen woning te bouwen. Er wordt al lang gewacht op de kavels in Zenderink. Er komt in Wierden en in het buitengebied weinig vrij en ook in Zuidbroek waren er zeer weinig kavels die niet voldeden aan de wensen. Veel van de geïnterviewden willen hun kans pakken in Zenderink. Dat betekent niet dat ze niet kritisch zijn. Er zijn een aantal geïnterviewden die zeker een kavel/woning willen kopen in Zenderink, maar het merendeel wil daarvoor wel een aantal randvoorwaarden ingevuld zien,

Randvoorwaarden

De meest genoemde randvoorwaarden zijn:

- zeggenschap;
- een scherpe prijs;
- ruime opzet;
- verkaveling die privacy biedt;
- vrijheid in bepalen oriëntatie van de woning (zuiden);
- termijn waarop het beschikbaar komt.

Als er tussen deze factoren gekozen moet worden, wordt zeggenschap net wat vaker gekozen als prijs. Argument: "als ik niet zelf mag bouwen woon ik prima in mijn huidige

woning", het moet wel een stap vooruit zijn. Prijs is belangrijk omdat dat voor dit deel van de geïnterviewden bepalend is of zij wel of niet kunnen verhuizen naar Zenderink. Het budget van de geïnterviewden varieert sterk: van € 300.000 tot € 900.000. Bij zeggenschap vinden de meeste geïnterviewden het logisch als er enkele basiseisen gesteld worden. Er is echter wel een grens: het mag niet 'betuttelend' worden en er moet voldoende keuze zijn voor de oriëntatie van de woning op de kavel.

Bonus

Er zijn ook kwaliteiten die een bonus maar geen vereiste zijn. De meest genoemde:

- groen;
- goede fietsontsluiting (naar het dorp);
- water (beleefbaar water zoals een vijverpartij);
- gevarieerde opzet.

De meeste geïnterviewden willen wel graag dat er bepaalde kaders zijn voor de gevarieerde opzet: eenheid in verscheidenheid, of zoals een van de geïnterviewden zei: "geen modern vierkant blok naast een Twentse boerderijstijl".

Duurzaamheid of verkeersluw worden relatief weinig genoemd als bonus. Het zit niet in de 'mindset' van de geïnterviewden. Het is mooi maar heeft niet specifiek hun aandacht. Duurzaamheid is goed, maar wordt over het algemeen rationeel benaderd: het moet terug te verdienen zijn. Slechts één geïnterviewde vindt deze duurzaamheid essentieel en wil een energieneutrale woning bouwen. Verkeersluw is mooi, maar als dat betekent dat de geïnterviewden (en hun bezoekers) de auto niet meer voor de deur kunnen parkeren is dat een 'dissatisfier'.

Concept wordt goed beoordeeld, liefst wat speelse opzet

Alle geïnterviewden zijn te spreken over de opzet (zoals in de enquête) van Zenderink. Vooral de ruime opzet, de kavels (zeggenschap), het groen en de nabijheid van het dorp spreken aan. Zowel de Es als de Coulissen zijn populair. Er is wel een voorkeur voor een wat speelse opzet waarbij de woningen niet teveel 'in rij' staan. De geïnterviewden met een hoger budget willen over het algemeen aan de rand van Zenderink wonen met vrij uitzicht op het buitengebied; voor de rest is er geen duidelijke voorkeur. Sommige geïnterviewden zijn in het verleden ook al actief betrokken geweest bij de plannen voor Zenderink. Zij hebben deelgenomen aan een bijeenkomst of hebben informatie opgevraagd.

Extra betalen voor droomkavel/woning

Wij hebben de geïnterviewden ook gevraagd of zij meer willen betalen dan hun huidige budget als de woning/kavel aan al hun wensen voldoet en het hun droomplek/woning is. Bijna alle geïnterviewden willen hun budget dan oprekken. Dit varieert van 5% tot 20%. Bij een aantal zijn de mogelijkheden hiervoor afhankelijk van de prijs die zij voor hun huidige woning krijgen.

Concurrentie: welke andere projecten/opties ziet de consument

Een deel van de geïnterviewden wacht echt op Zenderink, een deel kijkt ondertussen om zich heen. Ze zoeken op één na allemaal alleen in Wierden. Er wordt vooral gezocht naar kavels of verouderde woningen in het buitengebied. Bestaande vrijstaande woningen in Wierden zelf is maar voor een beperkt aantal mensen een optie. Als er andere kavels of luxere woningen in een groene ruime omgeving vrijkomen in Wierden is dit ook een optie. Zuidbroek is echter voor geen van de geïnterviewden een optie. De ligging langs de A35, de hoge dichtheid, eenheid in stijl, beperkte keuzevrijheid (incl. kavels) zorgen ervoor dat de locatie en het plan de geïnterviewden niet aanspreekt.

