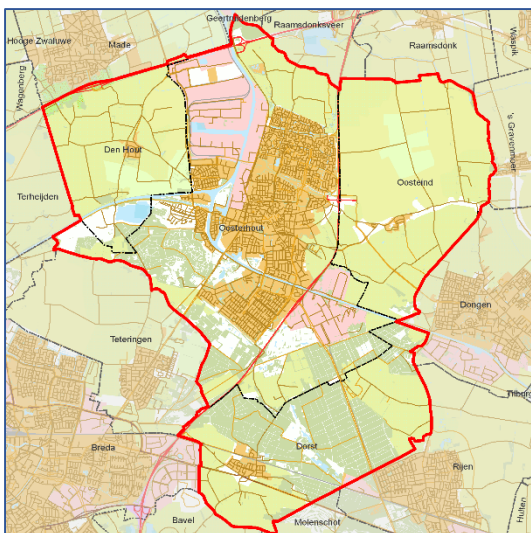

Marktonderzoek

Effectieve vraag Oosterhout

De vraag naar nieuwbouwwoningen en
de dynamiek in de bestaande voorraad



Datum: 5 februari 2016
Projectcode: 102205
Opsteller: Ariën Versteeg, Gert-Jan Hagen



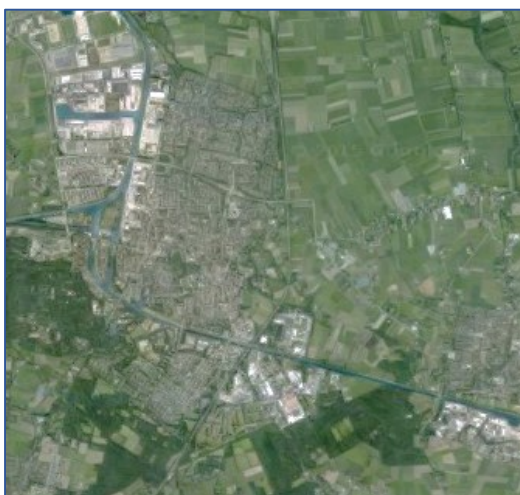
OOSTERHOUT

- CIRCA 54.000 INWONERS
- CIRCA 23.000 HUISHOUDENS



NIEUWBOUWPLANNEN:

- NIEUWBOUWPROGRAMMA VAN CIRCA 2200 WONINGEN IN DE KOMENDE 10 JAAR, MERENDEELS RIJWONINGEN, 2-KAPPERS EN VRIJSTAANDE WONINGEN;



BESTAANDE VOORRAAD:

- CIRCA 24.000 WONINGEN WAARVAN:
- 40% HUURWONINGEN EN 60% KOOPWONINGEN,
- 35% MEERGEZINSWONINGEN EN 65% EENGEZINSWONINGEN;
- CIRCA 50% IN DE WOONMILIEUS RUSTIG STEDELIJK EN WOONWIJK HOOGBOUW;

Inhoud

Inleiding	4
Uw vraagstelling	4
Onze aanpak	4
Methodiek Woningmarktanalyse Nieuwbouw	5
Onze methodiek op hoofdlijnen.....	6
Positionering van Oosterhout	7
Analyse van gerealiseerde verhuisbewegingen	8
De vraag naar nieuwbouwwoningen in Oosterhout.....	9
De bestaande woonmilieus	10
De toekomstwaarde van de bestaande voorraad	12
De voorraadstrategie.....	14
Het nieuwbouwaanbod	16
Programmering van de Contreie	18
Bijlage 1: Onderzoeksmethodiek.....	19
Bijlage 2: Toelichting op de gehanteerde woonmilieus	21



Inleiding

De gemeente Oosterhout, met daarin de kernen Dorst, Den Hout en Oosteind, heeft een aantal nieuwbouwprojecten in uitvoering. Binnen de regio en de provincie zijn afspraken gemaakt over de jaarlijkse productieaantallen. De gemeente vraagt zich af of ze met het huidige contingent voldoende nieuwbouwaanbod creëert.

De toekomstige woningvoorraad bestaat grotendeels uit de bestaande woningvoorraad. Een goed volkshuisvestelijk beleid houdt daar rekening mee. Wat is op termijn de gewenste woningvoorraad? Op welke wijze kan nieuwbouw strategisch bijdragen aan de toekomstwaarde van de stad?

In een vraaggerichte markt moet de woonconsument centraal staan. In deze rapportage gaan wij in op die woonconsument. Hoeveel consumenten zijn er, welke producten verwachten ze en hoe kunnen we ze bereiken? Dit onderzoek dient ter onderbouwing van het gemeentelijke woningbouwprogramma binnen de looptijd van het bestemmingsplan.

Uw vraagstelling

U heeft Fakton gevraagd inzicht te geven in:

- de huishoudens van Oosterhout en de bestaande woningvoorraad;
- de dynamiek in de lokale markt door een koppeling van deze kenmerken aan de gerealiseerde verhuisbewegingen en aan demografische ontwikkelingen;
- de effectieve vraag naar nieuwbouwwoningen in de gemeente Oosterhout, zowel in productsegmenten en als in woonmilieus;
- de toekomstwaarde en de marktwaardering van de bestaande voorraad;
- de strategische nieuwbouw en de kwetsbare voorraad, inclusief voorraadstrategie;
- matches en mismatches tussen vraag en programma in projecten.

Onze aanpak

Wij voeren ons marktonderzoek uit op basis van een gedetailleerd inzicht in de woonconsument, gebaseerd op big data van (conventionele) parameters van woningen en huishoudens aangevuld met socio-economische data over waardeoriëntatie en leefstijlen van bewoners. Dat levert kwalitatief en kwantitatief inzicht op basis van werkelijk gerealiseerd gedrag, geen wensbeelden.

De vraag specificeren wij naar productsegmenten en naar woonmilieus. In de volgende paragraaf vindt u een uitleg van deze methodiek. In de bijlage vindt u meer detail, inclusief een uitleg van de waardeoriëntatie en leefstijlen van bewoners in de kleuren rood – blauw – geel en groen (zogenaamde BSR-profielen). De resultaten presenteren wij in overzichtelijke tabellen en kaartbeelden.

In ons onderzoek hanteren wij de volgende prijsklassen:

HUUR		
-	€ 175.000	goedkoop
€ 175.000	€ 225.000	middelduur
€ 225.000	+	duur
KOOP		
-	€ 175.000	goedkoop
€ 175.000	€ 225.000	middelduur laag
€ 225.000	€ 300.000	middelduur hoog
€ 300.000	€ 400.000	duur laag
€ 400.000	+	duur hoog



Methodiek Woningmarktanalyse Nieuwbouw

Stap 0: data



Wij beschikken over gedetailleerde gevalideerde data voor elk huishouden en elke woning in Nederland, gebaseerd op 'big data analyse' van diverse bronnen.

Daarnaast beschikken wij over de gerealiseerde verhuizingen in de periode 2005 tot en met 2013. Met dit bewezen verhuisgedrag is voor elk huishouden een kans **op verhuizen te bepalen**.

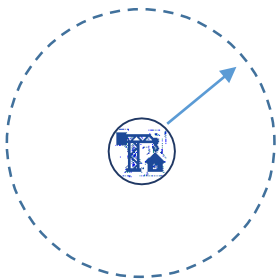
Stap 1: selectie brongegevens



Het verhuispatroon voor geheel Nederland is niet representatief voor een project. Wij analyseren daarom een lokaal gebied met 500.000 inwoners. Daaruit volgt een lokaal verhuispatroon.

Wij bepalen uit het lokaal verhuispatroon de lokale catchment area: het verzorgingsgebied van een project of gemeente.

Stap 2: bepaling vraag



Het regionale verhuispatroon filteren wij naar nieuwbouwwoningen en projecteren wij op de catchment area. Zo ontstaat een beeld van de vraag naar nieuwbouwwoningen, zowel in productsegmenten als in woonmilieus.

Wij checken de uitkomst aan de hand van andere bronnen, zoals demografische prognoses.

Stap 3: specificatie vraag



Wanneer bekend is welk product en welk woonmilieu wordt aangeboden, dan reduceren wij de totale effectieve vraag binnen de catchment area naar de effectieve vraag die matcht bij het aanbod. Zo ontstaat een specifieke vraag bij het specifieke aanbod.

Stap 4: specificatie doelgroep



De doelgroep die de effectieve vraag uitoefent, is nu bekend. Daarmee kunnen wij ook de achterliggende kenmerken van deze doelgroep uitlezen. Wat zijn de kenmerken? Waar woont de doelgroep nu?



