

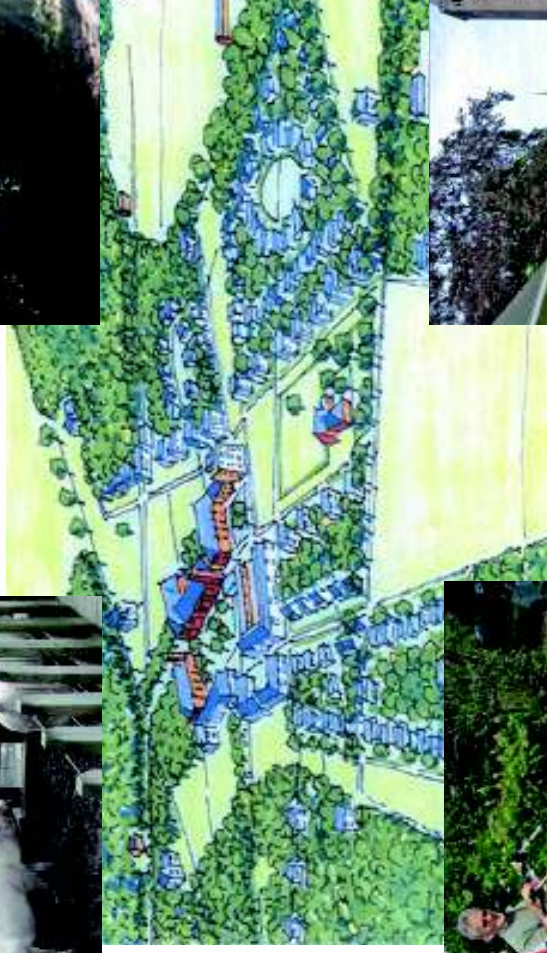
**Onderzoeks-
rapportage**

Amsterdam,
februari 2008

Projectnummer
K1108

Auteurs
Roel Schoemaker
Jasper Visscher

Providentia: Een nieuw dorp met een bijzondere gemeenschap



Auteursrecht

Het auteursrecht op dit rapport ligt bij de opdrachtgever. Voor het vermelden van de naam van Motivaction in publicaties op basis van deze rapportage is echter schriftelijke toestemming van de directie van Motivaction nodig.

Voor de opdrachtgever zijn op aanvraag een exemplaar van de bij dit onderzoek gehanteerde vragenlijst en gedetailleerde onderzoekstechnische informatie beschikbaar.

Inhoudsopgave

• Inleiding	p. 4
– Achtergrond	p. 5
– Onderzoekdoel en probleemstelling	p. 7
– Methode van onderzoek	p. 8
– Steekproefverantwoording	p. 11
• Marktpotentieel Providentia	p. 13
– Definitie / omvang	p. 14
– Sociodemografische kenmerken	p. 24
• Mentality en Providentia	p. 27
– Introductie	p. 28
– Mentality: marktpotentieel Providentia	p. 30
– Marktpotentieel: kansrijke doelgroepen	p. 59
• Het dorp Providentia	p. 62
– Aantrekkelijke punten	p. 64
– Voorzieningen	p. 66
– Activiteiten / verenigingen / actieve zorg	p. 67
– Bedrijvigheid	p. 70
– Erfpacht	p. 79
• Woonwensen marktpotentieel	p. 80
– Type woning	p. 82
– Segment: Huur / Koop	p. 83
– Woningoppervlakte / indeling	p. 86
• Conclusies en Aanbevelingen	p. 89
• Bijlage 1 & 2: Beschrijving Mentality-model	p. 104

INLEIDING

Inleiding

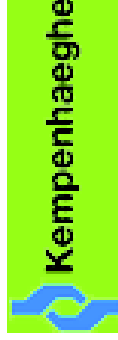
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Achtergrond I

In opdracht van de directie van Kempenhaeghe, bij monde van Richard Oomes, heeft Motivaction International B.V. een onderzoek uitgevoerd naar het marktpotentieel voor een nieuw dorp in Noord-Brabant waar mensen met een verstandelijke beperking een woongemeenschap moeten vormen met 'gezonde mensen'.

Providentia: geschiedenis en achtergrond

Aan het begin van de twintigste eeuw richtten de Broeders van de Heilige Joseph in het Brabantse Sterksel een verpleeghuis op voor epileptici, genaamd Huize Providentia. Het complex werd in de jaren erna uitgebreid met een aantal paviljoens en er volgde de oprichting van nevenstelling Kempenhaeghe. In 1970 werd Providentia een seculiere instelling.

Net als alle instituten in de gezondheidszorg kreeg Providentia te maken met extramuralisering en deconcentratie. Concreet betekende dit dat patiënten in kleine groepen werden ondergebracht in nieuwe woonvormen in wijken van steden en dorpen. Deze ontwikkeling heeft naar zeggen van Providentia de grens van haar mogelijkheden bereikt. De patiëntengroep die nog op de instituten woont, is over het algemeen niet in staat om deze verhuisbeweging te maken.

Op de locatie Providentia is na de deconcentratie nog een groep van 150 cliënten aanwezig. Deze groep kan vanwege de mate van hun handicap niet in woonwijken gehuisvest worden. Gezien het feit dat de huidige accommodaties zowel bouwkundig als functioneel niet langer toereikend zijn om deze cliëntgroep te bedienen staat de stichting voor een aantal belangrijke keuzes.

Inleiding

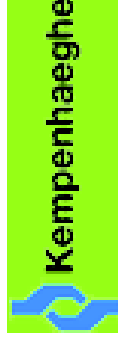
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Achtergrond II

Besloten is om, omdat het niet mogelijk is cliënten in 'gewone' woonwijken te plaatsen, te bezien of 'gewone' woonconsumenten verleid kunnen worden om voor een woonmilieu te kiezen tussen patiënten met een verstandelijke beperking. Voor de patiënten is het een droom om zich verder te kunnen ontplooien in de aanwezigheid van de toekomstige bewoners.

Gezien de setting van de locatie (natuur, landbouw) en de nabijheid van de dorpen Sterksel en Heeze wordt gedacht aan het creëren van een nieuw dorp. Het gaat hierbij niet alleen om een nieuw dorp als fysieke verschijningsvorm, maar vooral als sociale verschijningsvorm in de vorm van een moderne leefgemeenschap (community). Om redenen van realiseerbaarheid en huidige vigerende bestemmingsplannen wordt gedacht aan een dorp met 300 woningen, waarvan

- 40-50 woningen voor respectievelijk 150 tot 200 cliënten.
- 225 tot 250 woningen voor respectievelijk 450 tot 500 bewoners (gemiddelde woningbezetting: 2 personen).

In totaal komen in het nieuwe dorp dan 600 – 700 inwoners.

De naam van het toekomstige dorp is nog onbekend, voor de helderheid in de rapportage zal geschreven worden over het dorp Providentia. Om te bezien of er in Nederland, in het bijzonder in de directe omgeving van Kempenhaeghe, mensen te vinden zijn die een nieuw dorp in deze setting als woonmilieu omarmen, heeft Motivaction een doelgroepenonderzoek uitgevoerd.

Inleiding

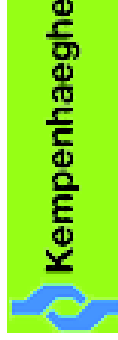
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Onderzoeksdoel en probleemstelling:

De doelstelling van het onderzoek luidt:

Het verschaffen van inzicht in het marktpotentieel voor het nieuwe dorp Providentia, op basis waarvan beslissingen genomen kunnen worden met betrekking tot het al dan niet doorontwikkelen van de plannen in ongewijzigde of gewijzigde vorm.

Om aan de doelstelling te kunnen voldoen zal de volgende tweeledige probleemstelling beantwoord moeten worden:

- Zijn er voldoende woonconsumenten in Nederland te vinden die zich aangetrokken voelen tot de Providentia-propositie?
- Wat is het sociodemografisch en waardenprofiel van deze mensen?

Inleiding

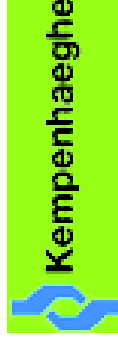
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Methode van onderzoek

De doelstelling van het onderzoek wordt behaald door middel van een onderzoeks- en adviestraject in twee fases:

- Kwantitatief onderzoek: webenquête onder consumenten in geheel Nederland
- Rapportage, formuleren aanbevelingen voor verdere uitwerking van het plan

Het kwantitatieve gedeelte van het onderzoek heeft plaatsgevonden in de periode 12 t/m 21 november 2007.

De resultaten uit de kwantitatieve fase worden in dit rapport gepresenteerd en vormen de basis voor een gefundeerd oordeel over de omvang en samenstelling van het marktpotentieel voor het toekomstige dorp Providentia.

Inleiding

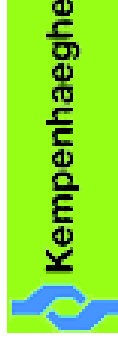
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Onderzoeksopzet

Motivaction beschikt over een webpanel met meer dan 100.000 Nederlanders, het zogenaamde StemPunt-panel. Het kwantitatieve gedeelte van het onderzoek heeft plaatsgevonden met behulp van dit panel. In deze 'levende database' zitten Nederlanders die aan Motivaction toestemming hebben gegeven om van tijd tot tijd voor onderzoek benaderd te worden. Van deze panelleden is reeds een groot aantal sociodemografische gegevens (inkomen, leeftijd, geslacht, woonplaats, et cetera) en leefstijlgegevens (Mentality) bekend. Deelname aan het StemPunt-panel wordt beloond met virtuele spaarpunten die later kunnen worden ingewisseld voor cadeaus naar keuze.

In een webenquête worden de deelnemers aan het StemPunt-panel gericht vragen gesteld over de plannen voor het toekomstige dorp Providentia.

Inleiding

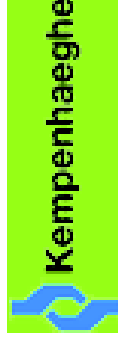
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Opbouw vragenlijst

De webenquête is zo opgebouwd dat er binnen de vragenlijst een selectie mogelijk is van mensen die geïnteresseerd zijn in dorps en / of landelijk wonen en die het plan voor het toekomstige dorp Providentia aantrekkelijk vinden.

Het plan is in woord en beeld voorgelegd aan de ondervraagden, waarbij in eerste instantie de exacte locatie van het toekomstige dorp nog niet is aangegeven. De mensen die aangaven het dorp niet aantrekkelijk te vinden, hebben geen verdere vragen meer gekregen.

De overgebleven groep is gevraagd of men zich in de toekomst ziet wonen in het nieuwe dorp. Na de bekendmaking van de locatie is gevraagd of men het plan hierdoor minder aantrekkelijk vindt.

De aspecten / voorzieningen en activiteiten die onderdeel van het plan voor het nieuwe dorp Providentia vormen, zijn vervolgens voorgelegd aan de ondervraagden.

Hierbij moest men zich voorstellen in het dorp te wonen.

Laatste onderdeel van de vragenlijst betrof de woonvoorkeuren van de ondervraagden, onafhankelijk of dit wel / niet mogelijk is binnen de plannen van het project.

Inleiding

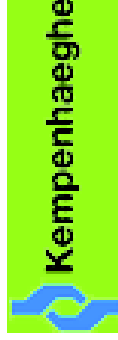
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Steekproefverantwoording

- Motivation is voor de kwantitatieve fase (webenquête) uitgegaan van een netto aantal deelnemers aan het onderzoek van circa 1.000 respondenten in de leeftijd 18-65 jaar, die representatief zijn voor de bevolking van Nederland. Deze respondenten gaven aan dorps/landelijk te willen wonen en het idee van het dorp Providentia aantrekkelijk te vinden.
- Omdat de grootste groep geïnteresseerden voor een nieuwbouwlocatie meestal in de nabijheid van het project wordt gevonden, is naast de representatieve onderzoeksgroep in Nederland, ook nog een extra groep inwoners van Noord-Brabant ondervraagd. Op deze wijze kunnen de verschillen tussen het Nederlandse en Brabantse marktpotentieel worden aangegeven.
- Er zijn 6.031 uitnodigingen voor de webenquête verstuurd. De respons bedroeg uiteindelijk 2.543 respondenten (42%). Deze groep kon verdeeld worden naar een groep Nederland representatief (n=2.005) en een groep representatieve Brabanders (n=812). In deze laatste groep zijn ook de Brabanders uit de groep Nederland representatief meegenomen.
- In de groep Nederland representatief (n= 2.005), waren uiteindelijk 1.007 Nederlanders (50%) geschikt voor verder onderzoek. Deze groep wil dorps/landelijk wonen en geeft aan het idee van het dorp Providentia aantrekkelijk te vinden. Onder de Brabanders (n=812) was dit een groep van 433 ondervraagden (53%).

Het bruto aantal deelnemers aan het onderzoek ($n = 2.543$) is representatief voor Nederland en Brabant. De percentuele verdeling onder de deelnemers ziet er als volgt uit.



Sociodemografische kenmerken ondervraagden

Leeftijd	NL	Brab
18 t/m 24	12	10
25 t/m 34	21	19
35 t/m 44	26	23
45 t/m 54	23	24
55 t/m 64	18	25

Huishoudinkomen	NL	Brab
Ver beneden modaal (minder dan € 9.499)	3	2
Beneden modaal (tussen € 9.500 en € 28.499)	22	21
Modaal (tussen € 28.500 en € 33.999)	26	24
Tussen 1 en 2 keer modaal (€ 34.000 - € 55.999)	17	18
Twee keer modaal of meer (meer dan € 56.000)	12	12
Weet niet	20	22

Huishoudenssamenstelling	NL	Brab
Alleenstaand zonder kinderen	16	15
Alleenstaand met kinderen	5	5
Samenwonend/getrouwd zonder kinderen	23	23
Samenwonend/getrouwd met kinderen	41	40
Thuiswonend bij ouders/familie	11	13
Woongroep/studentenhuis	2	2
Anders	2	1
Geen opgave	1	1

Opleiding	NL	Brab
Hoog (wo/hbo)	23	18
Midden (havo/vwo /mbo/mavo)	58	54
Laag (lbo/ basisonderwijs /geen opleiding)	20	28

Cijfers in de tabel betreffen percentages

MARKTPOTENTIEEL PROVIDENTIA

Inleiding

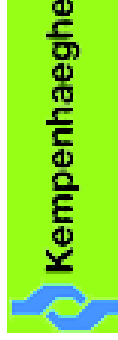
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Marktpotentieel

Dit deel van de rapportage beschrijft de vorming van het marktpotentieel voor het nieuwe dorp Providentia.

Om een realistisch marktpotentieel te identificeren voor het nieuwe dorp Providentia zijn de volgende criteria gedefinieerd.

- Basiscriteria:
 - Wil dorps / landelijk wonen of heeft geen voorkeur
 - Vindt het plan voor het nieuwe dorp Providentia aantrekkelijk
- Extra criteria:
 - Men ziet zich in de toekomst in het dorp wonen.
 - Op het moment dat de locatie bekend is (omgeving Sterksel – Heeze), vindt men het plan nog steeds aantrekkelijk.

Hoe deze criteria zich verhouden onder de Nederlandse én Brabantse bevolking, wordt op de volgende pagina's gerapporteerd.

Dit realistische marktpotentieel zal de basis vormen voor het verdere onderzoek en betreft zo'n grote groep dat er valide uitspraken voor het Nederlandse en Brabantse marktpotentieel kunnen worden gedaan.