Langere optietermijn maakt Zenderink aantrekkelijker

Een deel van de geïnteresseerden wil hun huidige woning verkopen voordat zij een kavel/woning op Zenderink kopen. Om deze groep te verleiden is het aanbieden van een langere optietermijn op de kavel/woning (waarbinnen zij hun huidige woning kunnen verkopen) een extra pull-factor.

Beslissing en duidelijkheid gevraagd

Een aantal geïnterviewden geeft aan dat zij graag wil dat de gemeente een beslissing neemt over de (vorm van) de ontwikkeling van Zenderink: gaat het door? Wat wordt er aangeboden? En wanneer wordt dat aangeboden? Zij willen graag duidelijkheid zodat zij kunnen beslissen of ze willen verhuizen naar Zenderink, of dat ze hun huidige woning gaan opknappen of elders gaan kopen.

III Toelichting Inbo Soulife© Leefstijlen en Woonmilieus

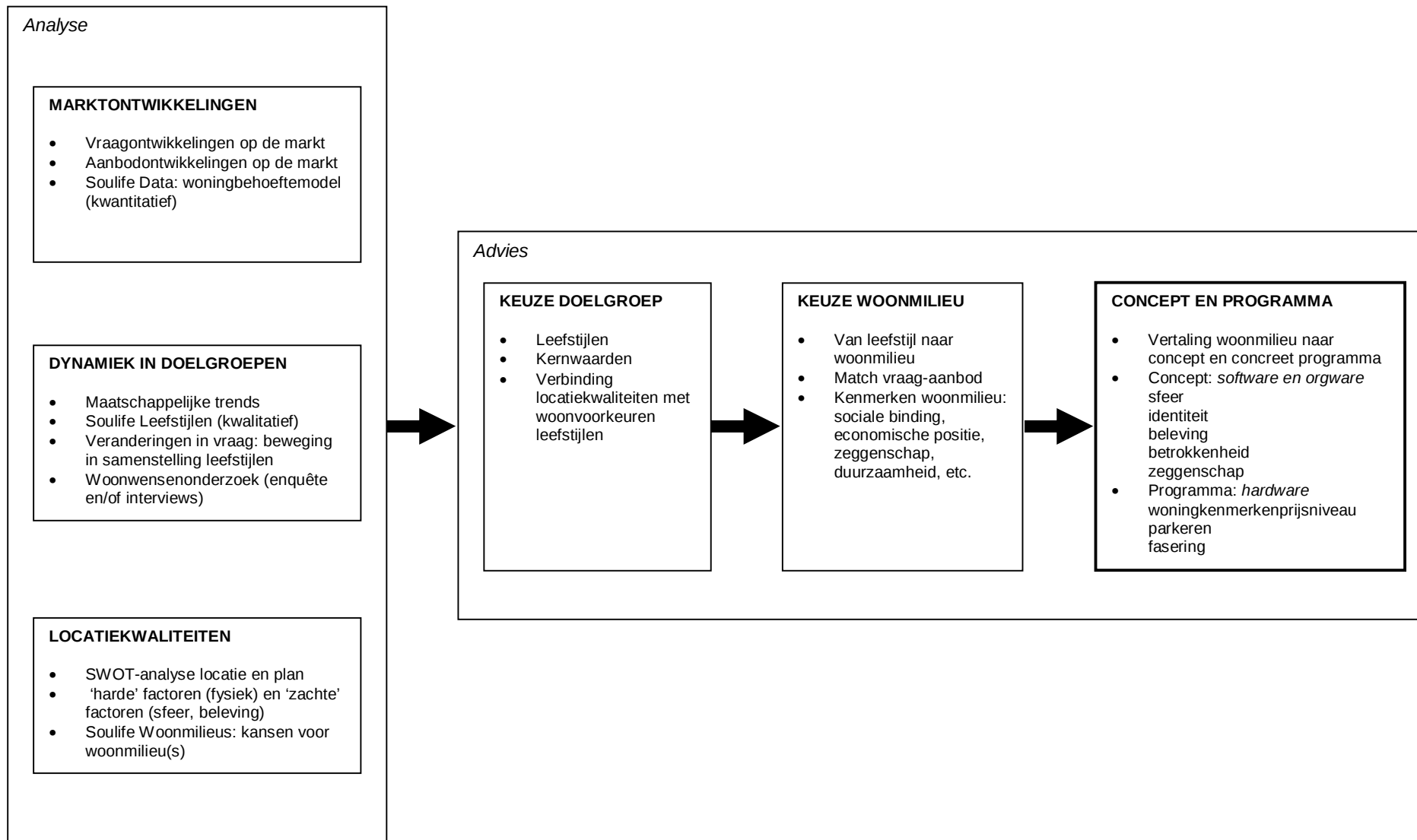
Soulife©: grip op de woonvraag

De verandering van de woningmarkt, waarbij de kwalitatieve woonvraag meer centraal is komen te staan, hebben wij in onze werkwijze 'handen en voeten' gegeven met behulp van Soulife. Dit is ons model om het vraagpotentieel te berekenen en te vertalen naar leefstijlen en woonmilieus. Soulife is gebaseerd op 10 jaar woonwensen- en marktonderzoek en geeft inzicht in de omvang én verscheidenheid van de woonvraag. Ten opzichte van andere bureaus die leefstijlen toepassen, onderscheiden wij ons in de concretisering: van visie en concepten naar concrete haalbaarheid en woonproducten, waarbij advies varieert van uitstraling tot aantal kamers en indeling.

Soulife toont de huidige doelgroepen en woonomgevingen en speelt in op de ontwikkelingen in de toekomst. Dat laatste doen we door sociaal-culturele en economische trends te vertalen naar wat dat betekent voor wonen en leven. Fysieke én sociale duurzaamheid zijn hierbij sleutelwoorden. Bij het bepalen van de doelgroep en de vertaalslag naar een kansrijk programma verbinden wij op deze manier fysieke aspecten (hardware) aan aspecten als sfeer en beleving (software) en marketing en betrokkenheid (orgware). Wij hebben hiervoor 4 modules: Soulife Leefstijlen, Soulife woonmilieus, Soulife Trends en Soulife Data. Wij lichten hieronder de in dit advies gebruikte modules Leefstijlen en Woonmilieus toe.

Samenhang Soulife© Leefstijlen en Woonmilieus