Onze methodiek op hoofdlijnen

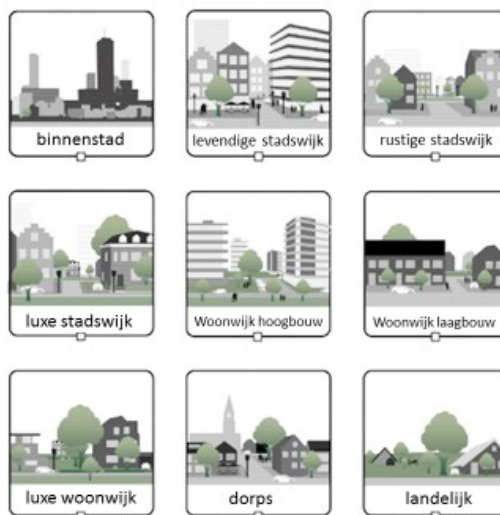
Enquêtes maken het slechts beperkt mogelijk een beeld te vormen van de wens van de woonconsument en haar vraag (afhankelijk van financiële mogelijkheden en het aanbod). De moderne ontwikkelingen in het vergaren en verwerken van vele gegevens maken het mogelijk een beter gefundeerd en gedetailleerd inzicht te verkrijgen over wie de Goudse inwoner is, waar de verschillende mensen wonen, in welk woonmilieu, hoe het gesteld is met de leefbaarheid, wie naar welke wijken en kernen verhuizen en tot welke prijsvorming op de woningmarkt dit leidt.

Wij beschikken over een landsdekkende consumentendatabase, waarin alle adressen in NL zijn opgenomen met per adres informatie over het object (zoals woningtype, grootte, WOZ-waarde, eigendomsvorm, woonmilieu) en het subject (leefstijl, levensfase, koopkracht, opleiding, ...). Ook beschikken wij over de database met verhuizingen in NL vanaf 2005-2011/ 2013 (Bron: Post NL).

Op basis van deze databases hebben wij een kansenmodel opgesteld, waarin per type huishouden in combinatie met de woning waarin dat huishouden woont, een verhuiskans wordt bepaald naar alle onderscheiden productsegmenten. De parameters voor het model bepalen we voor ieder onderzoek voor het omringende gebied waarin 500.000 huishoudens wonen. In Oosterhout kijken we dus naar het specifieke woningmarktgedrag aldaar. Deze wijkt af van het gedrag in bijvoorbeeld Groningen. Het model past de gevonden parameters toe op de populatie die nu in de betreffende gemeente woont. Op basis hiervan bepalen wij de vraag.

Het model is gebaseerd op de verhuizingen in de periode 2005-2013. Hierin is zowel laagconjunctuur als hoogconjunctuur opgenomen. Op deze manier kan per huis, buurt, wijk of gemeente de vraag in beeld worden gebracht.

In ons onderzoek hanteren wij een indeling in de volgende woonmilieus:



Deze woonmilieus zijn statistisch bepaald aan de hand van de bekende gegevens per woning:

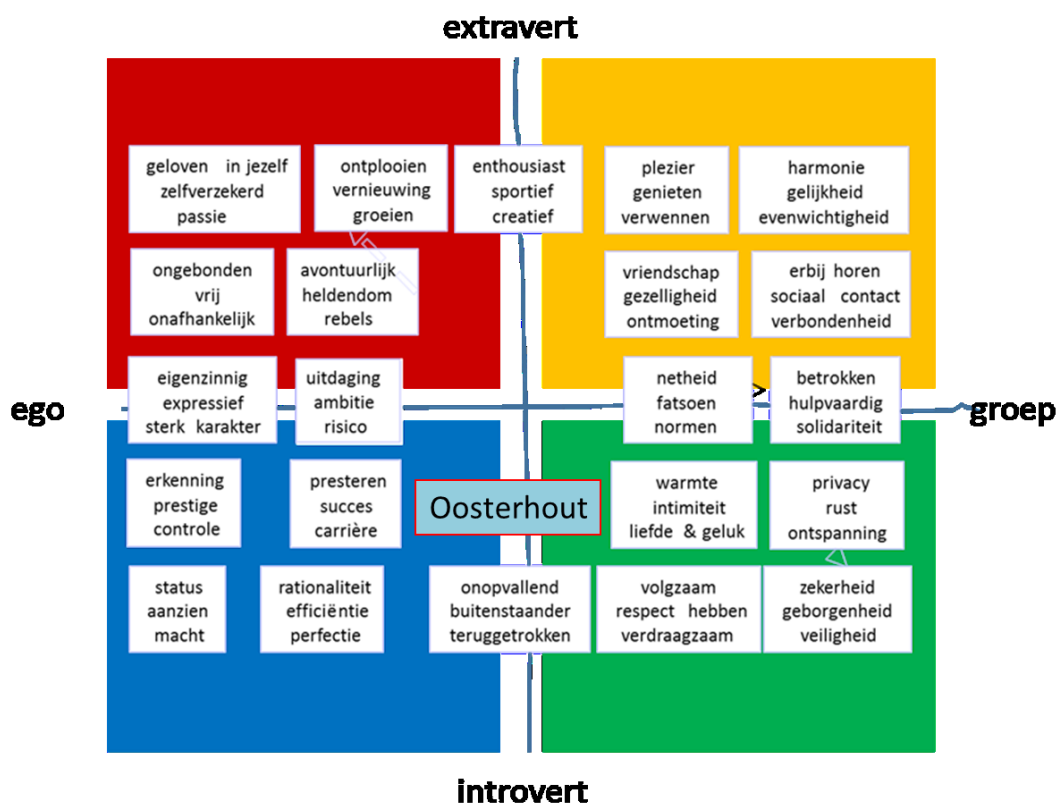
- Waardeoriëntatie van het huishouden;
- Bouwjaar van de woning;
- WOZ waarde van de woning;
- Woningtype;
- Aantal adressen in een postcodegebied

Hierbij houdt de determinatie van het woonmilieu rekening met de woningen in een straal van 500 m (de uitkomst is een gewogen gemiddelde van de woonomgeving). Een winkelcentrum zal daarom 'meekleuren' met de woonomgeving. Bijlage 2 toont een toelichting op deze woonmilieus aan de hand van ruimtelijke kenmerken.

Positionering van Oosterhout

Eén van de verklarende variabelen in ons onderzoek is de waardeoriëntatie van de woonconsumenten in Oosterhout. De doorsnede van de huidige bevolking zegt iets over de gemeente.

Onderstaand diagram toont de positionering van Oosterhout: de gemeente kent een bevolking die meer dan gemiddeld gericht is op de meer groen en blauwe waarden. Introvert en minder stedelijk met een herkenbaar deel dat op status is gericht. In de regio kent Breda een mee roodblauwe signatuur, Tilburg rood-geel en zijn de omliggende dorpen rond Oosterhout voornamelijk op groen gericht.



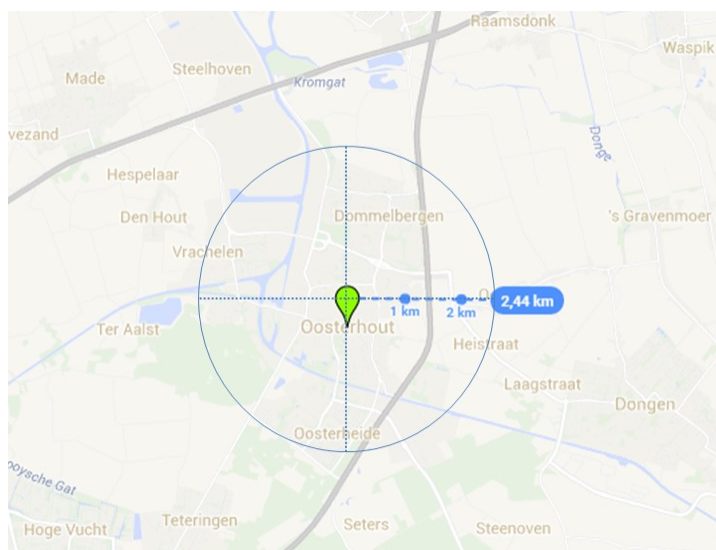
Opvallend is de relatief lage vertegenwoordiging van de rode waardeoriëntatie, ook wanneer we inzoomen op de binnenstad. In veel steden is de rode doelgroep sterk vertegenwoordigd in de stedelijke woonmilieus. In Oosterhout zien wij deze doelgroep op een paar specifieke plaatsen terug, bijvoorbeeld in De Burcht en in Slotjes Midden langs het Wilhelminakanaal. Dat blijken plaatsen waar jongeren naartoe trekken. Wij zien hierin een vraag naar woningen die dicht bij de binnenstad zijn gelegen, aantrekkelijk geprijsd maar niet per sé nieuwbouw.