Inleiding

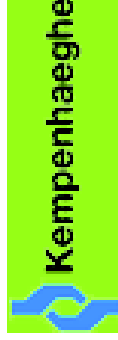
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

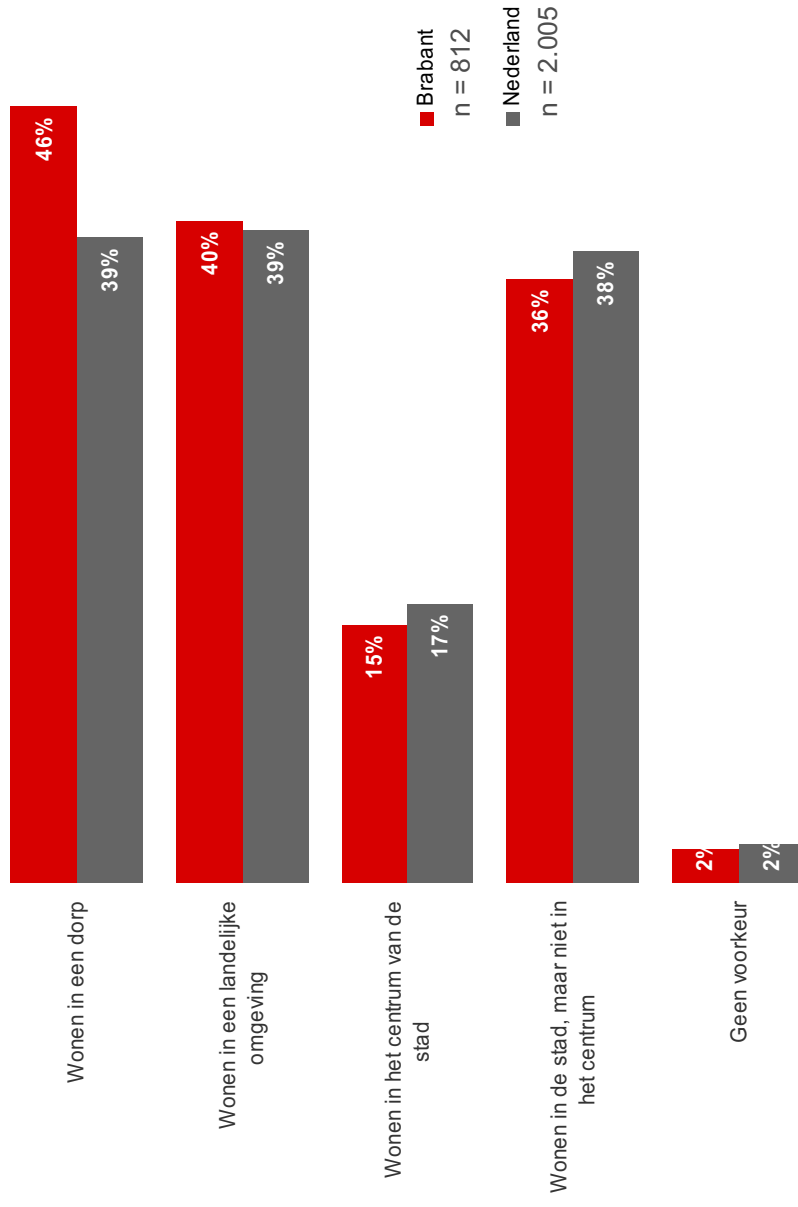
Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Brabanders sterkere voorkeur voor landelijk wonen

Tot welke van onderstaande woonlocaties voelt u zich sterk aangetrokken?
(meerdere antwoorden mogelijk)



- De groep die zich tot de relevante woonsituaties (dorps/landelijk) aangetrokken voelt, of geen voorkeur heeft ligt op 64 % in NL en 67 % in Brabant (na verdiscontering: de percentages op basis van de grafiek komen respectievelijk op 80% (39%+39%+2%) in NL en op 88% (46%+40%+2%) in Brabant, maar respondenten mochten meerdere antwoorden geven).

Dit is de voorstelling van het dorp zoals is voorgelegd aan de respondenten met een voorkeur voor dorps / landelijk wonen.



Providentia: propositie zoals voorgelegd aan de ondervraagden

Ergens in Nederland gaat een dorp gebouwd worden. Het wordt een gewoon dorp in een bijzondere omgeving. Het is voor jong en oud, mensen met én zonder kinderen, voor elke beurs en er zijn koop- en huurwoningen. Je vindt er verschillende woningtypen: appartementen, rijtjeswoningen, twee-onder-één-kap-woningen en vrijstaande villa's.

Het dorp ligt in een bosrijk natuurgebied en biedt dus ruimte en rust, maar er is ook van alles te doen. Het dorp heeft kleinschalige winkels, horeca en voorzieningen voor sport, recreatie en zorg. Er zijn kantoren, ateliers en bedrijven aan huis. Een grote stad en de snelweg liggen in de buurt.

Het dorp heeft ongeveer 600 inwoners, van wie circa 150 mensen met een verstandelijke beperking. Deze mensen wonen met begeleiding en veelal in groepjes verspreid in het dorp. In het dorp zijn er voor hen voorzieningen voor zorg en dagbesteding. Wonend in dit dorp ontmoet u deze mensen. Ze maken graag een praatje met u, hebben hun eigen tempo en drukken zich soms anders uit dan u gewend bent. De dorpsbewoners weten dit en houden daar rekening mee. Van de bewoners wordt verder geen actieve zorg of begeleiding verwacht.

De woningen worden gebouwd in de bestaande bebossing en liggen in kleinschalige woonwijken rondom een voormalig kloostercomplex. De woningen hebben een tuin, andere een terras in een boomrijke omgeving. De appartementen hebben uitzicht op open ruimtes en hebben een balkon.

Dit is de voorstelling van het dorp zoals is voorgelegd aan de respondenten met een voorkeur voor dorps / landelijk wonen.

Providentia: sfeerbeeld



Inleiding

Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

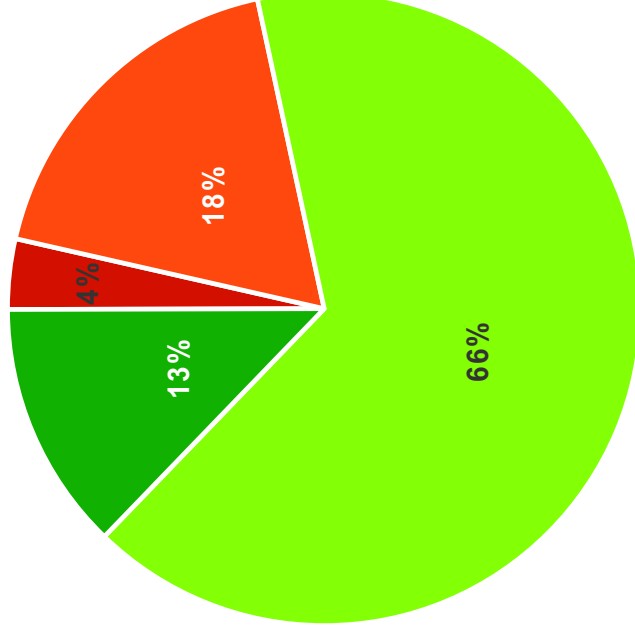
Conclusies en
Aanbevelingen



Plan Providentia wordt zeer aantrekkelijk gevonden

Hoe aantrekkelijk vindt u het beschreven
plan voor dit nieuwe dorp?

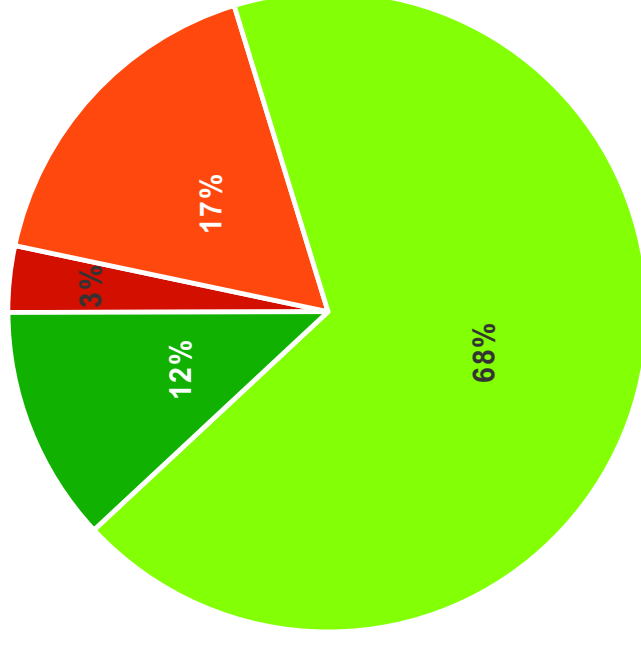
Nederland (n = 1.288)



■ Zeer onaantrekkelijk ■ Onaantrekkelijk
■ Aantrekkelijk ■ Zeer aantrekkelijk

*Basis: Respondenten
die dorps/landelijk
willen wonen of geen
voorkeur hebben*

Brabant (n = 544)



De aantrekkelijkheid van het voorstel is groot. Circa 80 % van de ondervraagden die dorps / landelijk willen wonen, vindt het plan (zeer) aantrekkelijk.

Inleiding

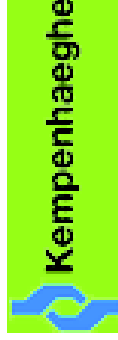
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

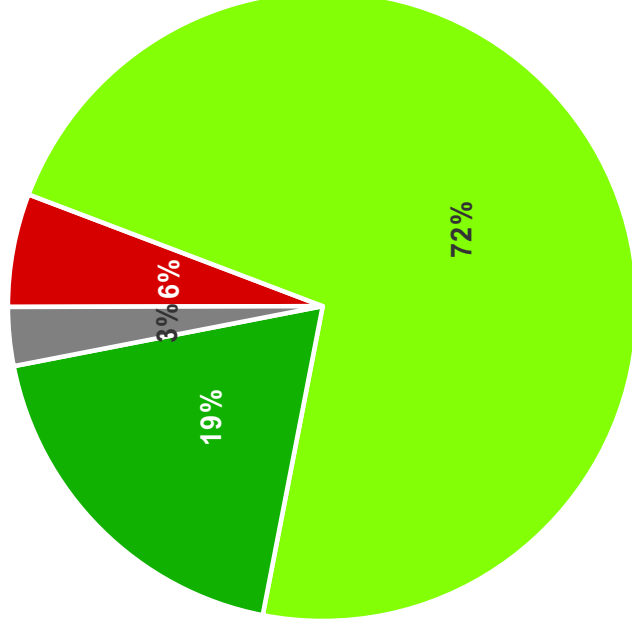
Conclusies en
Aanbevelingen



Groot deel van de geïnteresseerden ziet zich er in toekomst wonen

Als een dergelijk woonmilieu bij u in de buurt gebouwd zou worden,
kunt u zich dan voorstellen dat u hier zou gaan wonen?

Nederland (n = 1.007)



■ Nee

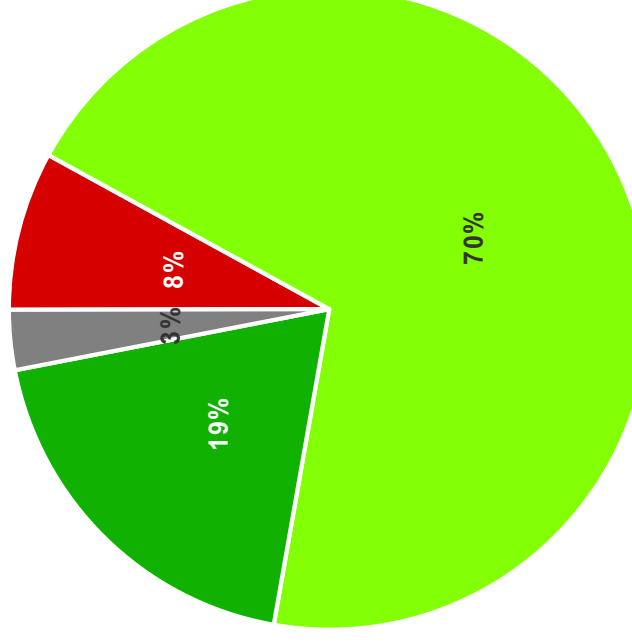
■ Ja, zeker

■ Ja, misschien

■ Weet niet/geen mening

Basis: Vindt plan aantrekkelijk

Brabant (n = 433)



- Meer dan 90 % van de Nederlanders die het plan aantrekkelijk vinden zien zich er in de toekomst wonen. 19% ziet zich er zeker wonen.

Inleiding

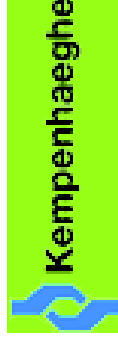
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



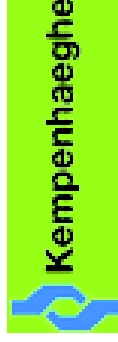
Locatie van het dorp

In eerste instantie is ervoor gekozen de exacte locatie van het plan nog niet bekend te maken, om zo de aantrekkelijkheid van het plan niet te laten afhangen van de afstand van de huidige woonplaats tot aan de planlocatie.

Vervolgens is de locatie van het toekomstige dorp als volgt geïntroduceerd:
Het dorp zal gebouwd worden rondom een klooster in Heeze, ten zuidoosten van Eindhoven, in een beschermd ecologisch en agrarisch gebied.

Op de volgende sheet zal worden gerapporteerd in hoeverre de locatie van het plan gevolgen heeft voor de aantrekkelijkheid van het dorp, onder de mensen die eerder hebben aangegeven zich er in de toekomst te zien wonen.

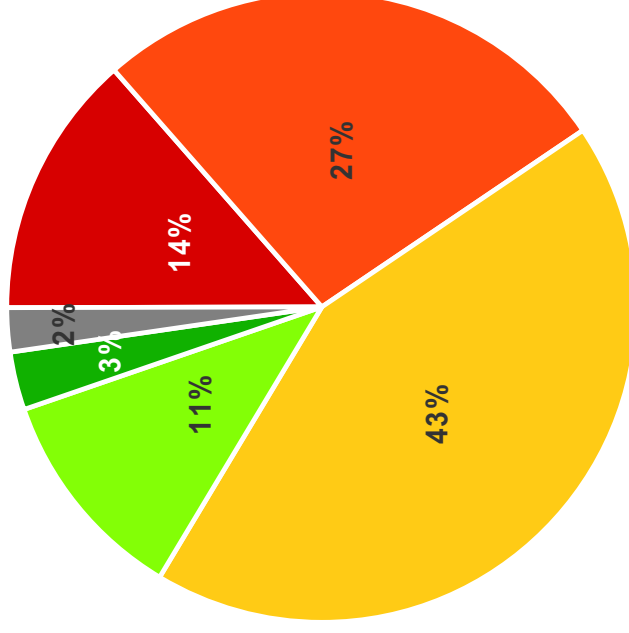
Het dorp zal
gebouwd worden
rondom een klooster
in Heeze, ten
zuidoosten van
Eindhoven, in een
beschermde
ecologisch en
agrarisch gebied.



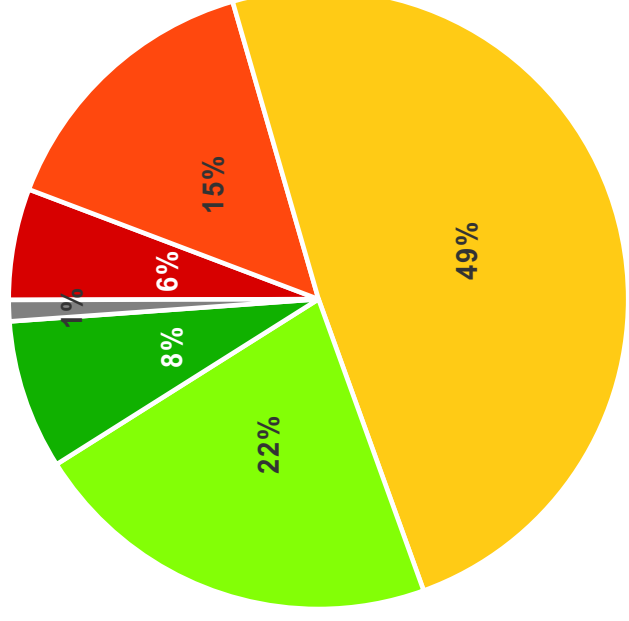
Na bekendmaking locatie (Heeze) is plan minder aantrekkelijk

Nu de locatie bekend is, in hoeverre vindt u het plan nog steeds aantrekkelijk?