Uiteindelijk hangen leefstijlen en woonmilieus natuurlijk nauw met elkaar samen, zo ook onze modules Leefstijlen en Woonmilieus. Een woonmilieu is het thuis voor één of meerdere leefstijlen. Onze twee modules combineren vraag en aanbod op korte en lange termijn zowel kwantitatief (absolute woningbehoefte) als kwalitatief (woonwensen). Door leefstijlen en woonmilieus aan elkaar te koppelen wordt duidelijk waar opgaven liggen op de woningmarkt. Welke leefstijlen worden nog onvoldoende bediend, welke woonmilieus zijn onder-/oververtegenwoordigd, welke maatregelen zijn wenselijk om leefstijlen en woonmilieus beter op elkaar te laten aansluiten en in welke mate past een concept bij de beoogde doelgroepen en locatiekwaliteiten? Hieronder hebben wij dit schematisch weergegeven.



Soulife© Leefstijlen

In ons leefstijlenmodel Soulife onderscheiden wij zes platforms en twaalf leefstijlen. Hieronder staan deze kort omschreven.

Stability – het gezin als hoeksteen van de samenleving

De mensen binnen dit platform hechten aan een geregeld leven in een stabiele woonomgeving. Het zijn niet zelden de mannen die werken en de vrouwen die parttime werken en voornamelijk voor de kinderen zorgen. De 'empty-nesters' in deze groep willen genieten van hun vrij gekomen tijd en hechten veel waarde aan comfort en een rustige woonomgeving. De twee leefstijlen die bij dit platform horen:

- Traditioneel: dit zijn vooral de gezinnen met kinderen;
- Stille genietster: de meer oudere traditionelen die genieten van hun vrijheid.

Solidarity – gezelligheid en samenhang in de buurt

Dit platform hecht zeer aan sociale contacten. Niet alleen familie en vrienden zijn belangrijk, maar ook de buurt is van groot belang. Gezelligheid is het sleutelwoord. Mensen gaan veel met elkaar om en houden regelmatig activiteiten in hun sociale omgeving. Een specifieke groep binnen dit platform bestaat uit alternatieve mensen die onderdeel zijn van een hechte 'scene'. De twee leefstijlen die bij dit platform horen:

- Dorpeling: dit zijn vooral de huishoudens die leven volgens de gezellige Nederlandse standaarden van leven;
- Eigenzinnige: dit is de 'scene', deze mensen staan met één been in de samenleving en met één been op de barricaden voor een betere samenleving.