Analyse van gerealiseerde verhuiscbewegingen

Verhuisafstanden vertonen een stabiel patroon: de verhuisafstand van de eerste 50% van het aantal verhuizingen naar een locatie is een betrouwbare indicator van de lokale woningmarkt. De 'catchment area' is het gebied rond het project waaruit wij de helft van alle verhuizingen naar een locatie verwachten.

Deze catchment area verschilt per productcategorie. Voor nieuwbouwwoningen kent het catchment-area een verhuisafstand van 2,4 km. Onderstaande figuur toont de catchment area voor Oosterhout:



Figuur 1 Catchment-area Oosterhout

Deze afstand is klein: de woningmarkt in Oosterhout is sterk lokaal georiënteerd. Dat neemt niet weg dat er verhuizingen van verder weg plaatsvinden, maar naar verhouding minder dan in vergelijkbare gemeenten.

Dit beeld wordt bevestigd door de geregistreerde verhuiscbewegingen naar de Contreie: meer dan 60% van de verhuizingen naar de Contreie is afkomstig uit Oosterhout zelf.

Wanneer we inzoomen op de verschillende productsegmenten, dan blijkt dat de gemeente Oosterhout met name in de duurdere prijssegmenten meer vertrekkers dan vestigers kent. In de eengezinswoningen in de middeldure huur zien wij ruim meer vestigers dan vertrekkers.

Migratie (+ = vetrekoverschot)	
HUUR - Eengezins - tot 175	--
HUUR - Eengezins - 175-225	+++
HUUR - Eengezins - 225+	-
HUUR - Meergezins - tot 175	0
HUUR - Meergezins - 175-225	-
HUUR - Meergezins - 225+	+
KOOP - Eengezins - tot 175	--
KOOP - Eengezins - 175-225	--
KOOP - Eengezins - 225-300	0
KOOP - Eengezins - 300-400	-
KOOP - Eengezins - 400+	-
KOOP - Meergezins - tot 175	--
KOOP - Meergezins - 175-225	-
KOOP - Meergezins - 225-300	+
KOOP - Meergezins - 300-400	++
KOOP - Meergezins - 400+	++

De vraag naar nieuwbouwwoningen in Oosterhout

De effectieve vraag naar een nieuwbouwwoning van de eigen inwoners in Oosterhout bedraagt 180 tot 220 nieuwbouwwoningen per jaar. Onderstaande tabel toont de onderverdeling in productsegmenten:

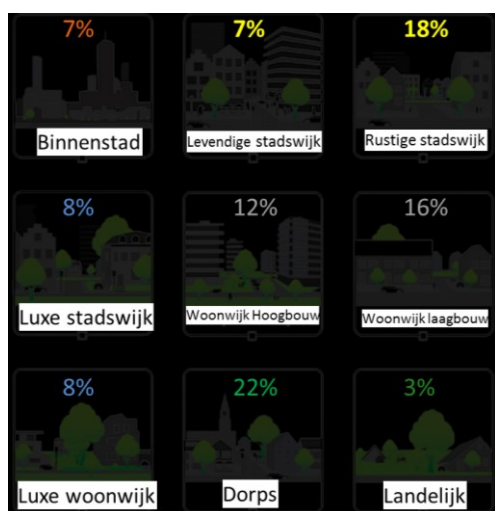
Productsegmenten		Effectieve vraag	
Huur	Eengezins	Tot 175	14
		175-225	11
		225+	8
	Meergezins	Tot 175	36
		175-225	19
		225+	13
Koop	Eengezins	Tot 175	10
		175-225	11
		225-300	12
		300-400	14
		400+	17
	Meergezins	Tot 175	11
		175-225	8
		225-300	9
		300-400	5
		400+	2

Tabel 1 Jaarlijkse vraag in Oosterhout

De verhouding tussen huur en koop ligt op ongeveer 50 % – 50 %, evenals de verhouding eengezinswoningen - meergezinswoningen.

De effectieve vraag laat zien dat er ruimte is voor een toevoeging van 1800 – 2200 woningen in de komende tien jaar. Aangezien de laatste jaren in de crisis nauwelijks is geproduceerd, berekenen wij een extra eenmalige inhaalvraag van 300 woningen. De totale vraag in de planperiode 2016-2025 bedraagt 2100 - 2500 nieuwbouwwoningen.

Onderstaand diagram toont de verdeling van de effectieve vraag in de diverse woonmilieus:

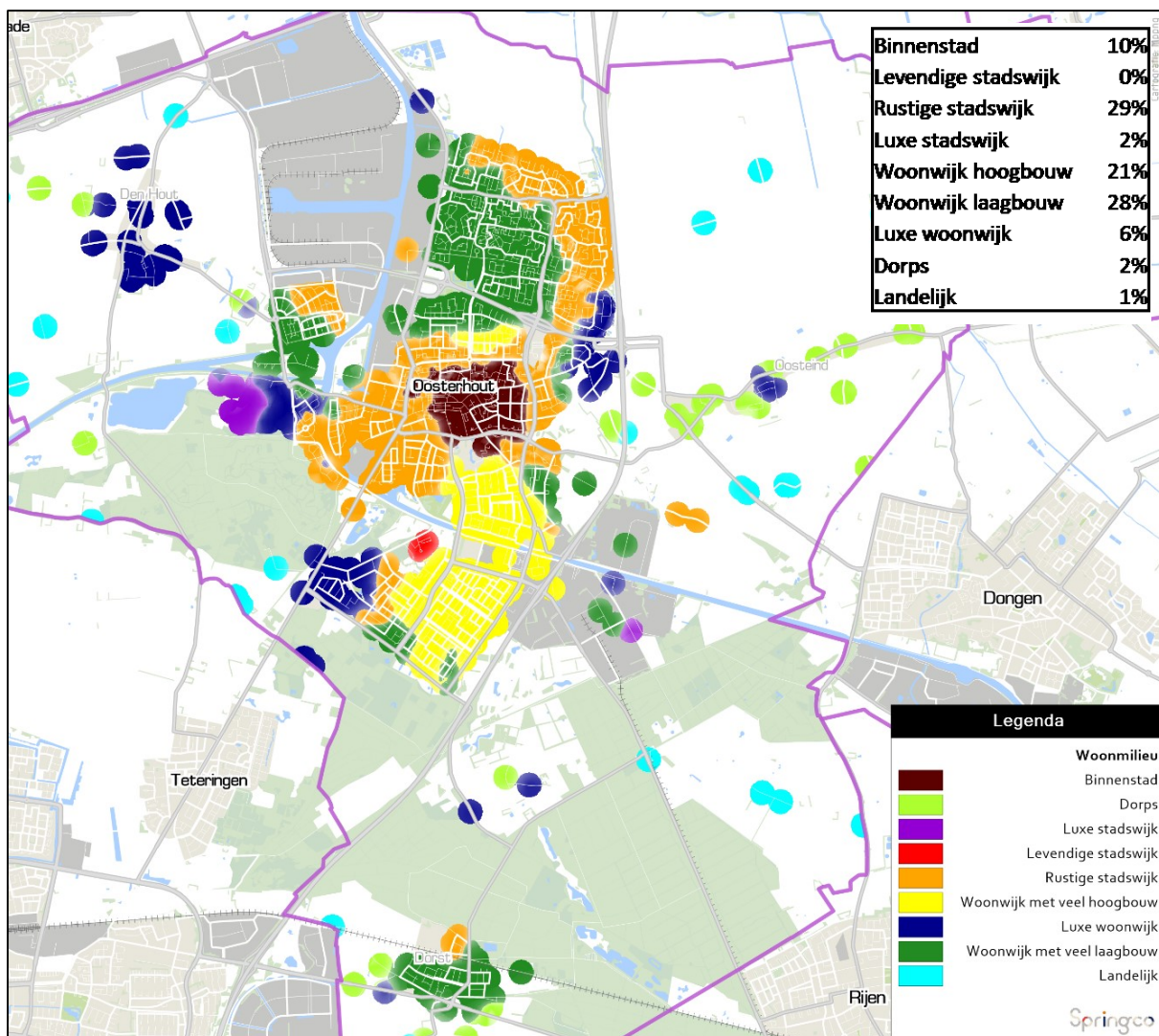


Figuur 2 Vraag in woonmilieus in Oosterhout



De bestaande woonmilieus

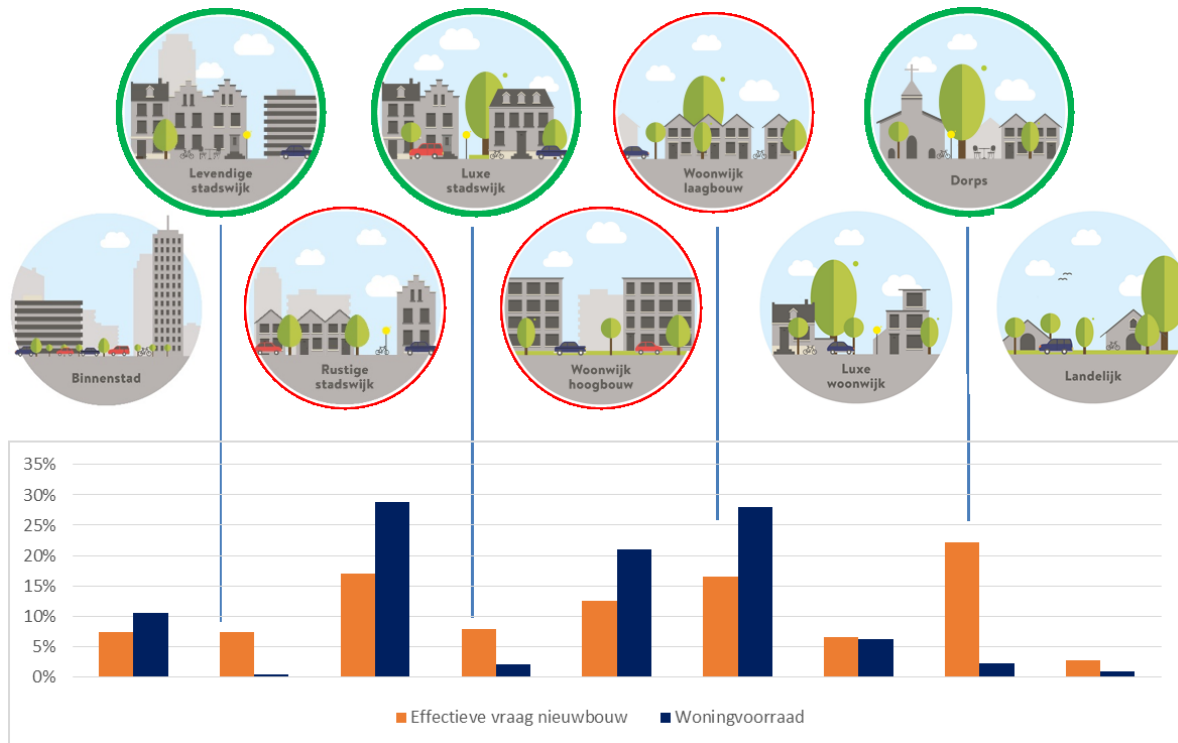
In Oosterhout herkennen we de onderstaande woonmilieus:



Opvallend is de stedelijke rand aan de noordoostzijde: hier is sprake van een hoge dichtheid. Aan de zuidoostzijde is veel hoogbouw. Rond de binnenstad ligt een ring aan rustig stedelijke woongebieden, uitwaaiierend naar het zuidwesten. Aan de westzijde van Oosterhout zien wij luxere woonmilieus.

Dorst kent een dorps karakter met een mengeling van een dorps woonmilieu en ook veel laagbouw. Den Hout kent een luxer woonmilieu. Oostend toont een dorps woonmilieu.

De samenstelling van de bestaande voorraad verschilt van de samenstelling in de effectieve vraag naar nieuwbouw. Onderstaand diagram toont de verschillen per woonmilieu:



Dit maakt duidelijk dat Oosterhout moet inzetten op twee uitersten: levendig stedelijk, luxe stedelijk of echt dorps. Het gehele midden kent een al groot aanbod in de bestaande voorraad. Verder toevoegen van deze milieus maakt de bestaande voorraad kwetsbaarder.

Het succes van de ontwikkeling van Santrijn, dicht bij de binnenstad en met een bijzondere oplossing voor (half)verdiept parkeren, is verklaarbaar vanuit de vraag naar luxe en levendige stadsmilieus.

De Contreie ontwikkelt zich in het luxe woonmilieu. Hier liggen mogelijk kansen in een meer dorps karakter. Dit is zonder meer mogelijk in een nieuwbouwplan. Te denken valt aan variatie van woningtypes, met diverse architectuurstijlen, in een minder georganiseerde stedenbouwkundige layout en met dorpse elementen zoals de geplande centrale brink maar ook het soms ontbreken van een stoep in het straatprofiel. Onderstaand een voorbeeld van nieuwbouw in een dorpse setting.

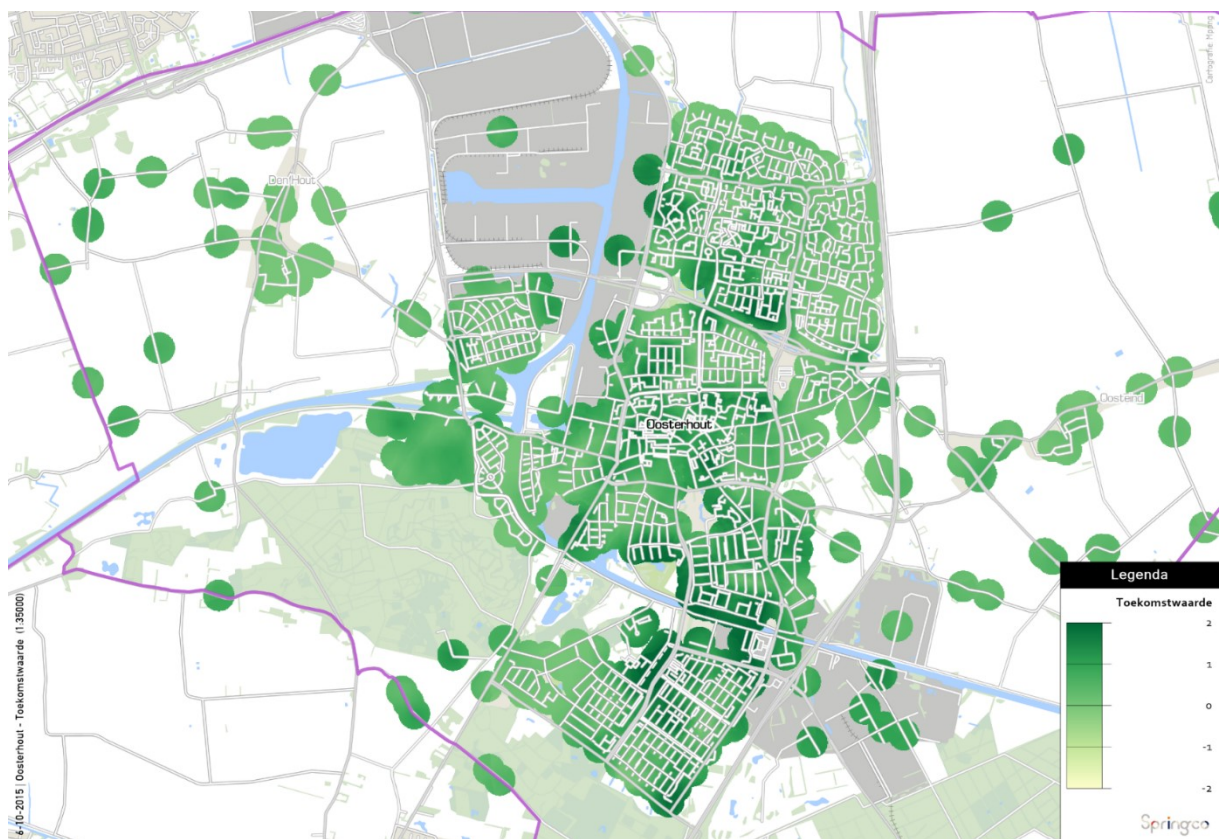
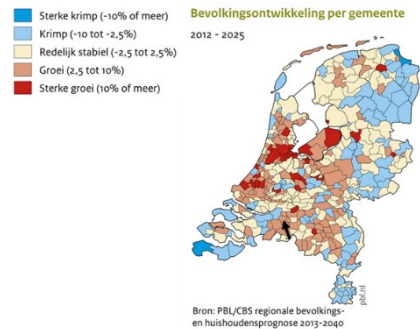