Nederland (n = 917)



Brabant (n = 385)



- Veel minder aantrekkelijk
- Minder aantrekkelijk
- Niet minder, niet meer aantrekkelijk
- Meer aantrekkelijk
- Veel meer aantrekkelijk
- Weet niet/geen mening

Basis: Vindt plan aantrekkelijk en ziet zich er in de toekomst wonen

- Zo'n 40 % van de ondervraagden die in eerste instantie het plan aantrekkelijk vindt, geeft aan dat het idee minder aantrekkelijk wordt indien dit op de gegeven locatie (Heeze) wordt gebouwd. Afstand tot de huidige woonplaats zal hierbij een rol spelen, want onder de Brabanders is dit percentage veel lager (19%)

Inleiding

Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

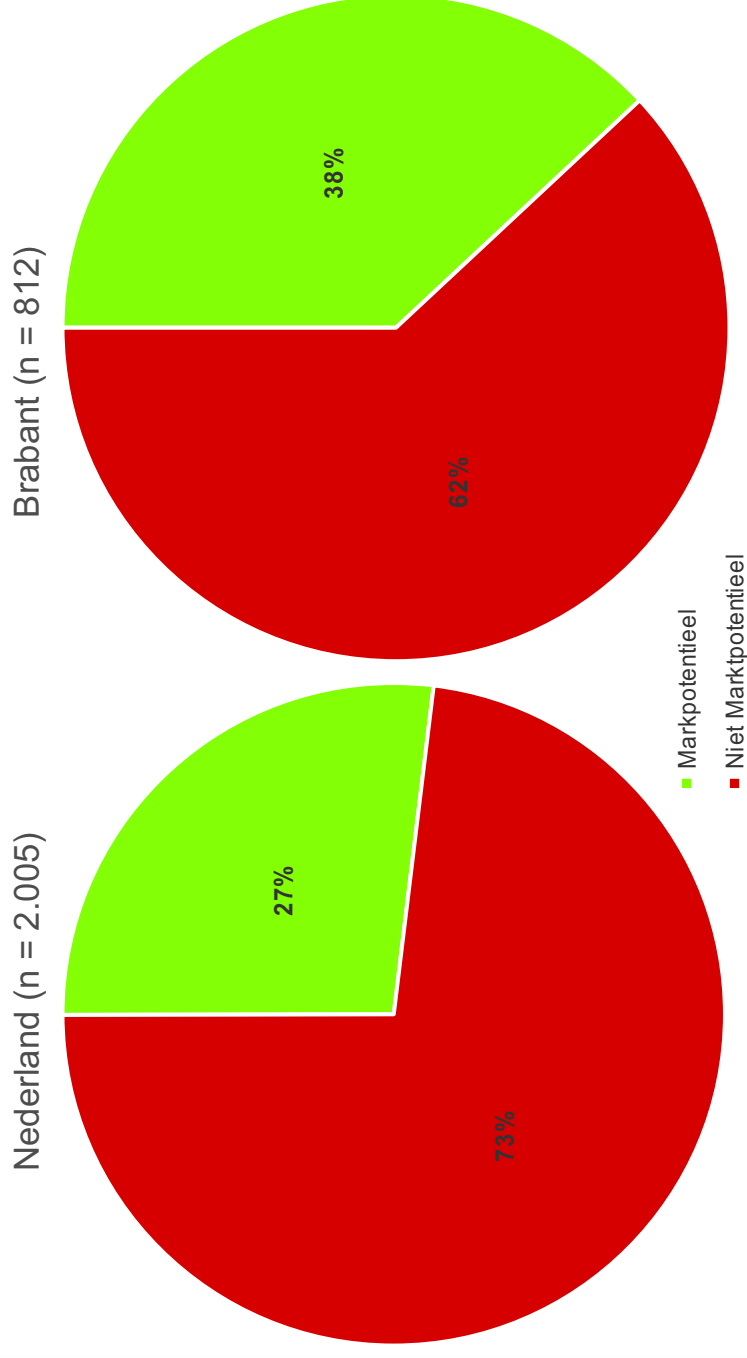
Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Kwart Nederlandse bevolking potentiële doelgroep Providentia



- Het realistische marktpotentieel, dat voldoet aan de criteria die eerder behandeld zijn (dorps/landelijk georiënteerd, vindt plan én locatie aantrekkelijk én wil er in toekomst wonen) bedraagt in Nederland 27% van de totale bevolking boven de 18 jaar. Voor Brabant ligt dit nog eens hoger, namelijk 38% van de Brabantse bevolking behoort tot het marktpotentieel voor Providentia. Op de volgende sheet wordt deze berekening toegelicht.

Inleiding

Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

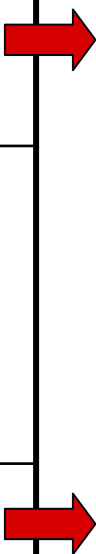
Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Berekening van het marktpotentieel

	Nederland		Brabant	
	absoluut	%	absoluut	%
Totaal alle respondenten	2.005		812	
Wil dorps of landelijk wonen	1.288	64% van 2.005	544	67% van 812
Vindt plan Providentia aantrekkelijk	1.007	79% van 1.288	433	80% van 544
Ziet zichzelf er wonen	917	91% van 1.007	385	89% van 433
Wijst locatie niet af	543	59% van 917	306	79% van 385

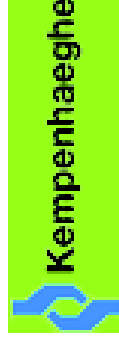


Brabants marktpotentieel	
Nederlands marktpotentieel	Brabants marktpotentieel
$543 / 2.005 \times 100\% =$	$306 / 812 \times 100\% =$
27%	38%

Rood = significant
oververteenwoordigd
t.o.v. NL

Blauw = significant
ondervertegen-
woordigd t.o.v. NL

Cijfers in de tabel
betreffen percentages



Sociodemografische kenmerken marktpotentieel Nederland

Leeftijd	MP	NL
18 t/m 24	7	12
25 t/m 34	15	21
35 t/m 44	28	26
45 t/m 54	28	23
55 t/m 64	22	18

Huishoudinkomen	MP	NL
Ver beneden modaal (minder dan € 9.499)	3	3
Beneden modaal (tussen € 9.500 en € 28.499)	22	22
Modaal (tussen € 28.500 en € 33.999)	29	26
Tussen 1 en 2 keer modaal (€ 34.000 - € 55.999)	15	17
Twee keer modaal of meer (meer dan € 56.000)	11	12
Weet niet	19	20

Huishoudenssamenstelling	MP	NL
Alleenstaand zonder kinderen	12	16
Alleenstaand met kinderen	5	5
Samenwonend/getrouwd zonder kinderen	24	23
Samenwonend/getrouwd met kinderen	46	41
Thuiswonend bij ouders/familie	9	11
Woongroep/studentenhuis	1	2
Anders	2	2
Geen opgave	1	1

Opleiding	MP	NL
Hoog (wo/hbo)	19	23
Midden (havo/vwo /mbo/mavo)	59	58
Laag (lbo/basisonderwijs /geen opleiding)	22	20

MP= Marktpotentieel Providentia

Rood = significant
oververteenwoordigd
t.o.v. Brabant

Blauw = significant
ondervertegen-
woordigd t.o.v.
Brabant

Cijfers in de tabel
betreffen percentages



Sociodemografische kenmerken marktpotentieel Brabant

Leeftijd	MPB	B
18 t/m 24	7	10
25 t/m 34	17	19
35 t/m 44	22	23
45 t/m 54	28	24
55 t/m 64	25	25

Huishoudinkomen	MPB	B
Ver beneden modaal (minder dan € 9.499)	3	2
Beneden modaal (tussen € 9.500 en € 28.499)	20	21
Modaal (tussen € 28.500 en € 33.999)	24	24
Tussen 1 en 2 keer modaal (€ 34.000 - € 55.999)	18	18
Twee keer modaal of meer (meer dan € 56.000)	14	12
Weet niet	22	22

Huishoudenssamenstelling	MPB	B
alleenstaand zonder kinderen	14	15
alleenstaand met kinderen	7	5
samenwonend/getrouwd zonder kinderen	25	23
samenwonend/getrouwd met kinderen	41	40
thuiswonend bij ouders/familie	11	13
woongroep/studentenhuis	0	2
anders	1	1
geen opgave	1	1

Opleiding	MPB	B
Hoog (WO/HBO)	12	18
Midden (havo/vwo /mbo/mavo)	61	54
Laag (lbo/ basisonderwijs / geen opleiding)	26	28

MPB= Marktpotentieel Providentia Brabant

B= Brabant

Inleiding

Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Marktpotentieel: Sociodemografische kenmerken

Marktpotentieel Nederland:

- In het marktpotentieel voor het Providentia is de leeftijdsgroep vanaf 45 jaar significant oververtegenwoordigd.
 - Het zijn veelal gezinnen met kinderen die tot het marktpotentieel behoren (46%). Ook de twee-persoonshuishoudens zonder kinderen vormen een grote groep binnen het marktpotentieel (24%).
 - De modale inkomensgroep vormt de grootste groep binnen het marktpotentieel (29%).
 - Het opleidingsniveau van het merendeel van de geïnteresseerden is gemiddeld of laag. Het aantal hoogopgeleiden dat geïnteresseerd is in het dorp ligt beneden het Nederlands gemiddelde, maar omvat nog altijd éénvijfde van het marktpotentieel.
- In Nederland blijken er significante verschillen tussen het marktpotentieel en de mensen die niet tot het marktpotentieel behoren. Onder de totale Nederlandse bevolking valt dus een kenmerkend marktpotentieel vast te stellen.

Marktpotentieel Brabant:

- Het marktpotentieel Brabant onderscheidt zich ten opzichte van de bevolking van Brabant vooral op leeftijd. Het zijn de mensen in de categorie 45-54 jaar die oververtegenwoordigd zijn.
 - De gezinnen met kinderen en de stellen (tweeverdieners zonder kinderen) zijn sterk vertegenwoordigd.
 - Het aantal hoogopgeleiden ligt relatief laag.
- Het marktpotentieel in Brabant is een sterke afgeleide van de sociodemografische verdeling in Brabant. Het marktpotentieel is representatief voor de verdeling onder alle inwoners van 18-65 jaar in Brabant.

MENTALITY EN PROVIDENTIA

Mentality I

Naast sociodemografische informatie is het interessant om ook het waardenprofiel van de doelgroepen van Providentia in kaart te brengen. Zaken als inkomen of leeftijd alleen spelen immers geen doorslaggevende rol bij het bepalen van de doelgroep van het dorp Providentia. Het belang dat groepen consumenten hechten aan bijvoorbeeld hun woonomgeving, status en woning biedt aanvullende verklaringskracht bij de vraag wie de (potentiële) inwoners van het dorp Providentia zijn. Motivaction maakt hiervoor gebruik van het Mentality-model.

Mentality deelt de consument niet in de eerste plaats in naar sociaal-economische data als inkomen of leeftijd, maar vooral naar de manier waarop mensen in het leven staan. Mentality geeft inzicht in de woonvoorkeuren van de Nederlanders door een verdeling van Nederland in acht groepen consumenten (zogenaamde sociale milieus) met een samenhangend waardenpatroon. Voor Providentia is het relevant dat de bewoners in een sociaal milieu een vergelijkbare houding hebben ten opzichte van wonen, collectief gedrag en zorg voor elkaar.

De inzichten vanuit Mentality kunnen van groot belang zijn voor de communicatie en promotie van het toekomstige dorp. De 'tone of voice' is voor elk Mentality-milieu verschillend, en kan sterk bepalend zijn voor de aantrekkingskracht van het dorp.

Bijlage 1 bij deze rapportage geeft een korte beschrijving van het Mentality-model.

Inleiding

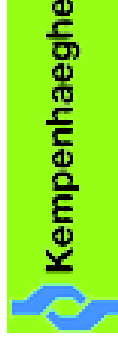
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Mentality II

Op de volgende sheets wordt het marktpotentieel voor het nieuwe dorp Providentia gevisualiseerd. In de figuur worden de door Motivaction onderscheiden milieus gepresenteerd. De milieus zijn in een diagram geschaald op hun sociaal-economische status (verticale as) en waardenoriëntatie (horizontale as).

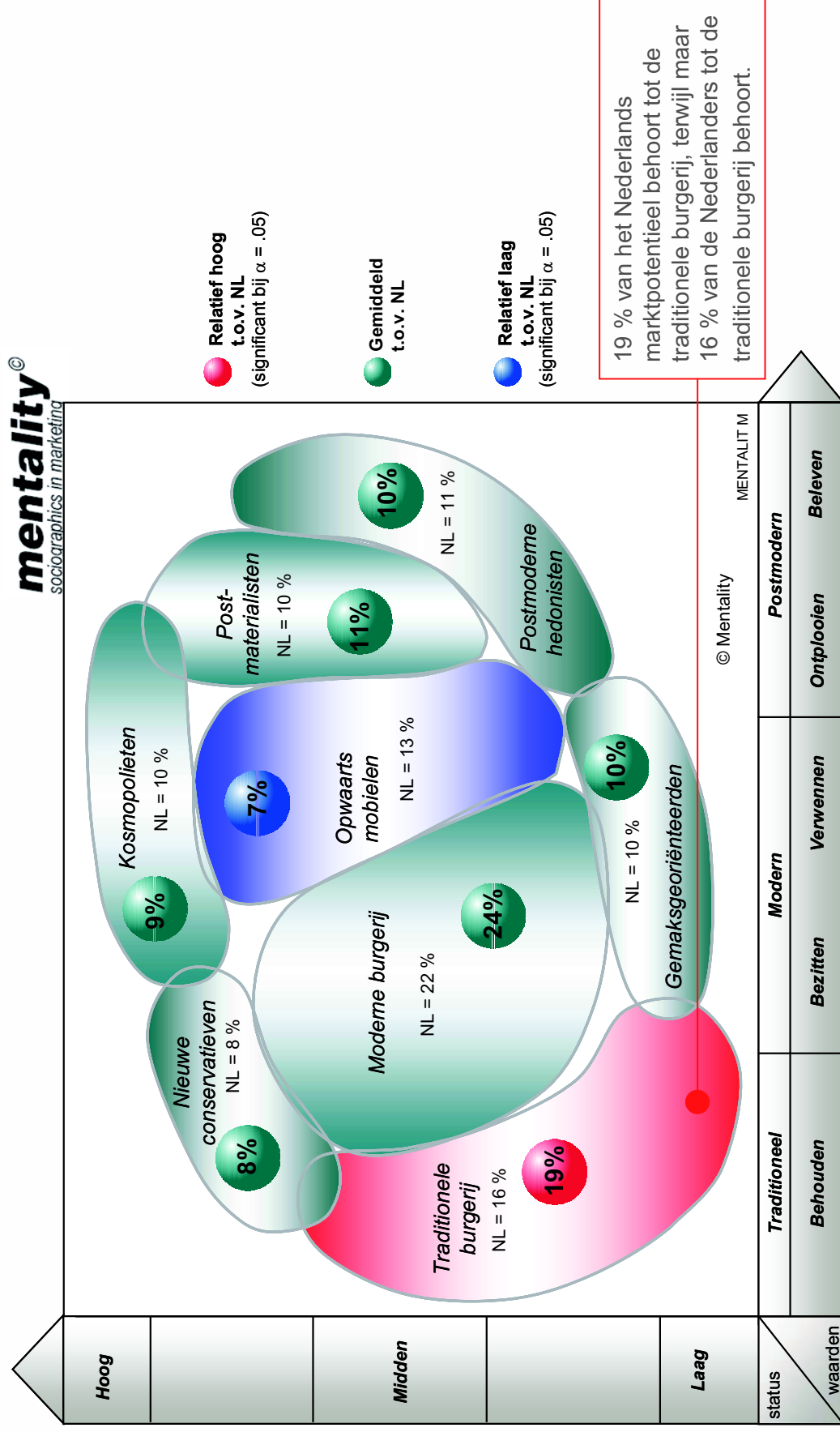
Per Maturity-milieu wordt aangegeven in hoeverre de verdeling van het marktpotentieel zich verhoudt tot de verdeling van de milieus in Nederland.

Zo wordt duidelijk welke Maturity-milieus kunnen worden aangeduid als kansrijke groepen onder de toekomstige bewoners van het nieuwe dorp Providentia.