Sustainability – een duurzame omgeving en toekomst

Een platform dat in omvang meegroeit met de huidige trend van duurzaamheid. Deze mensen zijn maatschappelijk betrokken en een deel houdt zich zeer bewust bezig met een duurzame toekomst. Een energiezuinige woning en woonomgeving zijn net zo belangrijk als hybride en/of elektrische auto's en biologisch eten. De twee leefstijlen die bij dit platform horen:

- Principeel: houden sterk vast aan hun principes en zijn nauwelijks bereid tot concessies. Alles moet duurzaam zijn, van woning en auto tot boodschappen.
- Landschapper: is meer gericht op het genieten van een groene, ruime en duurzame omgeving.

Individuality – cultuurbewust en statusgevoelig

Deze mensen zijn op zichzelf gesteld en houden van status. De buitenwereld mag zien dat zij het helemaal hebben gemaakt in het leven. Ze zijn zeer gehecht aan upscale vormen van uitgaan, theater en andere culturele voorzieningen. Hun woning is het visitekaartje voor hun succes. De twee leefstijlen die bij dit platform horen:

- Individualist: sterk gericht op persoonlijke ontwikkeling, prestaties en succes;
- Consumist: is meer uitgesproken dan de individualist en laat het succes ook graag zien. Status is belangrijk in alle facetten van wonen en leven.

Flexibility – het sociale netwerk is belangrijker dan het huis

Deze groep is zeer flexibel, hun sociale netwerk is over heel Nederland verspreid en de mobiliteit is groot. Hun huis vormt een uitvalsbasis: na het werk komt men snel thuis en gaat er weer vandoor om in de stad te eten en vrienden te ontmoeten. Voor sommige hoeft de woning daarom alleen maar praktisch te zijn, anderen laten met hun woning zien hoe werelds zij zijn georiënteerd. De twee leefstijlen die bij dit platform horen:

- Hypermobiel; druk druk druk gaat voor deze doelgroep op. Na het werk snel eten, vrienden opzoeken, plezier hebben, slapen en weer werken.
- Wereldburger: zoekt de mobiliteit van en naar het buitenland. Korte en lange reisesjes worden afgewisseld en geven kwaliteit aan het leven.

Opportunity: kansen grijpen op het vlak van carrière en wonen

Het platform waar mensen hun kansen pakken vanuit een stabiele basis. Ze zijn zich zeer bewust van hun mogelijkheden op de arbeids- en woningmarkt en zijn berekenend als het gaat om investeringen. Voor deze groep zijn factoren als gemak en prijs-kwaliteit belangrijke keuzecriteria. De twee leefstijlen die bij dit platform horen:

- Opportunist: deze combineert een succesvolle carrière met een prettig (gezins)leven en een leuke vrijetijdsbesteding;
- Comfortzoeker: is meer gericht op het eigen huishouden en stelt hoge eisen als het gaat om comfort, ruimte en kwaliteit van de woonomgeving.

Soulife© Woonmilieus

In ons model onderscheiden wij 12 woonmilieus. De woonmilieus zijn gebaseerd op de beleving van het woonmilieu: welke sfeer hangt er? Welke kernwaarden staan er centraal? In deze beleving en kernwaarden ligt de link met de leefstijlplatforms en leefstijlen die wij onderscheiden. Daarnaast zijn de woonmilieus gekoppeld aan onze leefstijlen via de assen economische positie en sociale binding uit ons model. De twaalf woonmilieus laten een grote diversiteit zien aan woonomgevingen: van 'recht-toe-recht-aan' uitbreidingswijken waar het prettig wonen is voor gezinnen tot hele specifieke woongebieden voor mensen die er hun droom realiseren. De woonmilieus hebben elk zo hun eigen gevoel en eigen identiteit.

De kernkwaliteiten van onze woonmilieus zijn als volgt samen te vatten:

- In the buzz: dynamisch
- At Ease: levendig
- Base: praktisch
- Topbuurt: ons kent ons
- Kidz: veilig
- Charme: authentiek
- Domein: interesse
- Self Made: individueel
- Onbezorgd: geborgen
- Na de Olie: overtuiging
- Outdoors: vrijheid
- Kijk Mij: status

Referentie	410/ML/P07282
Project	Advies Zenderink -