De toekomstwaarde van de bestaande voorraad

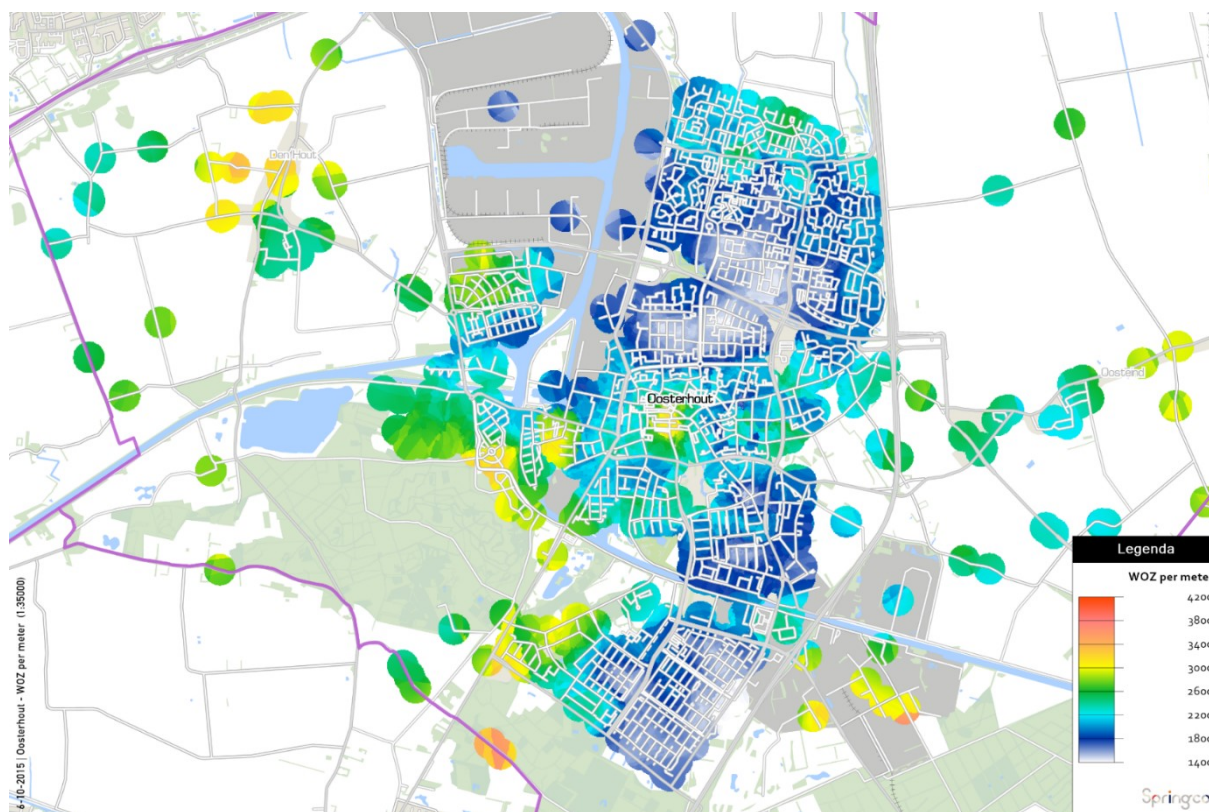
Wij onderzochten in hoeverre de bestaande voorraad past bij de vraag die de huidige bewoners over tien jaar uitoefenen. Hierbij houden wij rekening met demografische ontwikkelingen.

Aangezien de prognose voor Oosterhout de komende jaren nog een groei van het aantal huishoudens laat zien, is er geen sprake van vraaguitval.

Wel is herkenbaar op onderstaande kaart waar de voorraad in meer of mindere mate aansluit bij de toekomstige vraag: hoe donkerder groen gekleurd des te hoger de toekomstwaarde.

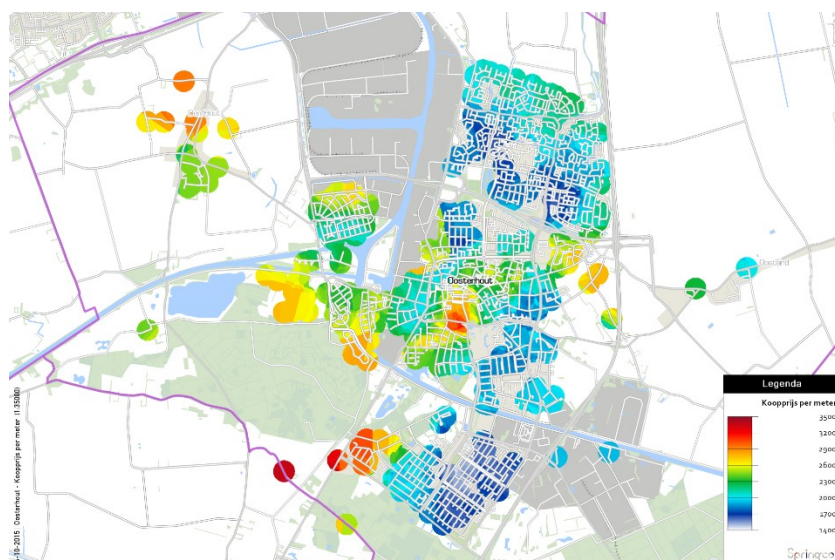


De huidige waardering van de bestaande voorraad is eveneens van belang: waar wordt een woning door de markt hoger beprijsd? Onderstaande kaart toont de WOZ-waarde per m² woning, in een bandbreedte van €1.400 tot €4.200 per m².



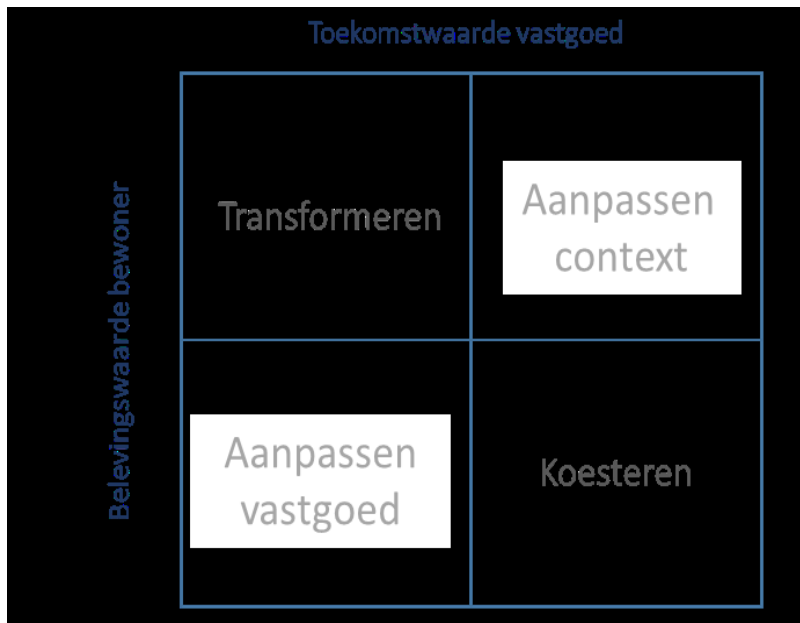
Duidelijk is de waardestijging in zuidwestelijke richting. Ook het centrum en de randen van Oosterhout kennen een hogere waarde dan de omliggende wijken. De kernen rondom Oosterhout kennen eveneens een hogere gemiddelde waardering.

Ditzelfde patroon zien wij terug bij de verkoopprijzen van woningen op Funda. Let wel: de huurwoningen vallen uit het beeld weg, zodat op onderstaande kaart op sommige plaatsen in de gemeente geen prijswaardering wordt weergegeven.



De voorraadstrategie

Om strategisch beleid te ontwikkelen voor de woningvoorraad is het ons inziens noodzakelijk om de voorraad op beide dimensies te beoordelen. Wanneer je beide dimensies tegen elkaar afzet, dan ontstaan vier kwadranten. Ieder kwadrant kenmerkt zich door een specifieke (denkbare) strategie die afwijkt van die van de andere kwadranten.