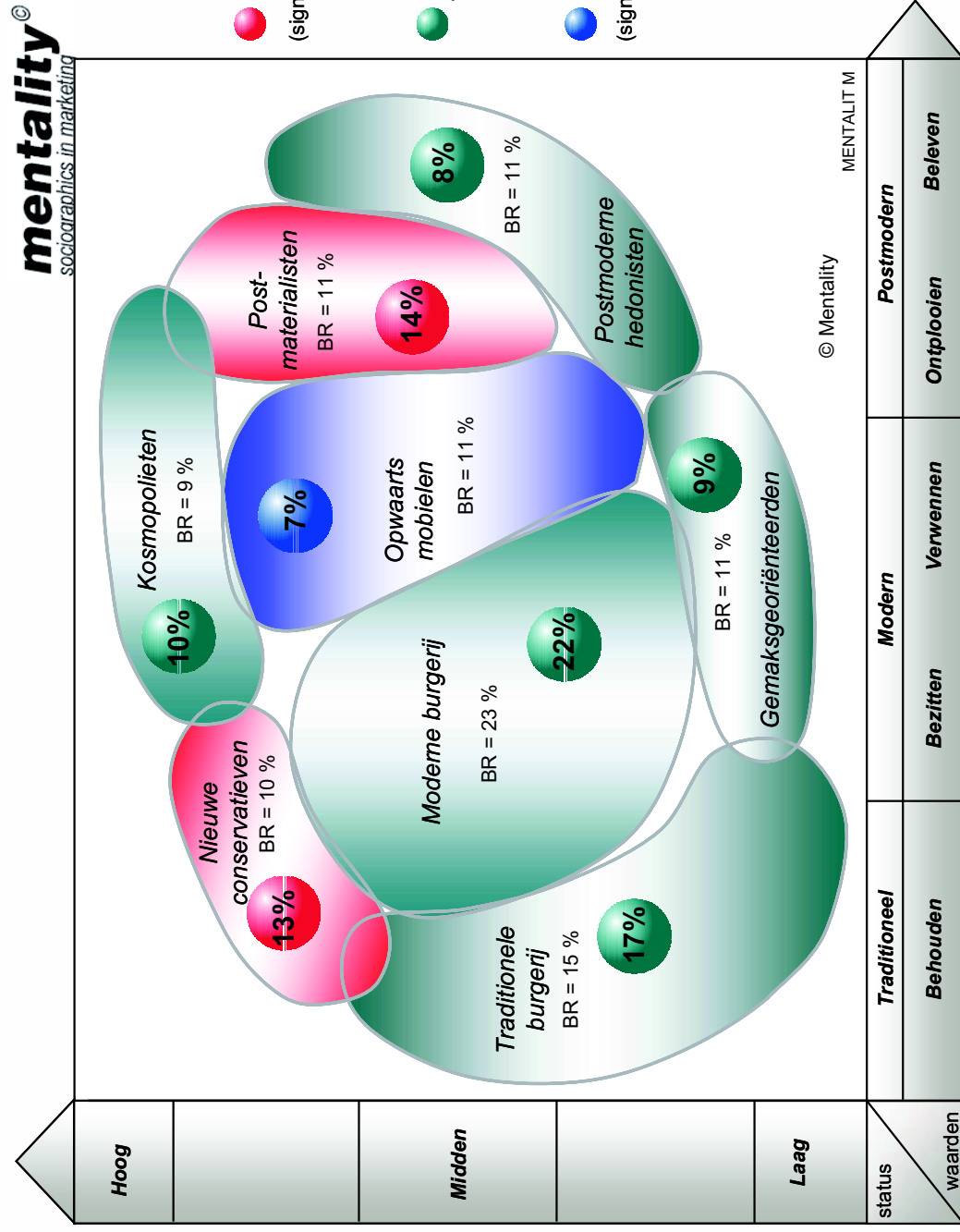
In de eerste figuur is te zien hoe de verdeling van de verschillende Maturity-milieus onder het Nederlands marktpotentieel is. Met kleuren is aangegeven of een milieu significant oververtegenwoordigd (=rood) of ondervertegenwoordigd (=blauw) is ten opzichte van de Maturity-verdeling in Nederland.

In de tweede figuur is het Brabants marktpotentieel weergegeven. Hierbij is de over- en ondervertegenwoordiging ten opzichte van de Maturity verdeling in Brabant weergegeven.

Marktpotentieel Providentia in Nederland



Marktpotentieel Providentia in Brabant



Inleiding

Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Mentality in marktpotentieel

- De traditionele burgerij is significant oververtegenwoordigd in het Nederlandse marktpotentieel van Providentia. De moderne burgerij en de postmaterialisten zijn ten opzichte van het Nederlandse gemiddelde ook oververtegenwoordigd, maar de verschillen zijn bij deze steekproefomvang niet significant.
- In het Brabants marktpotentieel zijn de nieuwe conservatieven en de postmaterialisten oververtegenwoordigd.
- De hierbovengenoemde vier milieus zullen op de volgende sheets worden voorgesteld. Een **korte beschrijving** van de waardenoriëntatie van deze groepen, hun **vastgoedprofiel** en het bijbehorende **woonprofiel** worden behandeld.
- Algemene beschrijvingen van de andere milieus, die ondervertegenwoordigd zijn in het marktpotentieel, zijn te zien in bijlage 2 van dit rapport.

Inleiding

Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

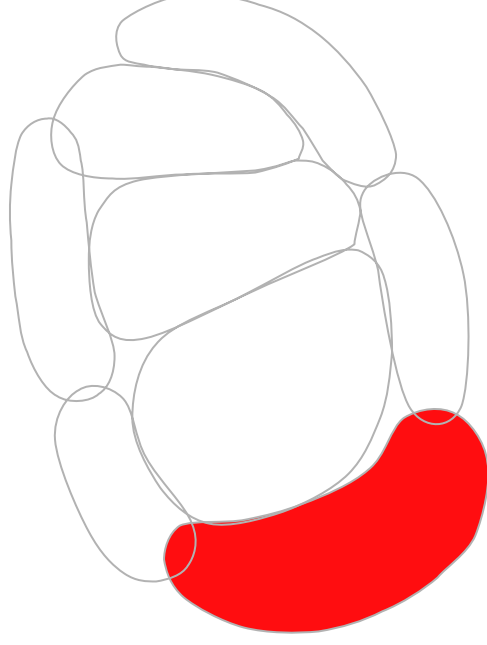
Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen

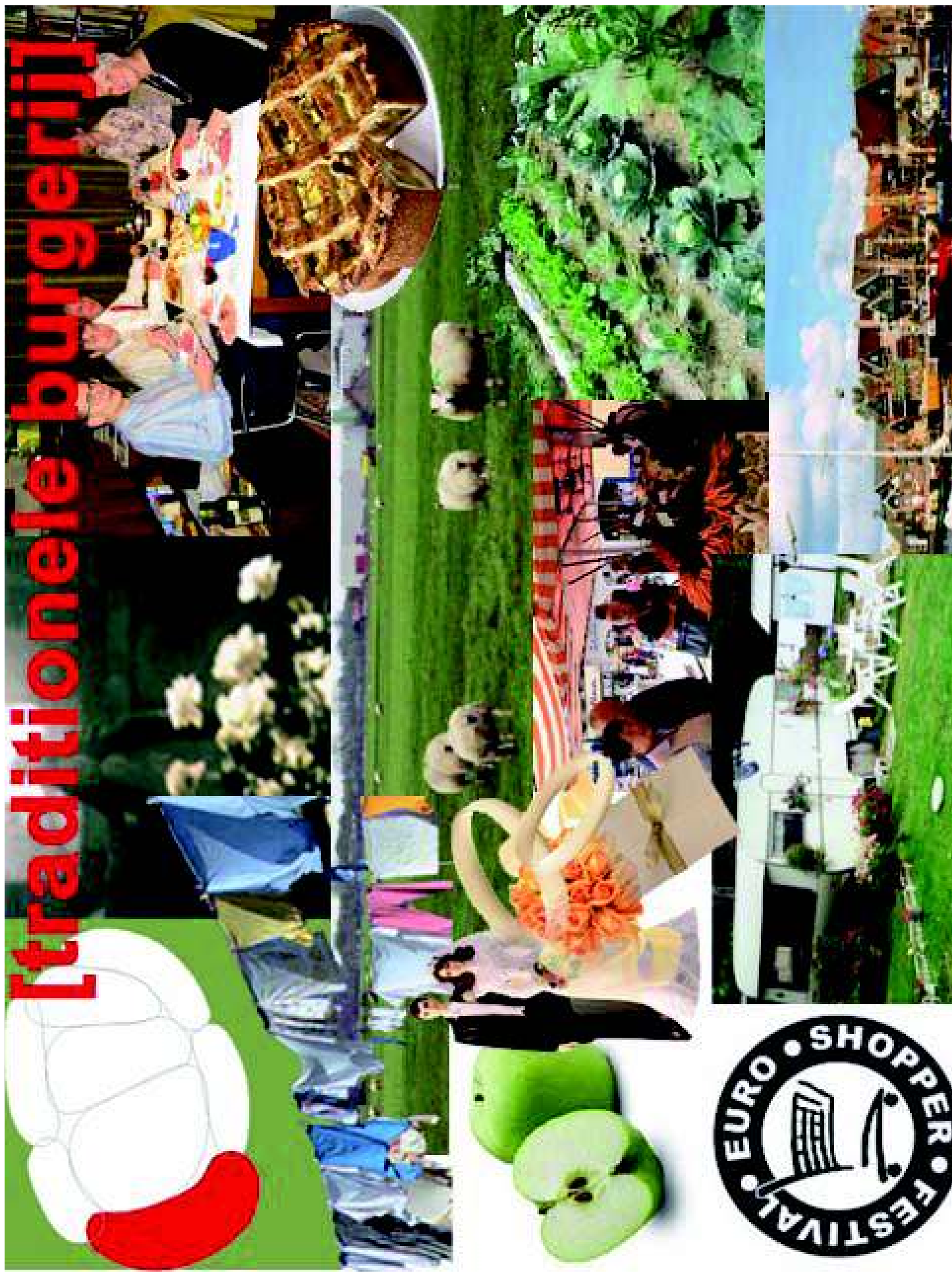


Traditionele burgerij

De moralistische, plichtsgetrouwe en op de status-quo gerichte burgerij die vasthoudt aan tradities en materiële bezittingen.



Traditionele burgerijl



Inleiding

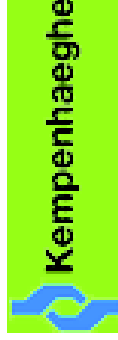
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen

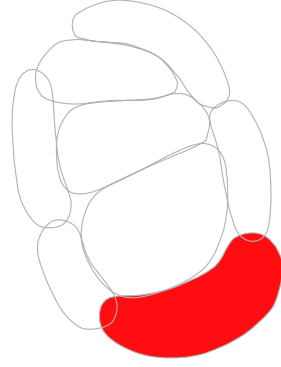


Beschrijving traditionele burgerij

Het dagelijks leven verloopt ordelijk en volgens een vast stramien: discipline, regelmaat en netheid spelen een belangrijke rol. De verschillende activiteiten en werkzaamheden zijn strak gepland en aan vaste tijden gekoppeld. Binnen dit milieu wordt doorgaans zuinig geleefd ('overdaad schaadt'). Bij het kopen van nieuwe producten gaat men weloverwogen te werk; de kwaliteit en duurzaamheid van producten (solide/robuust) vormen belangrijke aankoopcriteria.

Dit milieu omvat 2,3 miljoen Nederlanders. Meer vrouwen dan mannen behoren tot dit milieu. Over het algemeen kenmerkt dit milieu zich door mensen met een laag tot middelbaar opleidingsniveau. Ook het inkomensniveau is doorgaans niet hoog (meestal rond modaal). Relatief weinig mensen onder de 45 jaar behoren tot dit milieu, terwijl de groep mensen van vijftig tot tachtig jaar hier veel groter is dan gemiddeld.

Vastgoedprofiel traditionele burgerij



Gehecht aan eigen woonomgeving en contacten in de buurt

Luxe niet erg belangrijk

Sterk vertegenwoordigd in dorpen

Inleiding

Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Woonprofiel traditionele burgerij (1)

Algemeen

Over het algemeen zijn traditionele burgers niet erg veranderingsgezind: men houdt vast aan datgene wat reeds bereikt is. Dit komt ook tot uiting in hun woonprofiel. Zij blijven het liefst zo lang mogelijk in dezelfde woning wonen en stellen geen luxe eisen aan hun woning of woonomgeving. Feitelijke veiligheid en de perceptie van veiligheid in de woonomgeving is voor hen wel een belangrijke issue.

Huidige woonsituatie

Dit milieu is sterk vertegenwoordigd in dorpen. Als zij in steden vertegenwoordigd zijn hebben zij een voorkeur voor wijken met een sterke sociale cohesie. De traditionele burgerij woont met name in huurwoningen, maar ook in koopwoningen met een prijs beneden de 225.000 euro. Het merendeel van deze mensen woont in een eengezinswoning in de rij, en een kleiner deel in twee-onder-een-kapwoningen, maar ze bewonen bijna nooit appartementen.

Verhuisgeneigdheid

De huidige woonsituatie komt veelal overeen met de beoogde woonsituatie. Traditionele burgers zijn bovendien sterk gericht op behouden en het in stand houden van bestaande situaties. Om deze redenen ligt de verhuisgeneigdheid van deze groep erg laag. Omdat in dit sociale milieu veel ouderen voorkomen worden de behoeften aan zorg of minder vierkante meters als verhuisargumenten genoemd.

Inleiding

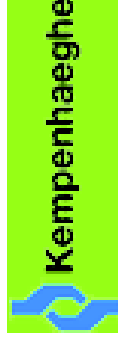
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Woonprofiel traditionele burgerij (2)

Buurt en woning

Traditionele burgers hechten veel waarde aan groen in de wijk en zij hebben graag burens die zij kennen, vrouwen, vertrouwen en waarop zij terug kunnen vallen in gevallen van nood. Vanwege de behoudende oriëntatie van deze groep worden veranderingen in de woonomgeving als onwenselijk ervaren. Het kappen van bomen, veranderen van verkeerssituatie en de sloop van woningen willen zij zo veel mogelijk voorkomen.

De ideale woonomgeving van deze groep ligt niet ver van winkels, is ontsloten met het openbaar vervoer, en is rustig en vooral veilig. Uitzicht op groen en op de straat worden door de traditionele burgerij als pluspunten aangemerkt.

De favoriete woning van de traditionele burgerij heeft een traditionele uitstraling; men houdt niet van moderne of experimentele architectuur.

Een woning heeft voor deze sober ingestelde groep mensen vooral praktisch nut, ze noemen als kenmerken van een prettige woning dan ook: kunststof kozijnen, isolatie en bergruimte. Een grote woonkamer of luxe badkamer is voor hen niet van belang. Van alle milieus is de traditionele burgerij het minst geïnteresseerd in technische snufjes. Ze willen niet per se wonen in een huis met veel kamers. Bij voorkeur hebben ze een gesloten keuken.

Inleiding

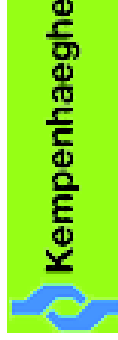
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

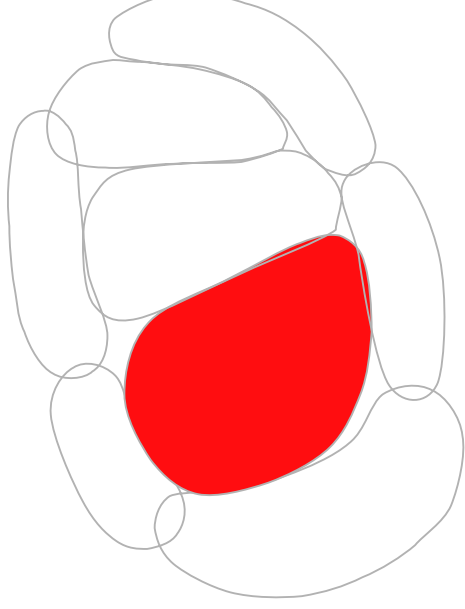
Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Moderne burgerij

De conformistische, statusgevoelige burgerij die het evenwicht zoekt tussen traditie en moderne waarden als consumeren en genieten.



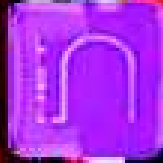


[moderne burgerij]

VILLE ARENA
WOONMAGAZINE

Libelle

Puzzelfun!