Figuur 3 Strategisch denkkader maatregelen bestaande voorraad

Het doel is om de bestaande voorraad zo veel mogelijk in het kwadrant met een positieve toekomstwaarde en een positieve belevingswaarde te krijgen. Mogelijke maatregelen per kwadrant zijn:

Aanpassen context: op het subject gericht

- Verbeteren van het voorzieningenniveau
- Aanpassen van de woonomgeving (passende inrichting openbare ruimte)
- Verbeteren van de sociale cohesie

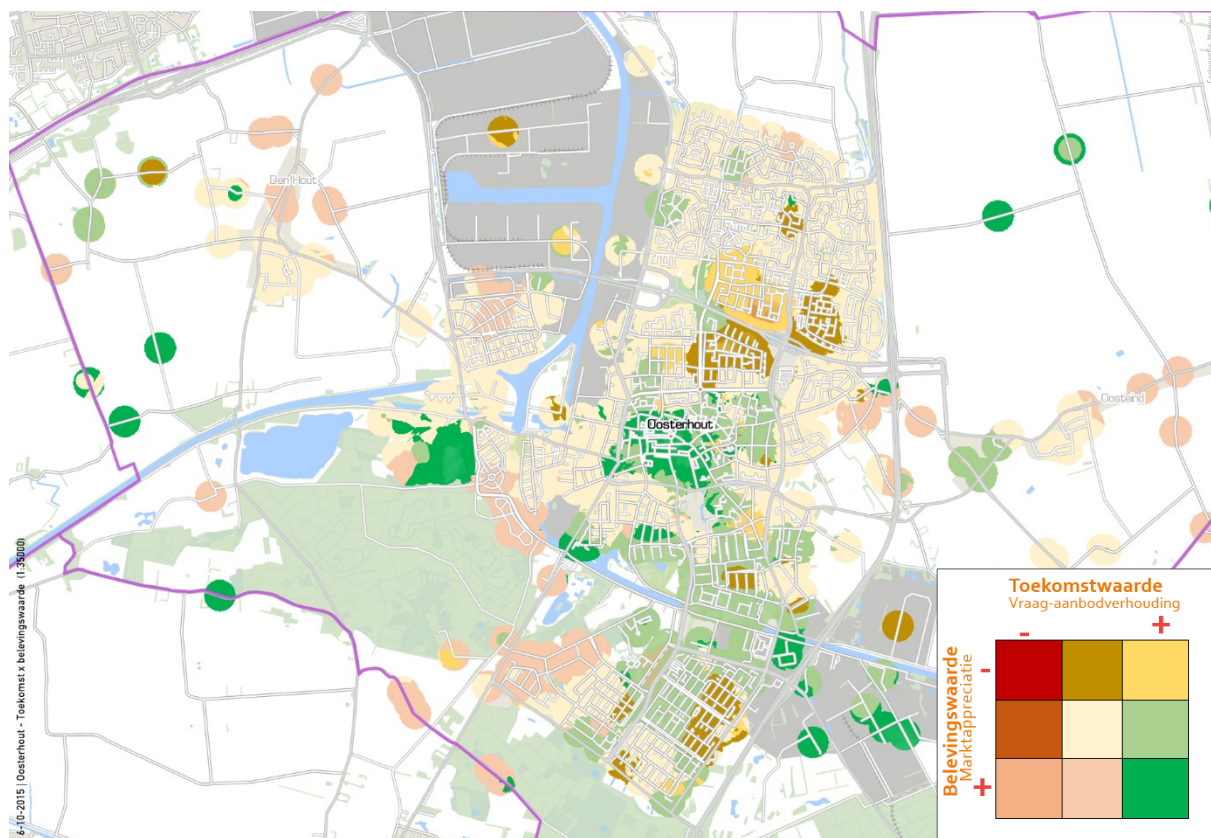
Aanpassen vastgoed: op het object gericht

- Vergroten van aanpasbaarheid
- Investeren in verduurzaming
- Differentiëren in eigendomssituatie

Transformeren: op het object en op het subject gericht

- Sloop – nieuwbouw
- Transformatie (woon – woon en omzetten naar andere functies)
- Splitsen/samenvoegen
- Sloop

Onderstaande kaart geeft de vertaling van deze strategieën in kleur weer:

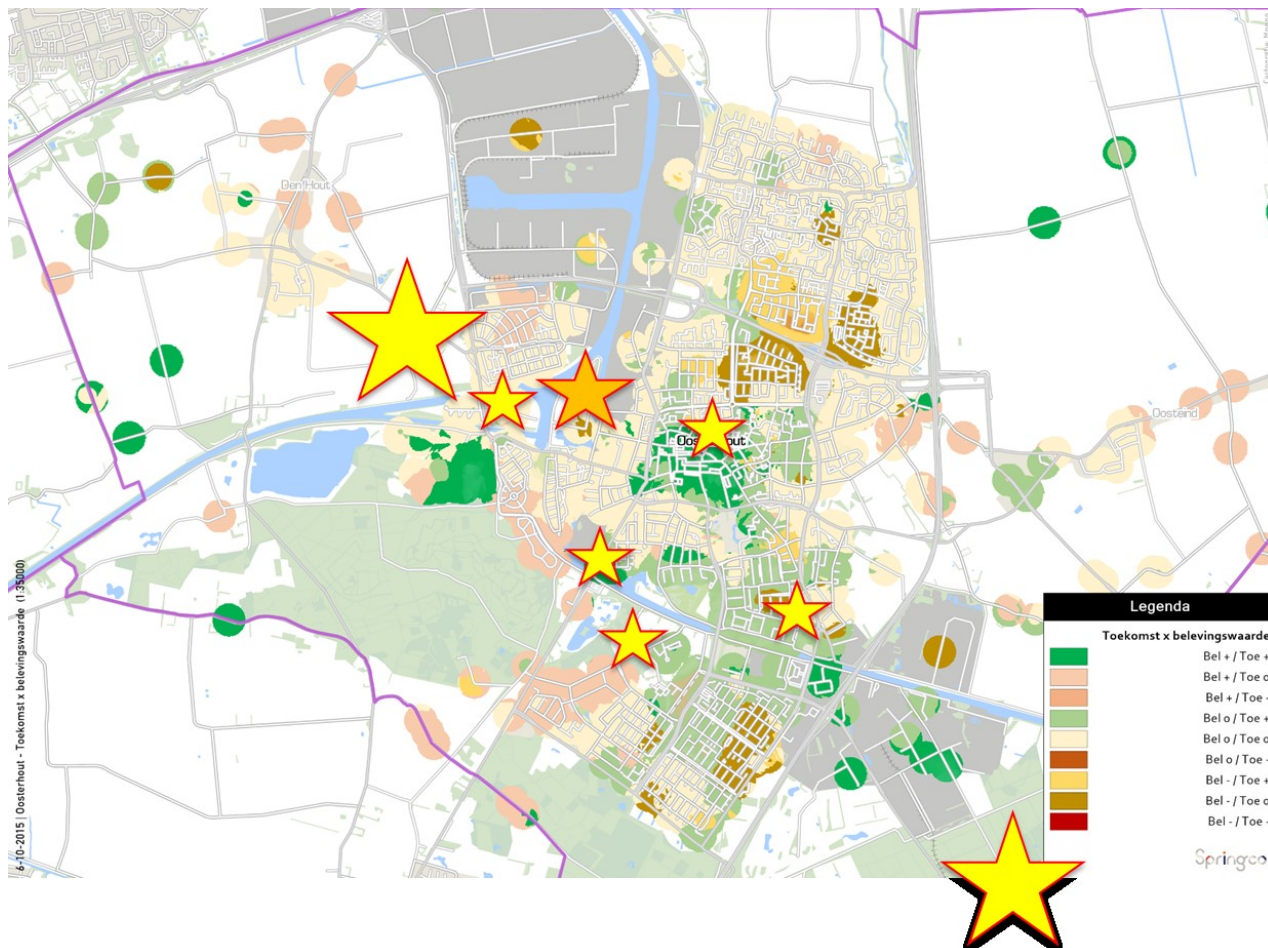


Een aantal wijken dreigt in de gevarenzone te komen: deze zijn op de kaart bruin gekleurd. De toekomstwaarde is neutraal en de marktwaardering laag. De gemeente moet deze wijken in het vizier houden.



Het nieuwbouwaanbod

Onderstaande kaart toont de verschillen projecten die als harde planvoorraad zijn benoemd, met rechts onderaan het planaanbod in Dorst:



Deze plannen kennen het volgende programma:

Bestemmingsplan hard: periode 2015 – 2025				
Locatie	netto	binnen periode	buiten periode	Woonmilieu
Bredaseweg MPO/Molenstraat	233	233	0	Rustig stedelijk
Buitengebied	36	20	16	Landelijk
de Contreie	820	771	49	Dorps, Luxe woonwijk
Dija terrein	87	87	0	Woonwijk hoogbouw
Nijenrode	29	29	0	Rustig stedelijk
Paterserf (Warandepoort)	108	108	0	Luxe woonwijk
Santrijgebied	135	120	15	Luxe stedelijk

Vlindervallei	7	7	0	Luxe woonwijk
Vrachelsedijk Baijens	79	79	0	...
Dorst West	106	106	0	Dorps, Woonwijk laag
Dorst - De Vliert	98	98	0	Dorps, Woonwijk laag
Totaal	1738	1658	80	

De totale vraag naar Dorps wonen wordt niet geprogrammeerd. Hier liggen kansen voor de Contreie. Ook de echt stedelijke vraag vinden wij onvoldoende terug in het programma.

Naast dit harde planaanbod, heeft de gemeente projecten bestuurlijk geprioriteerd. Dit betreft de volgende projecten:

Bestuurlijk hard: periode 2015 – 2025			
Locatie	netto	<i>binnen periode</i>	buiten periode
Keiweg Kloosterstraat	0	0	0
Keiweg/Ridderstraat	65	65	0
Leijsenakkers	16	16	0
Slotjesveld oud brandweer	40	40	0
St. Antoniusstr. (Heidehof)	24	24	0
V. Oldeneellaan oud politieburo	33	33	0
Warandelaan Intergas	96	0	96
Zwaaikom vaste wal	130	0	130
Zwaaikom eiland	400	400	0
los divers	68	40	28
Dorst Oost	172	40	132
Oude Tilburgsebaan	16	16	0
Den Hout	68	40	28
Oosteind	68	40	28
<i>Subtotaal</i>	<i>1196</i>	<i>754</i>	<i>442</i>

De gemeente moet voor deze projecten bepalen in hoeverre zij de echt stedelijke vraag kan programmeren.

De diverse projecten in Dorst kunnen hetzelfde marktsegment bedienen als de Contreie, wanneer zij het dorpse woonmilieu benadrukken.



Resume ten aanzien van de programmering

De woningmarkt in Oosterhout is sterk lokaal georiënteerd. De gemeente heeft de woonconsument in het middeldure en dure koopsegment onvoldoende kunnen vasthouden. Instroom vond plaats in het middeldure koopsegment.

De effectieve vraag berekenden wij in de planperiode op:

- Nieuwbouwwoningen 1800 – 2200
- Inhaalslag na crisisjaren 300
- Totaal: 2100 - 2500

Binnen de planperiode (2016 – 2025) kent de gemeente het volgende programma voor nieuwbouwwoningen:

- Harde planvoorraad: 1658
- Bestuurlijk harde planvoorraad: 754
- Totaal: 2412

Qua aantallen zien wij dat het harde en bestuurlijk harde planaanbod gezamenlijk de effectieve vraag overstijgen. Alleen aan de bovenzijde van de bandbreedte van de effectieve vraag ontstaat ruimte voor 90 extra nieuwbouwwoningen in de planperiode. De onderkant van de bandbreedte roept bestuurlijke keuzes op.

Naar aanleiding van de kwalitatieve mismatch tussen aanbod en kwalitatieve vraag moet de gemeente inzetten op de volgende sturing:

- een hogere aandeel meergezinswoningen;
- meer aanbod in de luxe en levendige stedelijke woonmilieus en in het dorps woonmilieu;

Vanwege de groeiprognoze in het aantal huishoudens verwachten wij geen negatieve toekomstwaarden in de bestaande voorraad. Voor een aantal wijken adviseren wij deze toekomstwaarde te monitoren en waar mogelijk beheersmaatregelen te formuleren. Te denken valt aan beperkt fysiek ingrijpen in de bestaande voorraad, gecombineerd met gerichte aanpassingen van de context.



Bijlage 1: Onderzoeksmethodiek

Fakton onderzoekt de woningmarkt met gedetailleerde kennis van het gedrag van alle woonconsumenten. Bewerking van diverse bestanden met brongegevens levert op huishoudensniveau specifieke informatie op. Wij weten waar de consument woont. Analyse van werkelijk verhuisbewegingen toont de dynamiek in de woningmarkt. Wij weten waar de consument heen verhuist: de effectieve vraag.

Deze vraag is een prognose van potentiële verhuizers naar een locatie, gebaseerd op het gerealiseerde verhuispatroon van de eigen woningmarktregio in de periode 2005 tot en met 2013. Het betreft de totale groep potentiële consumenten in de 'catchment area'

Dat beeld kunnen wij niet opbouwen zonder rekening te houden met de mens achter die vraag. Daarom betrekken wij de leefstijl van de inwoners bij het opstellen van ons marktonderzoek. De leefstijl geeft informatie over de onderliggende motieven en behoeften van mensen. Langs twee assen introvert-extravert en ego-groep onderscheidt het model vier kenmerkende leefstijlen. Rood is gericht op vrijheid en vitaliteit, geel op harmonie en gemeenschap, groen op zekerheid en geborgenheid, blauw op manifestatie en controle.



Wij hanteren voor ons marktonderzoek een indeling in negen woonmilieus, die aansluit bij de indeling in de Rosetta-methode: landelijk, dorps, binnenstedelijk, stedelijk (luxe, levendig en rustig) en suburbaan (luxe, laagbouw en hoogbouw). In bijlage 2 vindt u een beschrijving van deze milieus.

Aandachtspunten

Wij berekenen onze prognose op basis van een lichte economische groeiverwachting. In een economisch verder aantrekkende markt zal de vraag een hoger aandeel kennen in het duurdere segment. In een meer gematigde markt kent de vraag een lager aandeel in het duurdere segment.

Onze prognose kent een tijdschhorizon van drie tot vijf jaar. Afhankelijk van de programmering van het aanbod, is variatie rond de gemiddelde vraag realistisch. Een opwaartse correctie is mogelijk wanneer in een productsegment in het recente verleden onvoldoende aanbod is gecreëerd. Een uitgestelde vraag maakt dan een inhaalslag mogelijk. Voor een prognose op een termijn van vijf tot tien jaar adviseren wij de vraag op termijn te herijken met een onderzoek naar de dan actuele vraag.

De vraag in de goedkope huursector is gebaseerd op een historisch verhuispatroon. In deze sector is de vestigingskeuze van consumenten niet geheel vrij: de beschikbaarheid van aanbod is in hoge mate bepalend.



De daadwerkelijke uitoefening van de vraag naar een nieuwbouwwoning, hangt af van de mate waarin het aanbod in staat is aan de vraag te voldoen, zowel kwantitatief als kwalitatief. Ook is van belang of er vergelijkbaar concurrerend aanbod op dezelfde markt wordt aangeboden. In onze resultaten houden wij geen rekening met product-markt combinaties die alleen op een lage prijs concurreren ('prijsdumping').

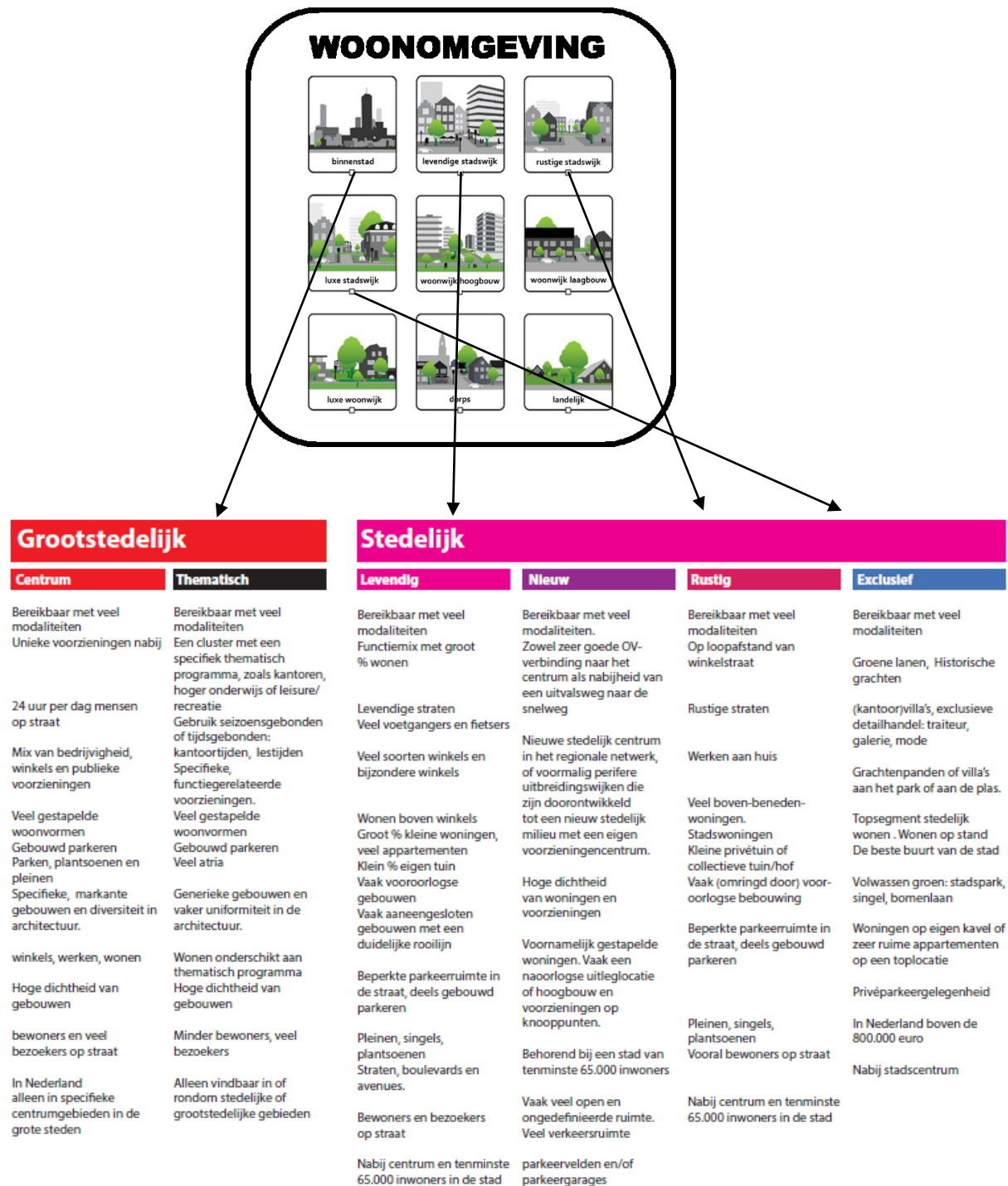
Nieuwe producten kennen vrijwel altijd een groep potentiële kopers. Nieuwbouw verkoopt ook wanneer dit ten koste gaat van de bezetting van de bestaande voorraad. Wij adviseren te onderzoeken wat de toevoeging van nieuwbouw impliceert voor de dynamiek in de bestaande voorraad.