Soede tûden
Schothorst



Inleiding

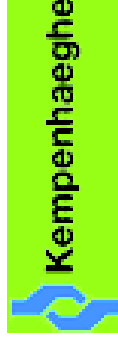
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Beschrijving moderne burgerij

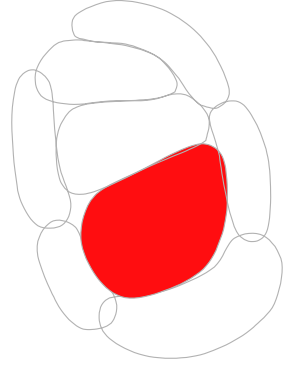
Traditionele waarden als respect, law and order en familiegeeluk worden binnen de moderne burgerij belangrijk gevonden. Daarnaast houdt men van een makkelijk en plezierig leven met aandacht voor consumeren, avontuur en genieten.

Mensen binnen dit milieu plannen hun leven zorgvuldig, zijn toekomstgericht en proberen de juiste balans te vinden tussen het aangename en het noodzakelijke.

Men hecht relatief veel belang aan uiterlijke zaken, zoals presentatie, verzorging en inrichting. De moderne burgerij wil graag eerst iets 'gezien' hebben bij een ander, voordat men het zelf uitprobeert.

Dit milieu omvat 2,8 miljoen Nederlanders. Evenveel mannen als vrouwen behoren tot dit milieu. De moderne burgerij blijkt meestal een middelbare (beroeps)opleiding te hebben genoten of lager beroepsonderwijs. In dit milieu komen zowel lage als hoge inkomensniveaus voor. Ook de leeftijd van de mensen uit dit milieu is gespreid; de moderne burgerij bestaat zowel uit jongeren als uit ouderen en mensen van middelbare leeftijd. In dit milieu is men meestal gehuwd of samenwonend met (thuiswonende) kinderen.

Vastgoedprofiel moderne burgerij



Voorkeur voor wonen met gelijkgestemden

Belang van nette woonomgeving

Sterk vertegenwoordigd in naoorlogse stadswijken

Inleiding

Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Woonprofiel moderne burgerij (1)

Algemeen

Deze groep zoekt naar een balans tussen vroeger en nu, tussen soberheid en verwennen, tussen behouden en vernieuwen. Deze bewoners zijn gericht op familie en vrienden en staan weinig open voor andere levenswijzen. Zij willen zich niet onderscheiden van anderen, hun woning moet conform de andere woningen zijn. De winkels moeten nabij zijn en de woning moet in goede staat van onderhoud zijn (netjes).

Huidige woonsituatie

Deze groep was vooral te vinden in de grote uitbreidingswijken van na de Tweede Wereldoorlog zoals de Westelijke Tuinsteden in Amsterdam en Overvecht in Utrecht. De laatste jaren laat de moderne burgerij een verschuiving zien naar een voorkeur voor meer suburbane woonmilieus als Hoofddorp en Almere. Hier hopen zij weer wijken te vinden met een grote sociale samenhang en een meer gelijkgestemde bevolkingssamenstelling.

Onder de moderne burgers bevinden zich meer huurders dan huiseigenaren. Zij wonen vaker in een eengezinswoning (in een rij) en minder vaak in een vrijstaande woning of een herenhuis. Hun woonkamer is vergeleken met de andere Mentality-milieus relatief klein. Ze wonen vaak in relatief goedkope en oudere huurwoningen. Indien ze in bezit zijn van een koopwoning, valt deze vaker in de lage prijsklasse.

Inleiding

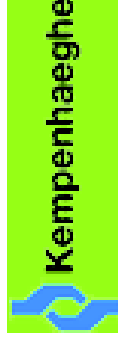
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Woonprofiel moderne burgerij (2)

Verhuigeneigheid

De huidige woonsituatie komt meestal overeen met hun gewenste woonsituatie. De neiging van de moderne burgerij om te gaan verhuizen is daarom laag. Ze hebben vaak geen idee waaraan hun nieuwe woning en woonomgeving moet voldoen. Aangezien dit milieu erg kinderrijk is, is kindvriendelijkheid van de woonomgeving de belangrijkste gemene deler.

Buurt en woning

Belangrijk bij de woningkeuze is de locatie van de woning, die niet te ver verwijderd dient te zijn van de eigen vrienden- en familiekring. Maar ook de band met burens is belangrijk. Zij drinken graag een kopje koffie bij de burens en zijn ook best in voor een jaarlijks buurtfeest. Moderne burgers willen zich niet onderscheiden van anderen. Zij willen het liefst een woning die conform de omringende woningen in de buurt is. Zij willen zich met hun woning graag conformeren aan gelijkgezinde mensen die deel uitmaken van hun 'clan': de familie en vrienden. Zij hoeven dus niet perse een woning die bijzonder is vormgegeven, die van historische waarde is of die in een modern ontworpen wijk staat.

Inleiding

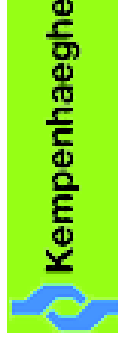
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Woonprofiel moderne burgerij (3)

Tegenover andersdenkenden staat de moderne burgerij niet zo tolerant. Een wijziging in de bevolkingssamenstelling, zoals 'veryupping' of de komst van grote groepen Nieuwe Nederlanders wordt door deze groep dan ook als verontrustend ervaren.

De woning van de moderne burgerij is niet erg modern ingericht. Gezelligheid, kleur en een echt thuisgevoel staan centraal bij de inrichting van de woonkamer. Een woning die voorzien is van de nieuwste technologieën heeft voor de moderne burgerij geen prioriteit.



Een nette woonomgeving en je aanpassen: belangrijke waarden voor de moderne burgerij

Inleiding

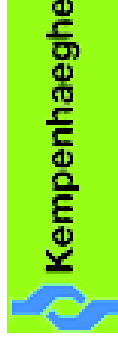
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

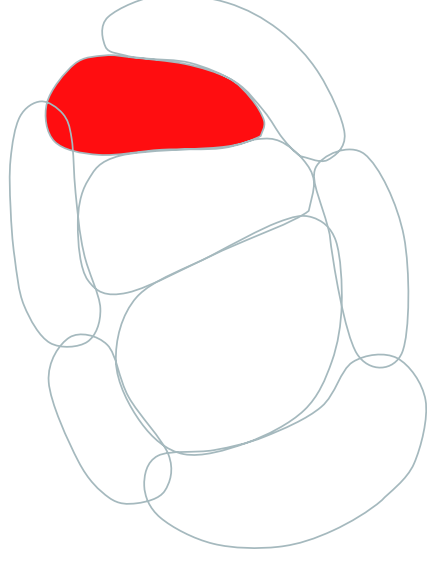
Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Postmaterialisten

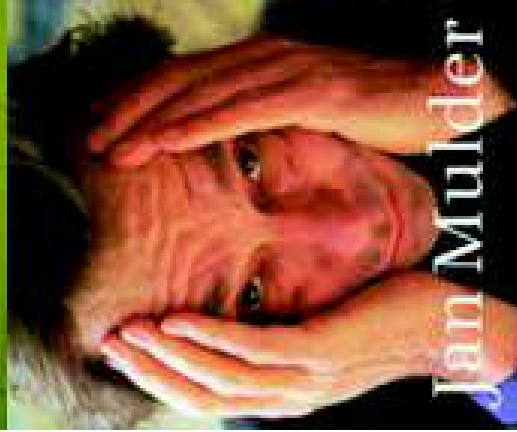
De maatschappijkritische idealisten die zichzelf willen ontplooiën, stelling nemen tegen sociaal onrecht en opkomen voor het milieu.





nova

DEN HAAG VANDAAG

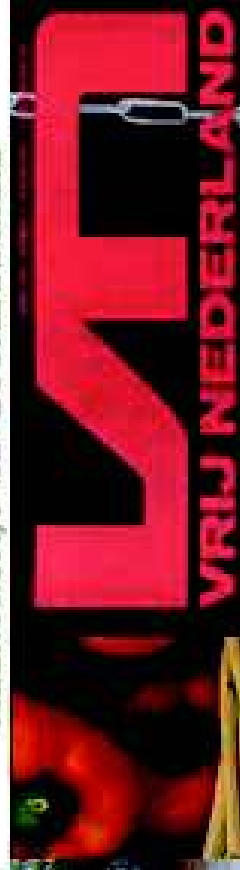


Jan Mulder



ASN Bank

MEER PROFIT VAN DUURZAAMHEID



VRIJ NEDERLAND

Inleiding

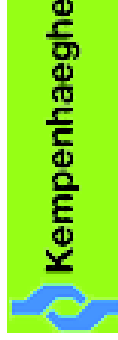
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



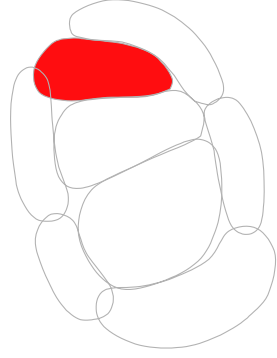
Beschrijving postmaterialisten

Solidariteit en harmonie kenmerken de mensen binnen dit milieu. Men is kritisch ten opzichte van de hedendaagse maatschappij. Het streven naar onderlinge verbondenheid, het nemen van verantwoordelijkheden en het werken aan sociaal-maatschappelijke verbeteringen, spelen in dit milieu een prominente rol.

Verantwoord leven is belangrijk in dit milieu: zonder verspilling, winstbejag en zonder aantasting van het milieu. De materialistische consumptiemaatschappij wordt verworpen en voor een 'goed' en 'eerlijk' leven is men bereid een stap terug te doen. Aan luxe en comfort wordt weinig belang gehecht en men is niet merkgericht. De kwaliteit van het leven zoekt men eerder in immateriële zaken dan in materiële welvaart.

Dit milieu omvat 1,3 miljoen Nederlanders. Meer vrouwen dan mannen behoren tot dit milieu. Het opleidingsniveau binnen dit milieu is hoog. Jongeren zijn ondervertegenwoordigd, mensen tussen de 45 en 60 jaar zijn oververtegenwoordigd. In het milieu bevinden zich mensen uit alle inkomensklassen.

Vastgoedprofiel postmaterialialisten



Woning is plaats van rust in een (te) drukke wereld
Twee gedachten: veelkleurigheid van de stad trekt,
maar ook een landelijke omgeving
Sterk aanwezig in wijken 1970/1980

Inleiding

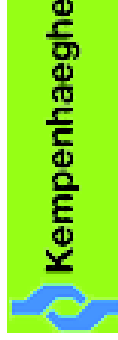
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Woonprofiel postmaterialisten (1)

Samenvatting

Deze groep heeft een open kijk op de wereld, maar staat kritisch tegenover de consumptiemaatschappij. Aan de ene kant uit zich dat in een heroriëntatie op een meer landelijke woon- en leefstijl, aan de andere kant voelen zij zich nog steeds aangetrokken door de veelkleurigheid van de stad. Daar waar zij stedelijk georiënteerd zijn, komen hun woonwensen sterk overeen met die van postmoderne hedonisten.

Huidige woonsituatie

Veel postmaterialisten zijn huiseigenaar. Ze wonen vaak in een vrijstaand huis of in een herenhuys/grachtenpand en minder vaak in een eengezinswoning in een rij. Ze wonen relatief vaak in huizen met een groot oppervlak (150 m² of meer) en met veel kamers, waarvan de woonkamer groot is. Het deel van de groep dat een vrij dure woning heeft, is groot.

Deze gemiddeld goede en comfortabele woonsituatie van de postmaterialisten lijkt in eerste instantie in tegenspraak met de levensinstelling van deze groep, waarbij luxe en bezit in principe ondergeschikt zijn aan zelfontplooiing en solidariteit met de medemens. Wie naar de sociaal-demografische verdeling van deze groep kijkt ziet echter dat deze groep gemiddeld gezien hoger is opgeleid en hierdoor vaak goed betaalde banen heeft.

Inleiding

Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Woonprofiel postmaterialisten (2)

Huidige woonsituatie (vervolg)

In dit Mentality-milieu is de groep in de leeftijd tussen 50 en 60 oververtegenwoordigd. Deze 'babyboom' generatie heeft economisch gezien vaak de wind mee gehad en is hierdoor in het verleden in staat geweest grotere huizen te kopen, waar zij nu vaak nog steeds wonen.

Verhuisgeneigdheid

De verhuisgeneigdheid van deze groep is groter dan gemiddeld. Velen zijn op zoek naar de woning die bij voorkeur gesitueerd is in een rustgevende en natuurlijke omgeving, bijvoorbeeld in een bosrijk gebied of aan het water.

Buurt

De postmaterialisten kunnen worden gekarakteriseerd als de groep die begaan is met de rest van de wereld, maar weinig betrokken is bij de eigen lokale gemeenschap. Het is een groep die bewust in de wereld staat, maar tegelijkertijd gesteld is op privacy. Wel vinden zij het leuk wanneer er mensen in de buurt wonen die anders leven dan zij. Hun interesse in de medemens is echter van een abstract niveau; zij hechten relatief weinig waarde aan omgang met buurtbewoners.

In het specifieke geval van het toekomstige dorp Providentia, waarbij de buurt een idealistisch karakter heeft, zal de omgang met de buurtbewoners er vanuit hun waardenoriëntatie wel bestaan. De aanwezigheid van de mensen met een verstandelijke beperking, die zorg behoeven en aandacht verdienen, zal één van de kenmerken zijn die de postmaterialisten aanspreekt.

Inleiding

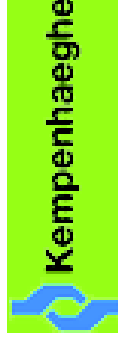
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Woonprofiel postmaterialisten (3)

Woning

Voor de postmaterialist dient de woning als een verschaffer van identiteit. De voorkeur gaat bij de niet-stedelijk georiënteerde postmaterialist uit naar een groot huis met een tuin in een landelijke omgeving. De landelijke omgeving biedt de mogelijkheid in contact te komen met immateriële zaken en een harmonieus leven. Het liefst woont men in een woning met een bepaalde historische waarde.

Zij zijn binnenshuis actief en streven daarbij naar innerlijke ontplooiing en harmonie. Zij lezen een boek, werken in de tuin en klussen in huis. Hun interesse gaat uit naar kunstzinnige zaken als klassiek ballet, cabaret en klassieke muziek. Daarnaast zijn zij vaak creatief bezig en geïnteresseerd in binnenhuisarchitectuur om de woning te kunnen aanpassen aan eigen woonwensen.

Postmaterialisten zijn vaak breed geïnteresseerd en open-minded. Ze lezen over andere culturen, psychologie en internationale politiek en zijn geïnteresseerd in verre reizen. Ook zijn zij sterk milieubewust. Het gebruik van duurzame, natuurlijke materialen bij de constructie vindt men belangrijk.

Inleiding

Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

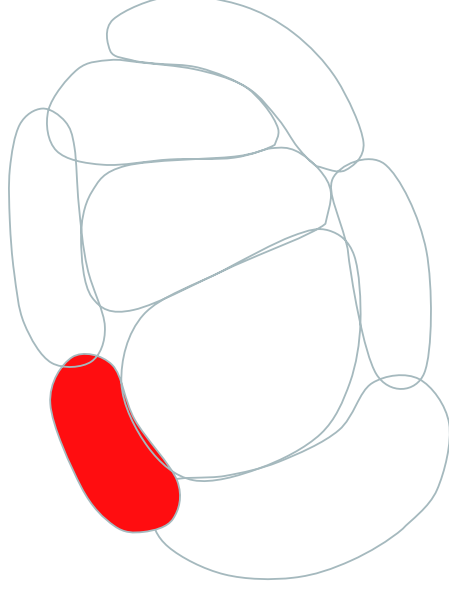
Woonwensen
marktpotentieel

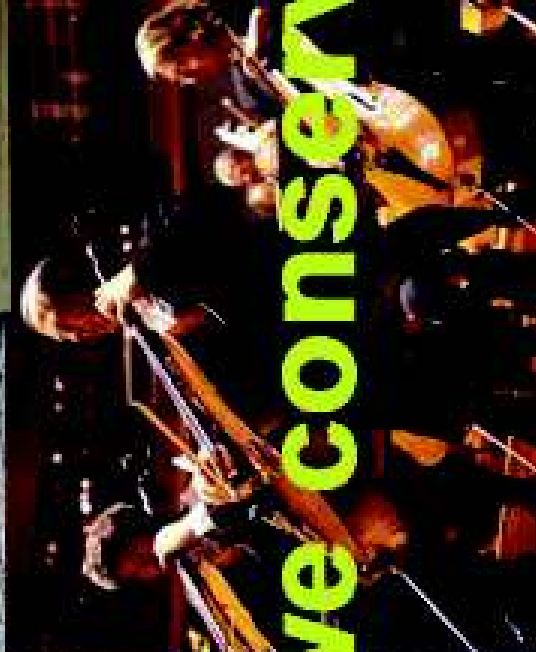
Conclusies en
Aanbevelingen



Nieuwe conservatieven

De liberaal-conservatieve maatschappelijke bovenlaag die alle ruimte wil geven aan technologische ontwikkeling, maar zich verzet tegen sociale en culturele vernieuwing.





Inieuwe conservatieven

Inleiding

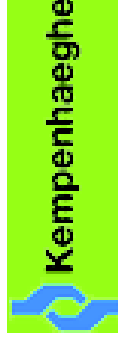
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



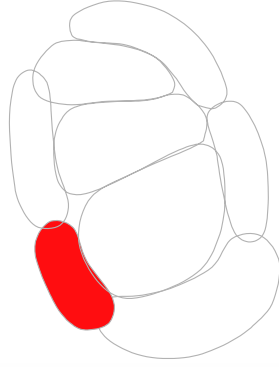
Beschrijving nieuwe conservatieven

Nieuwe conservatieven hebben traditionele opvattingen over normen en waarden. Men hecht aan discipline, respect, correcte omgangsvormen en aan een traditioneel gezinsleven. En men zou graag zien dat meer mensen er zo over denken. Verder zijn nieuwe conservatieven ambitieus ingesteld en willen zij maatschappelijk succesvol zijn. Hard werken en carrière maken zijn centrale drijfveren. Ook vormen kunst en cultuur een belangrijk onderdeel van hun leven.

Dit milieu is niet uitgesproken consumptief ingesteld. Consumeren is geen automatisme en wordt niet gezien als een manier om het leven de moeite waard te maken. Als consument is men kwaliteitsbewust en maakt men bij voorkeur veilige keuzes.

Nederland kent circa één miljoen nieuwe conservatieven. Meer mannen dan vrouwen behoren tot dit milieu. De nieuwe conservatieven blijken veelal hoger onderwijs te hebben genoten. Het inkomensniveau van dit milieu is over het algemeen hoog. Ook de leeftijd is in dit milieu hoger dan gemiddeld.

Vastgoedprofiel nieuwe conservatieven



Voorkeur voor landelijke en statige woonmilieus

Wonen veelal in vrijstaande woningen

Zowel in buitengebied als in statusrijke stadswijken

Inleiding

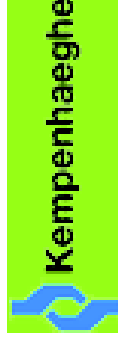
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Woonprofiel nieuwe conservatieven (1)

Algemeen

Nieuwe conservatieven: gezien de gemiddeld hoge sociaal-economische status van deze groep zijn zij veelal te vinden in oude woonmilieus aan de top van de woonhiërarchie. Klassieke nieuw conservatieve woonmilieus zijn dorpen als Laren en Wassenaar. Meer stedelijk ingestelde nieuwe conservatieven hebben een voorkeur voor wijken als Oud-Zuid in Amsterdam en Wilhelminapark in Utrecht. Nieuwe conservatieven komen veelal voor in dorpen, maar zijn ook te vinden in het historische centrum van grote steden.

Huidige woonsituatie

Maar iets meer dan één op de tien nieuwe conservatieven is huurder van een woning. De substantiële hoofdmoot van de nieuwe conservatieven is dus eigenaar-bewoner. Deze woning is vaker dan gemiddeld een vrijstaande woning en minder vaak dan gemiddeld een eengezinswoning in de rij. De kooprijzen van de woningen van nieuwe conservatieven kosten meestal meer dan 225.000 euro.

Verhuigeneigtheid

Over het algemeen zijn nieuwe conservatieven koopkrachtig genoeg om hun woonwensen te verwezenlijken, daarom komt de ideale woonlocatie in veel gevallen overeen met huidige woonlocatie. De nieuwe conservatieven zijn daarom ook het minst verhuigeneigd van alle milieus.

Inleiding

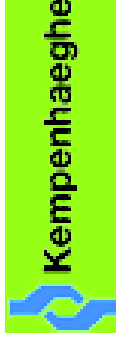
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Woonprofiel nieuwe conservatieven (2)

Buurt en woning

Nieuwe conservatieven wonen het liefst in buurten met traditionele en statige woningen die luxe uitstralen. Het liefst wonen zij vlakbij een natuurgebied, maar ook dichtbij de snelweg. Winkels voor de dagelijkse boodschappen en vrienden en familie hoeven van hen niet in de buurt gelegen te zijn. Ze wonen liever niet in een al te levendige buurt.

De woning heeft bij voorkeur een klassieke of historische uitstraling. Het gebruik van natuurlijke materialen bij de constructie (hout, rieten dak) vindt men belangrijk.

Dit koopkrachtige Mentality-milieu hecht waarde aan een luxe badkamer een luxe keuken, een grote tuin en veel zonlicht. Kortom, de woning moet veel mogelijkheden bieden om in stilte te genieten, maar men wil met de auto ook snel andere bestemmingen kunnen bereiken.

Inleiding

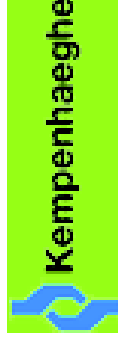
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Marktpotentieel: kansrijke groepen

Wanneer op basis van de gevonden kansrijke groepen een overzicht wordt gemaakt van het marktpotentieel, blijken er twee oververtegenwoordigde doelgroepen te zijn, die in dit marktpotentieel grotendeels overeenkomen in sociodemografische kenmerken en waardenoriëntatie (Mentality).

• **Modern georiënteerde stellen en gezinnen (68 %):**

- Mentality: moderne burgerij, gemaksgeorienteerden
- Alleenstaanden < 50 jr. met kinderen
- Tweepersoonshuishoudens < 50 jr. zonder kinderen
- Gezinnen < 50 jr. met kinderen

• **Traditioneel georiënteerde senioren (21 %):**

- Mentality: traditionele burgerij, postmaterialisten én nieuw conservatieven
- Tweepersoonshuishoudens 50+ zonder kinderen
- Gezinnen 50+ met kinderen
- Alleenstaanden 50+ zonder kinderen
- Alleenstaanden 50+ met kinderen

• **Tot de restcategorie (11%) behoren o.a. :**

- Starters (jong alleenstaand < 35 jaar)
- Alleenstaanden 36-50 jaar.
- Ondervraagden met onbekende huishoudensituatie

Inleiding

Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Kansrijke groepen

De onderscheiden groepen blijken het grootste deel van het marktpotentieel te omvatten en vertonen per groep een overeenkomstige verdeling in Mentality. De eerste groep heeft een duidelijke moderne waardenoriëntatie en zit veelal in de gezinsvormingsfase. Hier zijn de milieus moderne burgerij en gemak-georiënteerden sterk oververtegenwoordigd. Ook de traditionele burgerij is hier een grote groep, echter ten opzichte van Nederland is deze groep gemiddeld.

Het traditionele marktpotentieel kent een duidelijke oververtegenwoordiging t.o.v. Nederland van de traditionele burgerij, postmaterialisten en nieuw conservatieven.

Verdeling marktpotentieel	Modern MP	Traditioneel MP	Totaal NL
Moderne burgerij	28%	22%	22 %
Opwaarts mobielen	9%	5%	13%
Postmaterialisten	9%	14%	10%
Nieuwe conservatieven	6%	12%	8%
Traditionele burgerij	17%	25%	16%
Kosmopolieten	8%	8%	9%
Postmoderne hedonisten	10%	7%	11%
Gemaksgeoriënteerden	13%	6%	10%

MP=Marktpotentieel

Modern: n = 294

Traditioneel: n = 189

De percentages in de kolom Totaal NL hebben betrekking op de totale Mentality-verdeling in Nederland onder de bevolking 18-65 jaar.

Beide potentiëlen: vooral modaal inkomensniveau en meestal minder stedelijk wonend

Huishoudinkomen	Modern MP	Trad. MP	Totaal NL
Ver beneden modaal (minder dan € 9.499)	3%	2%	3%
Beneden modaal (tussen € 9.500 en € 28.499)	17%	25%	22%
Modaal (tussen € 28.500 en € 33.999)	31%	28%	26%
Tussen 1 en 2 keer modaal (€ 34.000 - € 55.999)	15%	18%	17%
Twee keer modaal of meer (meer dan € 56.000)	12%	13%	12%
Weet niet	22%	14%	20%

Huidig woonmilieu	Modern MP	Trad. MP	Totaal NL
Zeer sterk stedelijk	9%	12%	19%
Sterk stedelijk	26%	23%	29%
Matig stedelijk	22%	25%	21%
Weinig stedelijk	22%	25%	20%
Niet stedelijk	21%	15%	11%

MP=Marktpotentieel

Modern: n = 294

Traditioneel: n = 189

- Het traditionele marktpotentieel bevat relatief meer beneden modale inkomens, maar daarbij ook een relatief groot deel bovenmodale inkomens. Het moderne potentieel heeft een duidelijk modaal inkomensniveau.
- De beide potentiëlen blijken een weinig stedelijk karakter te hebben ten opzichte van het gemiddelde van Nederland. Hierbij valt op dat het traditionele marktpotentieel een relatief grote groep zeer sterk stedelijken bevat, en het modern potentieel een niet-stedelijk karakter heeft.

HET DORP PROVIDENTIA

Inleiding

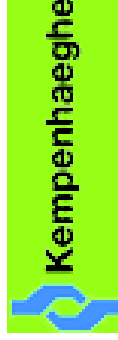
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Het plan: aspecten

- In het volgende gedeelte van de rapportage zullen verschillende aspecten van het plan verder geanalyseerd worden. Aan de ondervraagden zijn onderdelen van het plan voorgelegd, waarbij men de kans kreeg om aan te geven in hoeverre men dit aantrekkelijk vindt; hier interesse in heeft of bepaalde activiteiten wil ondernemen.
- Ten eerste kijken we wat het marktpotentieel **aantrekkelijk** vindt aan het idee én wat voor de mensen die niet tot het marktpotentieel behoren de **negatieve aspecten** van het plan zijn.
- Vervolgens rijst de vraag **welke voorzieningen** men het liefst ziet binnen het plan.
- Hierna gaan we in op expliciete aspecten van het plan. Hierbij moest men zich voorstellen dat men in het dorp zou wonen. In welke **verenigingen** wil men zitting nemen? Wil men zich **inzetten voor behoud van de ecologische waarde** van het gebied? Bestaat er interesse voor **kleinschalige bedrijvigheid aan huis**?
- Interessante vraag is de interesse naar welke **activiteiten** men **met de patiënten** zou willen ondernemen, omdat van de ondervraagden in de toekomst in principe geen actieve zorg wordt verwacht ten opzichte van de patiënten.
- Interesse in een vorm van **erfpacht** wordt ook gepeild. De erfpacht kan een vorm zijn om het karakter van het dorp in de toekomst te waarborgen.
- Interessante verschillen tussen de groepen (Brabanders / NL) en het modern en traditioneel georiënteerde marktpotentieel zullen weergegeven worden binnen dit deel van de rapportage.

Inleiding

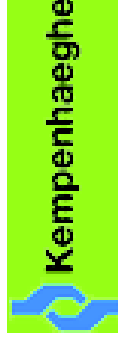
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

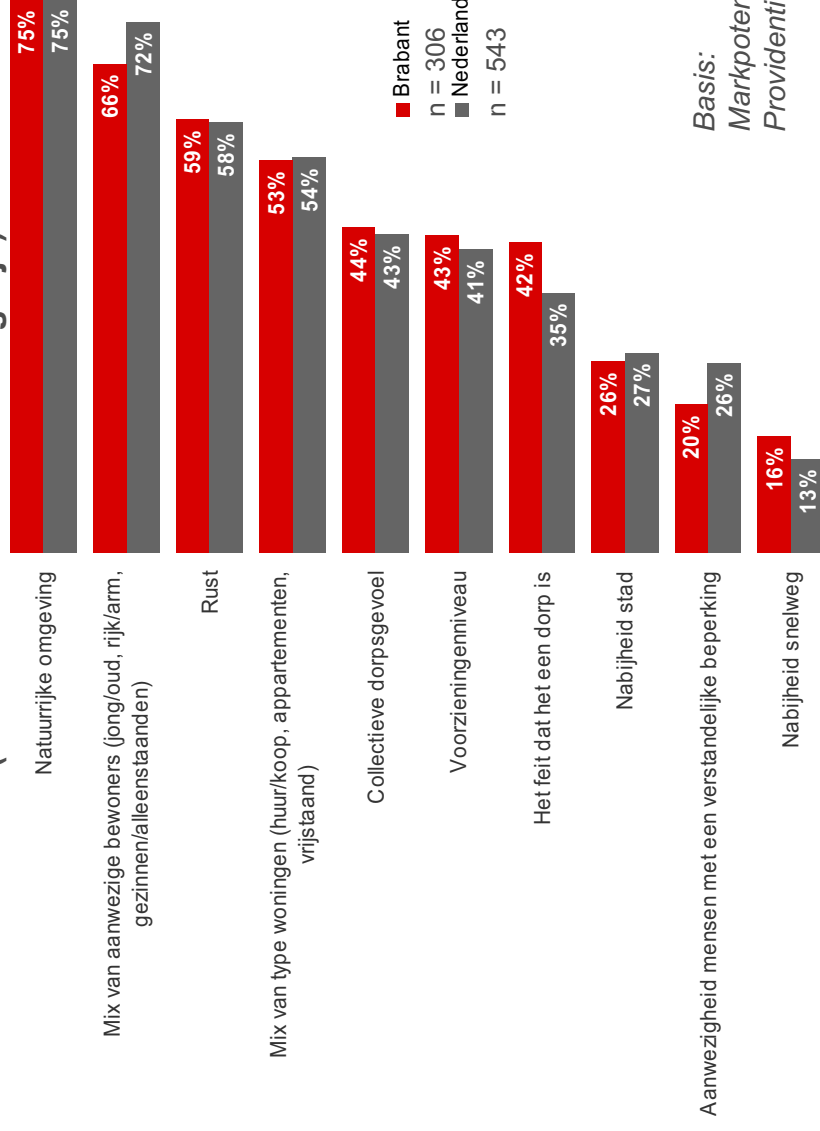
Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Ligging in de natuur en diversiteit inwoners meest aantrekkelijk

Wat spreekt u aan in het plan voor deze woonlocatie? (meerdere antwoorden mogelijk)



- Men blijkt het natuuraspect het meest aantrekkelijk te vinden van het plan. De diversiteit aan bewoners én woningtypen scoort ook goed. De dorps setting spreekt de Brabanders significant meer aan.