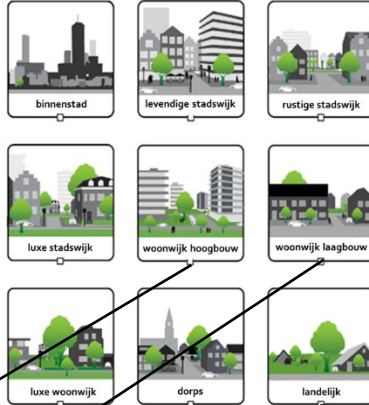
Bijlage 2: Toelichting op de gehanteerde woonmilieus

Woonmilieus

Bron: MainSpring/ Stadsgewest Haaglanden



WOONOMGEVING



Suburbaan			Dorps			Landelijk
Gestapeld	Grondgebonden	Exclusief	Centrum Dorps	Lokaal	Suburbaan	
Bereikbaar met meerdere modaliteiten. Ondanks bereikbaarheid met O.V. vaak auto-georiënteerd. Soms een tram of metro in de buurt. Vaak een bus	Weinig modaliteiten Auto-georiënteerd	Topsegment suburbaan	Een gegroeid milieu met vaak een historisch karakter of nog bestaande historisch artefact	Een gegroeid milieu met vaak een historisch karakter of nog bestaande historisch artefact	Suburbane wijk in een dorp nabij de dorpskern	Buiten wonen
Wederopbouw wijken en Stempelbuurten	Uitbreidingswijken van dorpen en steden, zoals VINEX-wijken Groeikernen Bloemkoolwijken	Wonen op stand Lage dichtheid	Stratenpatronen zijn gebaseerd op het onderliggend landschap of historische verbindingen; Dijken, terpen, linten	Stratenpatronen zijn gebaseerd op het onderliggend landschap of historische verbindingen; Dijken, terpen, linten	Direct verbonden met een gegroeid dorps centrum milieu	Vrijstaand
Veel appartementen (portiek) flats	Winkelcentrum in de wijk Basisvoorzieningen voor zorg en onderwijs	Veel groen: lanen, plantsoenen, singels	Diverse architectuur bestaat naast elkaar	Diverse architectuur bestaat naast elkaar	Meer eenvormige architectuur dan het dorps lokale of dorps centrummilieu.	Uitzicht Omringd door open landschap
Veel openbaar groen Veel verkeersruimte Veel parkeervelden	Aan de rand van de stad Nabij recreatiegebieden	Bijzondere recreatieve voorz. (golfbaan, jachthaven, tennisclub)	En een oude dorpskern met meer voorzieningen dan alleen voor lokaal gebruik. Winkelend bezoek uit de omliggende dorpen.	Compact Kleinschalig	Er is nog een duidelijke sociale dorpsstructuur die meerdere generaties bewoners met elkaar verbindt	Weinig voorzieningen
Winkelcentrum, ziekenhuis, middelbare school in de wijk Winkels voornamelijk voor eigen gebruik.	Veel rijtjeshuizen	Parkeren op eigen kavel	Inmiddels zijn hier vaak bekende winkelketens te vinden, zoals de V&D of H&M	Je eigen bakker	Vaak een uitbreiding gepland voor doorstroom of groei van eigen bewoners	Relatie met landschap Een duidelijke relatie met het agrarisch verleden
Met name monofunctioneel Aan de rand van stad of dorp	Klein % appartementen Parkeren voor de deur of op eigen kavel	Vrijstaande of zeer ruime rijwoningen	Voor de omliggende kernen relatief goed bereikbaar	Ons-kent-ons Meerdere generaties van een familie wonen er	Ruimtelijke opzet verschilt weinig van het suburbaan grondgebonden milieu. Sociaal wel een groot verschil	Ruimte voor hobby
Beperkt % tuinen Volwassen groen	Nabij of goed verbonden met buitengebied	Winkelen	Auto-georiënteerd	Oud naast nieuw Wonen naast bedrijven Woningen met beperkt vloeroppervlak	Soms een eigen sportpark	Wonen in het groen
Na-oorlogse uitleglocatie (Nieuw) seniorenmilieu	'Gouden randen' van de stad Villawijken	In Nederland boven de 800.000 euro	Wonen boven of nabij de winkels	Wenig voorzieningen Matig bereikbaar Nabij open landschap Parkeren voor de deur of geclusterd	Onderdeel van een dorps milieu niet groter dan 20.000 inwoners	Afgelegen en stil



Bijlage 3

Voorbeelduitwerking Contreie

De Contreie is een uitbreiding ten zuidwesten van Oosterhout en sluit qua woonmilieus daarbij aan: dorps/woonwijk laagbouw/luxe woonwijk. Binnen de potentiële doelgroep zijn de leefstijlen blauw en geel dominant.

Het dorps woonmilieu vraagt afwisseling in typologieën en ruimte voor rafelrandjes: verspringende rooilijnen, een onduidelijke overgang tussen straat en stoep en een diversiteit aan ontwerpstijlen. De gele leefstijl past goed bij het dorps leven: zij heeft behoefte aan plaatsen waar het op straat gebeurt. De gele doelgroep zoekt harmonie en is gericht op gezelligheid en sociale verbanden. De marketing mag collectief zijn, met de mogelijkheid al met de burens kennis te maken. Het lokale verenigingsleven en de dorpsvoorzieningen zijn een pluspunt. Het gezin kan centraal staan, evenals een ondernemende houding. De architectuur hoeft niet bijzonder te zijn ('gewoon is goed genoeg'), de uitstraling mag echter wel speels en gevarieerd zijn. De nadruk in de openbare ruimte ligt op 'ontmoeting' en 'recreatie'. De consument is spontaan en eerlijk, heeft een open mind en spiegelt zich aan anderen (waaronder de blauwe doelgroep).

De blauwe leefstijl heeft echter geen behoefte aan ontmoetingspunten op straat, terwijl 'inkijk bij de burens' zelfs een afbreukrisico vormt. Deze consument is ambitieus, heeft een zakelijke houding en is 'in control'. Zij vraagt zeker in het duurdere prijssegment een duidelijk scheiding tussen privé en privaat en zij waardeert een schone, nette buitenruimte. Vanwege de doorlooptijd van het project in meerdere jaren moet duidelijk zijn dat deze doelgroep in een mooi ingerichte buurt komt, ook tijdens de bouwwerkzaamheden.

Deze verschillende gevoelswaarden van het begrip 'dorps leven' vraagt aandacht in de marketing van met name het duurdere prijssegment in het plan.



Figuur 4 Referenties dorps woonmilieu



Figuur 5 Referenties Woonwijk met veel laagbouw en Luxe woonwijk