Inleiding

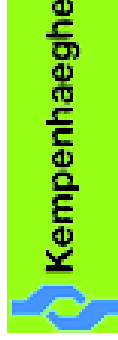
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

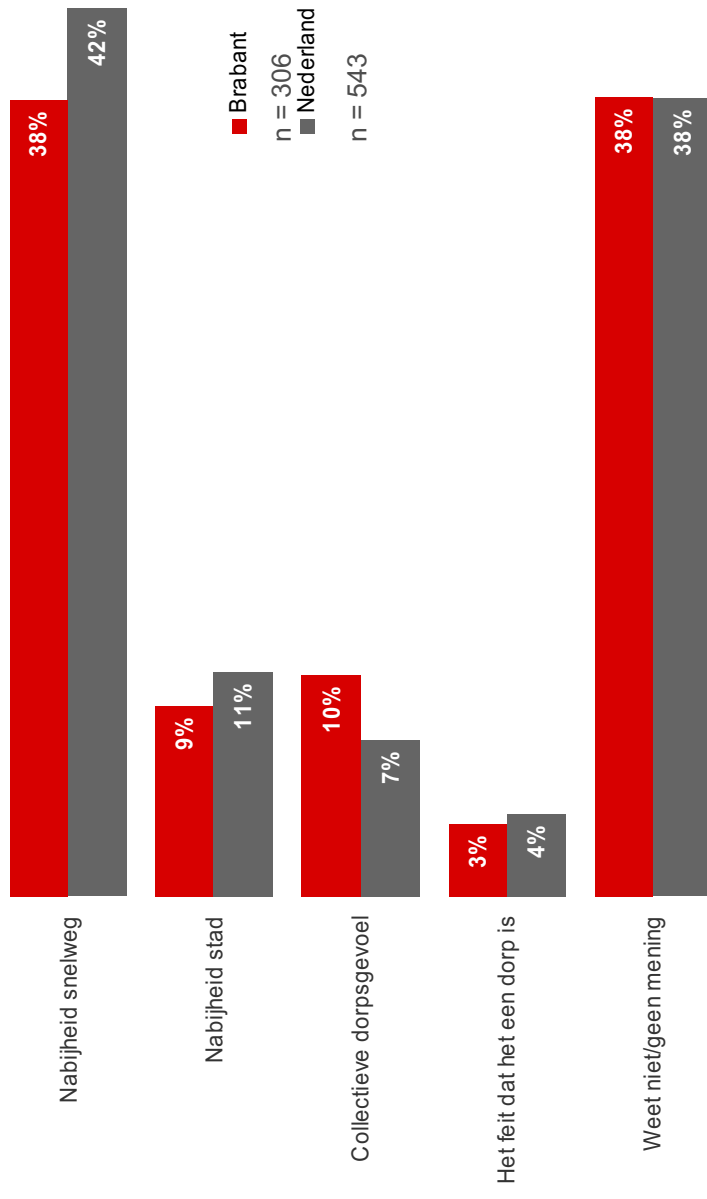
Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Nabijheid snelweg meest onaantrekkelijke aspect van plan

Wat spreekt u NIET aan in het plan voor deze woonlocatie?
(meerdere antwoorden mogelijk)



- De nabijheid van de snelweg blijkt het minst aantrekkelijk binnen het plan. Opgemerkt dient te worden dat in de propositie-omschrijving melding is gemaakt dat 'een snelweg in de buurt ligt' zonder verdere toelichting. Het is goed mogelijk dat een snelweg in de buurt door een deel van de respondenten is geïnterpreteerd als 'liggend aan een snelweg' en dat dit mogelijk een negatieve beeldvorming in de hand heeft gewerkt. Het collectieve dorpsgevoel blijkt voor de Brabanders relatief een onaantrekkelijker aspect. 38% van het marktpotentieel noemt geen onaantrekkelijke punten.

Inleiding

Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

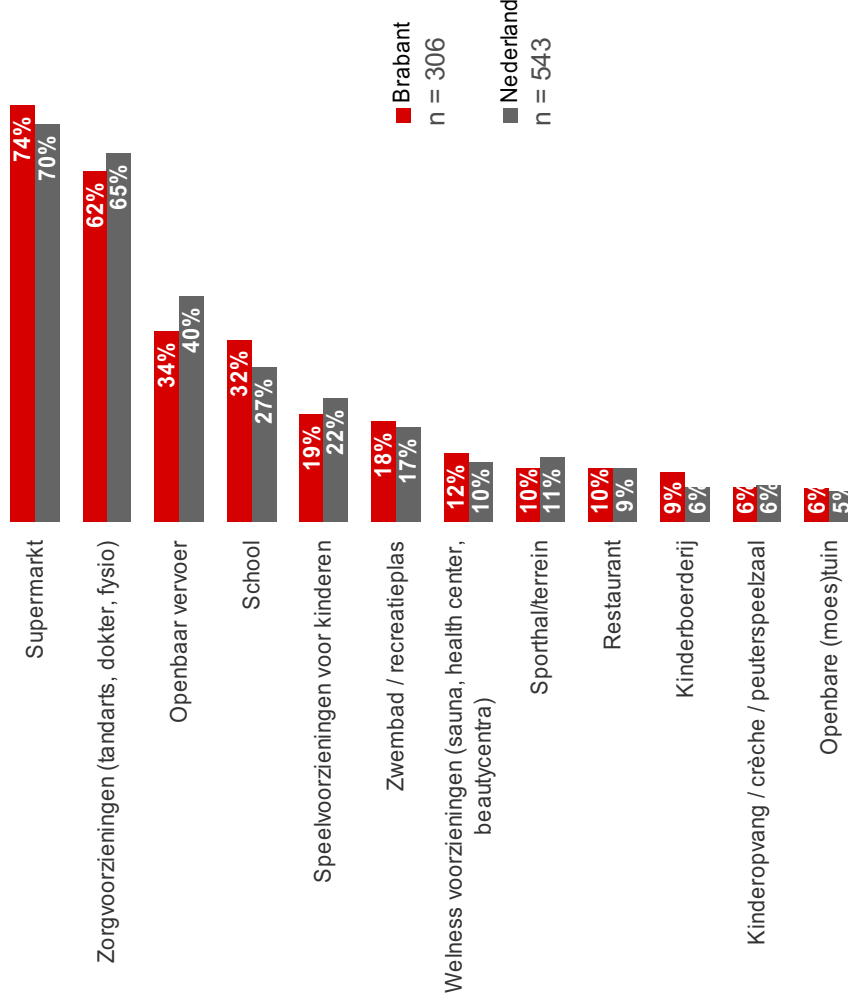
Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Supermarkt en zorgvoorzieningen meest gewenst in het dorp

Als u mocht kiezen, welke drie voorzieningen zou u dan kiezen?



- Een supermarkt én zorgvoorzieningen staan hoog op de wensenlijst van het marktpotentieel voor het nieuwe dorp. Openbaar vervoer-voorzieningen komen op de derde plaats.

Inleiding

Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

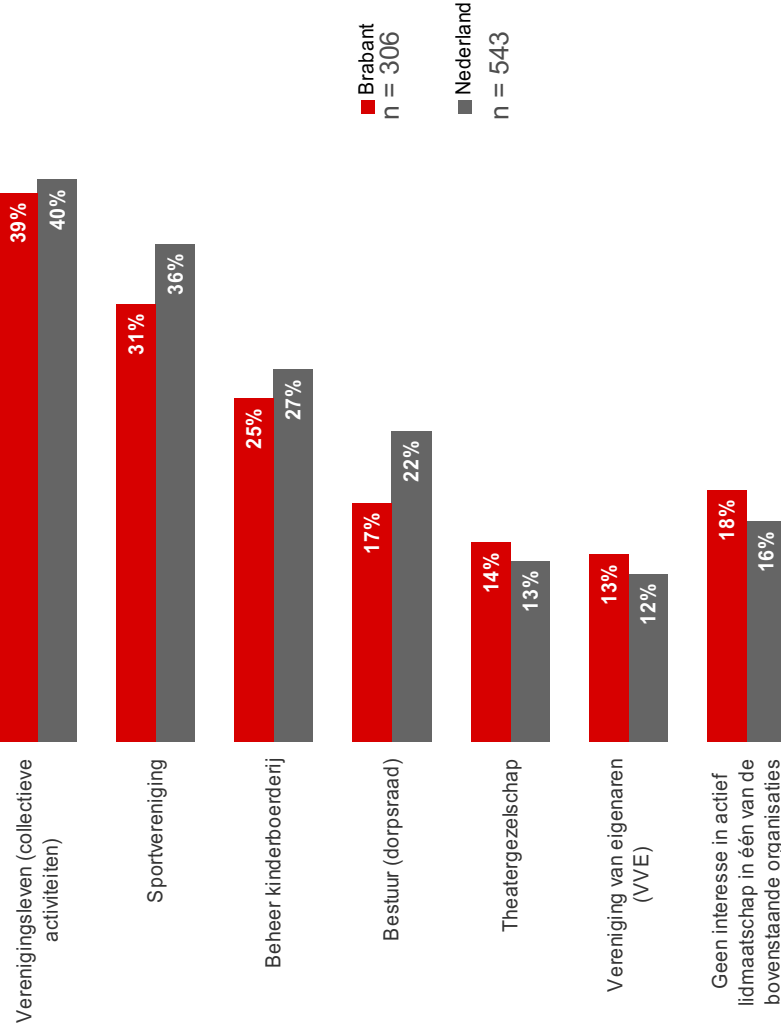
Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Verenigingsleven heeft interesse van het marktpotentieel

Stel dat u zou gaan wonen in het dorp, in welke van de onderstaande organisaties/gezelschappen zou u dan actief deel willen nemen? (meerdere antwoorden mogelijk)



- Het Brabants marktpotentieel toont relatief minder interesse in het verenigingsleven.

Inleiding

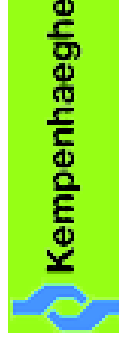
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

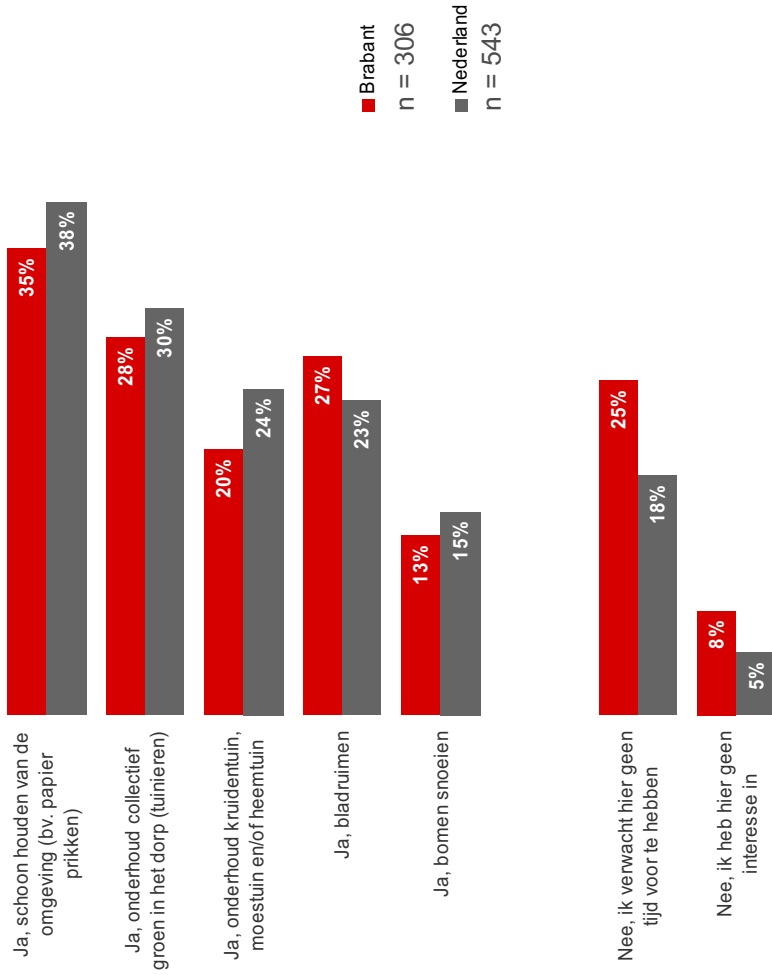
Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Actief natuurbehoud duidelijk aanwezig bij het marktpotentieel

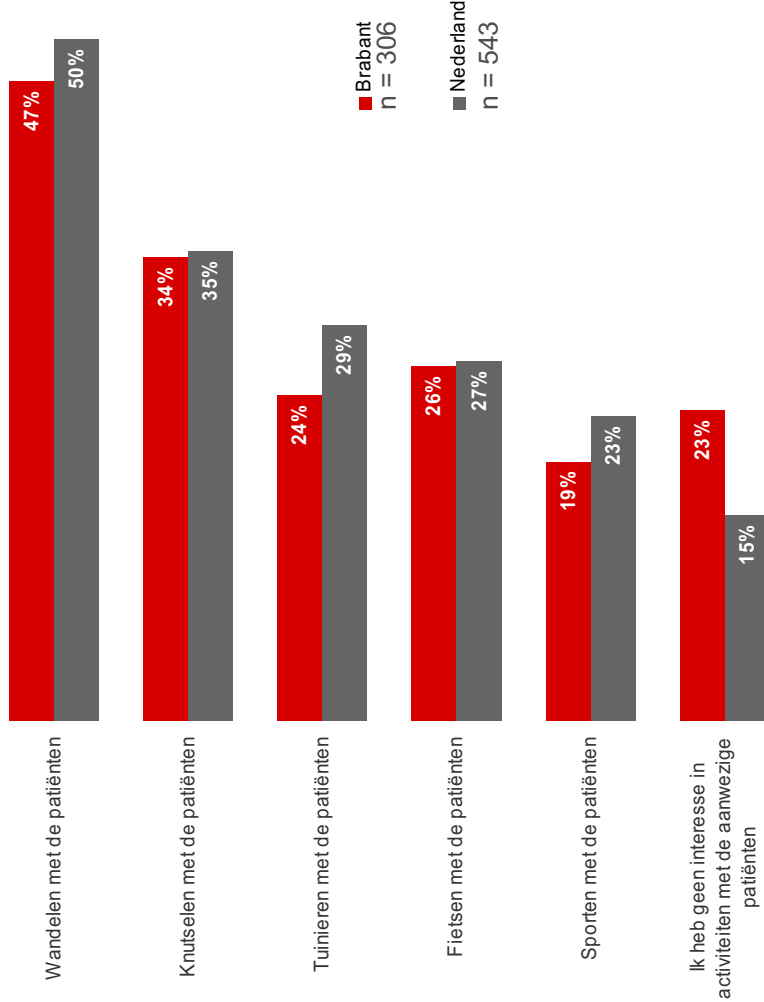
Zou u, wanneer u in het dorp zou wonen, zelf iets willen doen om de ecologische waarde van het gebied te behouden?
(meerdere antwoorden mogelijk)



- Het marktpotentieel wil zich over het algemeen graag inzetten voor het behoud van de ecologisch waardevolle omgeving waarin het toekomstige dorp komt te liggen. Een kwart van de Brabanders verwacht hier echter geen tijd voor te hebben.

Marktpotentieel wil zich actief inzetten voor aanwezige patiënten

Stel dat u in het dorp zou gaan wonen, welke onderstaande activiteiten zou u dan wellicht willen ondernemen? (meerdere antwoorden mogelijk)



- Aan de ondervraagden is duidelijk gemaakt dat ten opzichte van de aanwezige patiënten geen zorg wordt verwacht. Wanneer men gevraagd wordt of men toch interesse heeft activiteiten te ondernemen. Blijkt meer dan driekwart van het marktpotentieel hiervoor interesse te tonen. Wandelen is hierbij de meest gewilde activiteit.

Inleiding

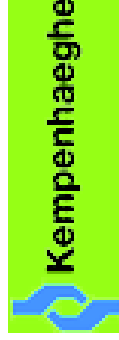
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

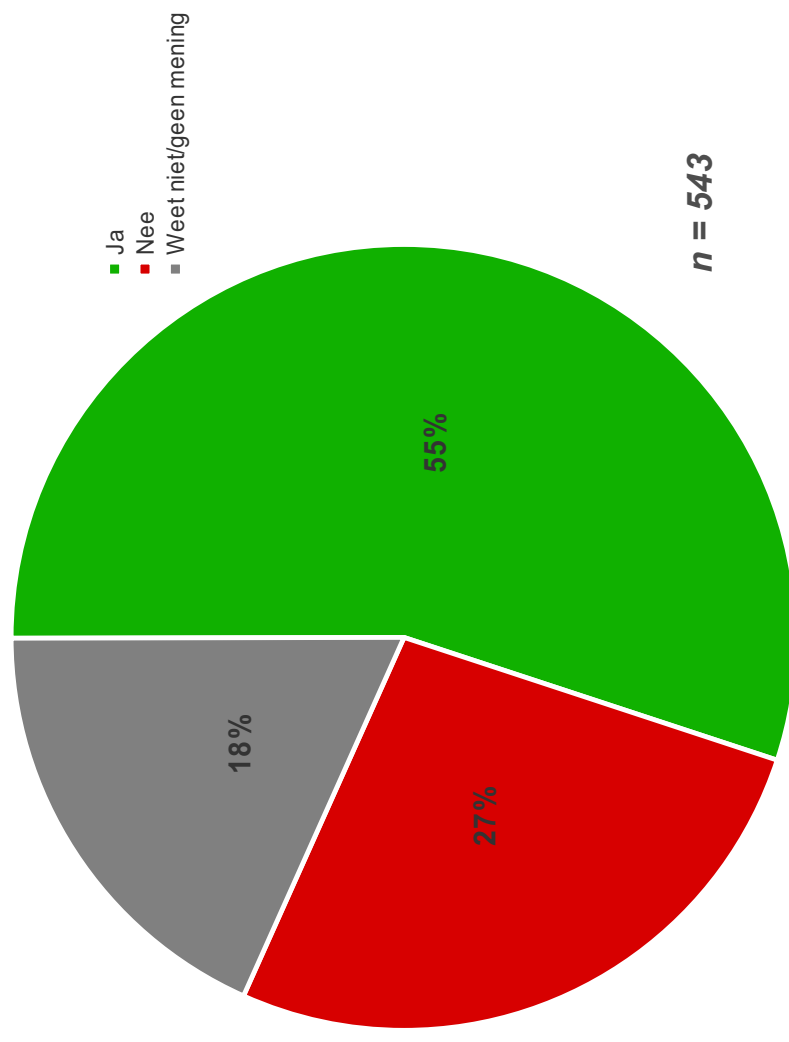
Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Meer dan helft marktpotentieel interesse in kantoor aan huis

Stel dat u in het dorp zou gaan wonen, zou u dan interesse hebben om huisgebonden bedrijvigheid te ondernemen, waarbij u uw kantoor aan huis heeft?



- Er blijkt bij meer dan de helft van het marktpotentieel interesse te bestaan om huisgebonden bedrijvigheid te ondernemen. Verschillen tussen het Nederlands en Brabants marktpotentieel waren hierbij niet aanwezig.

Inleiding

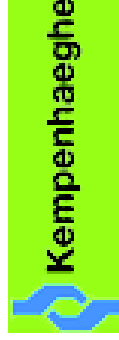
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

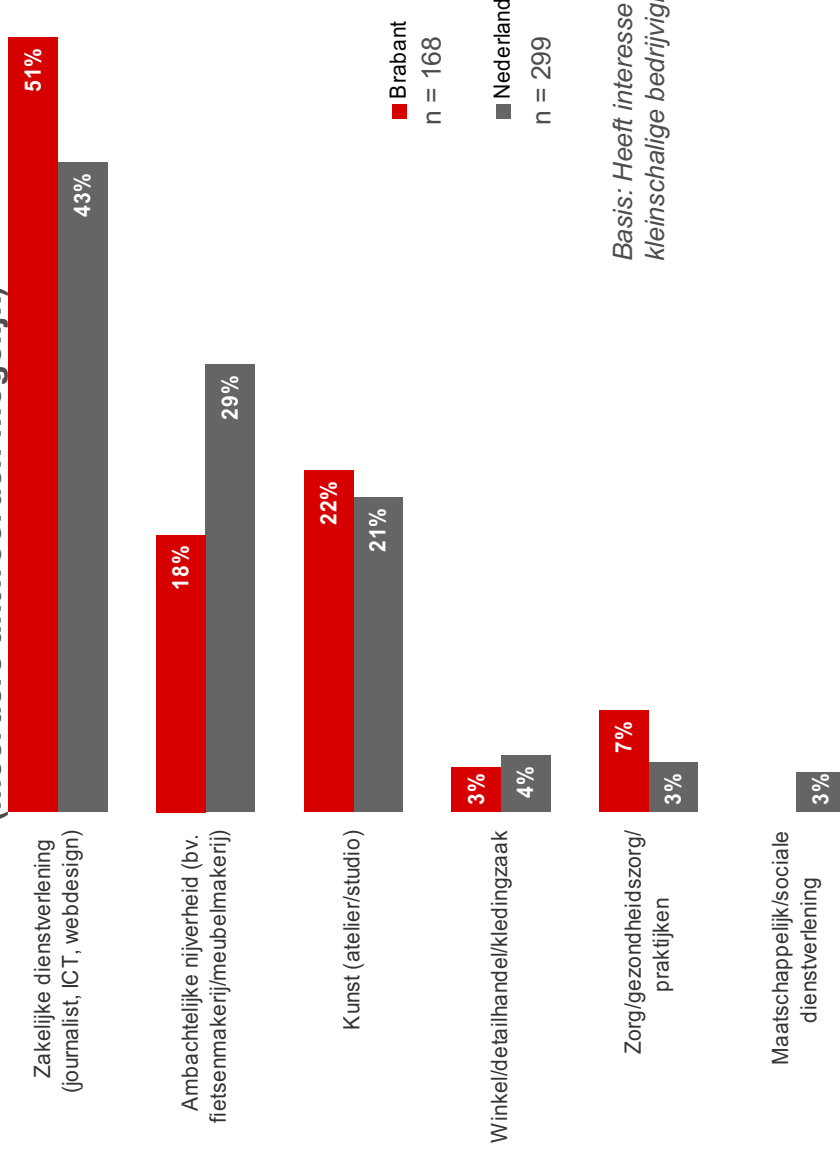
Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Zakelijke dienstverlening heeft grootste interesse

Aan wat voor soort bedrijvigheid denkt u dan?
(meerdere antwoorden mogelijk)



- Als vorm van kleinschalige bedrijvigheid wordt vooral zakelijke dienstverlening (journalist, ICT, webdesign) genoemd. De ambachtelijke nijverheid die interesse heeft onder de Nederlanders, blijkt minder vanuit de Brabanders te komen.

Inleiding

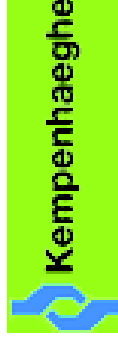
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Modern vs. traditioneel potentieel

Het algemene beeld van het totale marktpotentieel is hiervoor geschetst.

Om te bezien of de aantrekkelijkheid van het plan lokale verschillen heeft zijn de groepen Brabant en Nederland hiervoor met elkaar vergeleken.

Op de volgende sheets zullen we kort ingaan op de verschillen in aantrekkelijkheid, beoordeling van aspecten en interesse in verschillende activiteiten tussen de twee grootst te onderscheiden groepen in het marktpotentieel: de modern georiënteerde stellen/gezinnen en de traditionele georiënteerde senioren.

Inleiding

Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Traditionele marktpotentieel legt nadruk op zorgvoorzieningen

Wat spreekt u aan in het plan voor deze woonlocatie? (meerdere antwoorden mogelijk)	Modern (n= 294)	Traditioneel (n= 189)	Totaal (n=543)
Supermarkt	70%	69%	70%
Zorgvoorzieningen (tandarts, dokter, fysio)	59%	75%	65%
Openbaar vervoer	35%	44%	40%
Kinderopvang / crèche / peuterspeelzaal	40%	14%	27%
Speelvoorzieningen voor kinderen	30%	12%	22%
Zwembad / recreatieplas	14%	22%	17%
Sportthal/terrein	11%	11%	11%
Wellness voorzieningen (sauna, health center, beautycentra)	9%	13%	10%
Snackbar	9%	3%	6%
Kinderboerderij	5%	8%	6%

- Het deel van het marktpotentieel dat door ons gedefinieerd is als traditioneel marktpotentieel ziet graag zorgvoorzieningen als belangrijkste voorziening binnen het nieuwe dorp.
- Het moderne marktpotentieel legt meer de nadruk op de voorzieningen voor kinderen, in deze groep bevindt zich ook de groep jonge gezinnen.

Inleiding

Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Traditionele groep neemt tijd voor actief natuurbehoud

Zou u, wanneer u in het dorp zou wonen, zelf iets willen doen om de ecologische waarde van het gebied te behouden?	Modern (n= 294)	Traditioneel (n= 189)	Totaal (n=543)
Nee, ik verwacht hier geen tijd voor te hebben	22%	12%	18%
Nee, ik heb hier geen interesse in	3%	7%	5%
Ja, schoon houden van de omgeving (bv. papier prikken)	34%	41%	38%
Ja, onderhoud collectief groen in het dorp (tuinieren)	28%	33%	30%
Ja, onderhoud kruidentuin, moestuin en/of heemtuin	24%	23%	24%
Ja, bladruimen	20%	29%	23%

- De interesse voor het actieve behoud van de ecologische waarde van het gebied waarin het dorp komt te liggen is groot.
- Het moderne potentieel verwacht duidelijk minder tijd te hebben voor actief natuurbehoud. De traditionele groep verwacht meer tijd te hebben, deze groep bevat dan ook veel gepensioneerden.

Inleiding

Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Interesse voor kantoor aan huis vooral bij modern potentieel

Stel dat u in het dorp zou gaan wonen, zou u dan interesse hebben om huisgebonden bedrijvigheid te ondernemen, waarbij u uw kantoor aan huis heeft? Zo ja, welke?	Modern (n= 294)	Traditioneel (n= 189)	Totaal (n=543)
Kleinschalige bedrijvigheid	60 %	47%	55%
	(n= 176)	(n= 89)	(n=299)
Zakelijke dienstverlening (journalist, ICT, webdesign)	46%	34%	43%
Ambachtelijke nijverheid (bv. fietsenmakerij/meubelmakerij)	24%	43%	29%
Kunst (atelier/studio)	21%	19%	21%

- Er bestaat grote interesse bij het moderne marktpotentieel voor kleinschalige bedrijvigheid.
- Onder het moderne potentieel wordt dit vooral ingevuld met zakelijke dienstverlening, terwijl het traditionele potentieel vooral interesse heeft voor ambachtelijke nijverheid.

Inleiding

Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Collectieve activiteiten in trek bij traditioneel potentieel

Stel dat u zou gaan wonen in het dorp, in welke van de onderstaande organisaties/gezelschappen zou u dan actief deel willen nemen?	Modern (n= 294)	Traditioneel (n= 189)	Totaal (n=543)
Verenigingsleven (collectieve activiteiten)	34%	50%	40%
Sportvereniging	38%	31%	36%
Beheer kinderboerderij	28%	23%	27%
Bestuur (dorpsraad)	18%	29%	22%
Theatergezelschap	12%	12%	13%
Vereniging van eigenaren (VVE)	9%	16%	12%
Geen interesse in actief lidmaatschap in één van de bovenstaande organisaties	19%	13%	16%

- Onder de traditioneel georiënteerde groep blijkt er vooral interesse in verenigingen waarmee invloed kan worden uitgeoefend (VVE, dorpsraad).
- Het moderne potentieel heeft vooral interesse in lidmaatschap van een sportvereniging / sportbestuur.

Inleiding

Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Traditioneel potentieel meer interesse in actieve zorg

Stel dat u in het dorp zou gaan wonen, welke onderstaande activiteiten zou u dan wellicht willen ondernemen?	Modern (n= 294)	Traditioneel (n= 189)	Totaal (n=543)
Wandelen met de patiënten	45%	58%	51%
Fietsen met de patiënten	24%	32%	27%
Knutselen met de patiënten	39%	30%	35%
Sporten met de patiënten	23%	20%	23%
Tuinieren met de patiënten	26%	33%	29%
<i>Ik heb geen interesse in activiteiten met de aanwezige patiënten</i>	18%	11%	15%

- Onder het traditionele potentieel is de interesse voor actieve zorg aan de patiënten groter dan bij het moderne potentieel.
- De traditionele groep vult dit het liefst in met wandelen, fietsen en tuinieren.
- Het moderne deel staat relatief open voor knutselen en sporten met de patiënten.

Inleiding

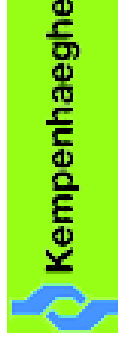
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Erfpacht

Aan de ondervraagden is voorgelegd wat men vindt van het idee van erfpacht. Erfpacht is een goede manier om eigendom van grond voor een lange periode vast te zetten, zodat bijvoorbeeld een onafhankelijke commissie, die de grond beheert, invloed kan hebben op wie er in de toekomst komt wonen. Omdat Providentia zo'n specifiek dorp betreft kan dit in de toekomst van groot belang zijn.

Erfpacht is een systeem waarbij grond niet wordt gekocht, maar voor lange tijd wordt gehuurd. De erfpachthouder (huurder) heeft nagenoeg dezelfde rechten als de eigenaar van de grond. Hij mag op de gehuurde grond naar eigen inzicht bouwen. Voor het huren van de grond betaalt de erfpachter jaarlijks een bedrag aan de eigenaar. Erfpacht wordt verleend voor een lange periode van bijvoorbeeld 50 jaar. In de praktijk wordt de erfpacht na verstrijken van de termijn gewoon verlengd. De eigenaar mag dan een nieuwe prijs vaststellen die in overeenstemming is met de dan geldende marktwaarde.

Inleiding

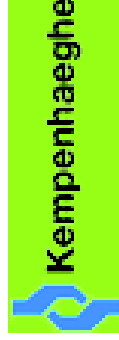
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

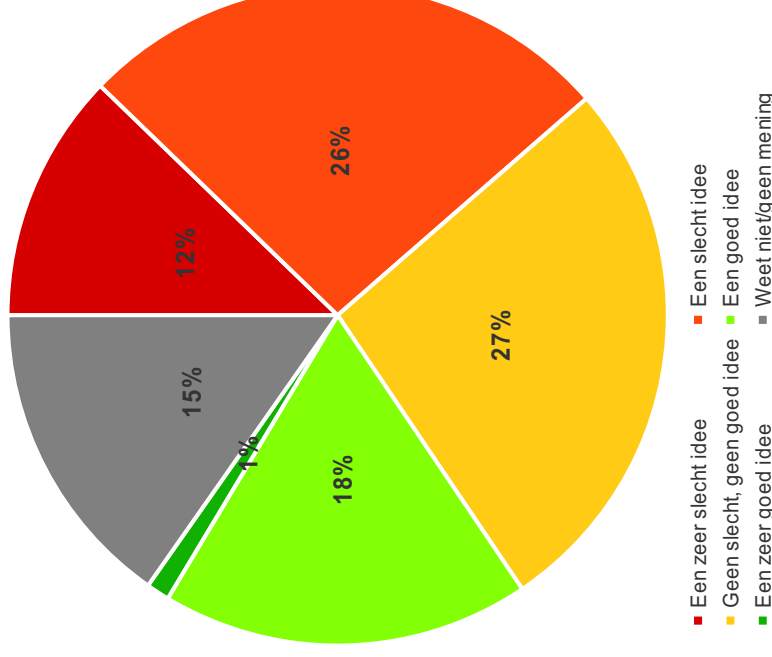
Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Bijna vijfde van marktpotentieel toont interesse in erfpacht

Wat zou u er van vinden als de grond in het nieuwe dorp in erfpacht zou worden uitgegeven?



- Er is latente interesse van 19% voor het idee van erfpacht. De ondervraagden zijn wellicht niet goed bekend met de gedachte (waarborging karakter dorp) achter de erfpacht. Bij de verdere uitwerking van het idee van erfpacht in het plan moet de context van het idee duidelijk naar voren gebracht worden.

WOONWENSEN MARKTPOTENTIEEL

Inleiding

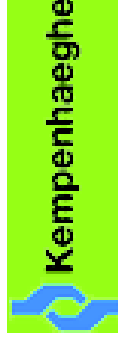
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Woonvoorkeuren

- In dit deel van de rapportage zullen de woonvoorkeuren van het marktpotentieel worden behandeld. Men is gevraagd aan te geven welke woonwensen men in het algemeen heeft, waarbij men zich niet hoeft te beperken tot de mogelijkheden binnen het dorp.
- De woonwensen worden gespecificeerd naar type woning, voorkeur voor het koop- en/of huursegment en de daarbij behorende maximale te betalen huur/koopprijs.
- Ook kon men aangeven hoeveel kamers men wenst en wat de oppervlakte van de woning is.
- Het gebruik van materialen met daaraan gekoppeld de uitstraling van de woning worden ook aangegeven.
- Verschillen tussen de twee marktpotentielen (modern/traditioneel) zullen worden gerapporteerd. Voor de verdere planvorming is het van belang rekening te houden met deze oververtegenwoordigde groepen. De verschillen tussen Brabanders en Nederland zijn in dit deel van de rapportage niet relevant, omdat er binnen het plan niet specifiek op Brabanders gerichte enclaves ontwikkeld zullen worden. Interesse gaat vooral uit naar de verschillen tussen de twee potentieel grootste groepen geïnteresseerden.

Inleiding

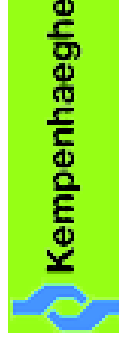
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

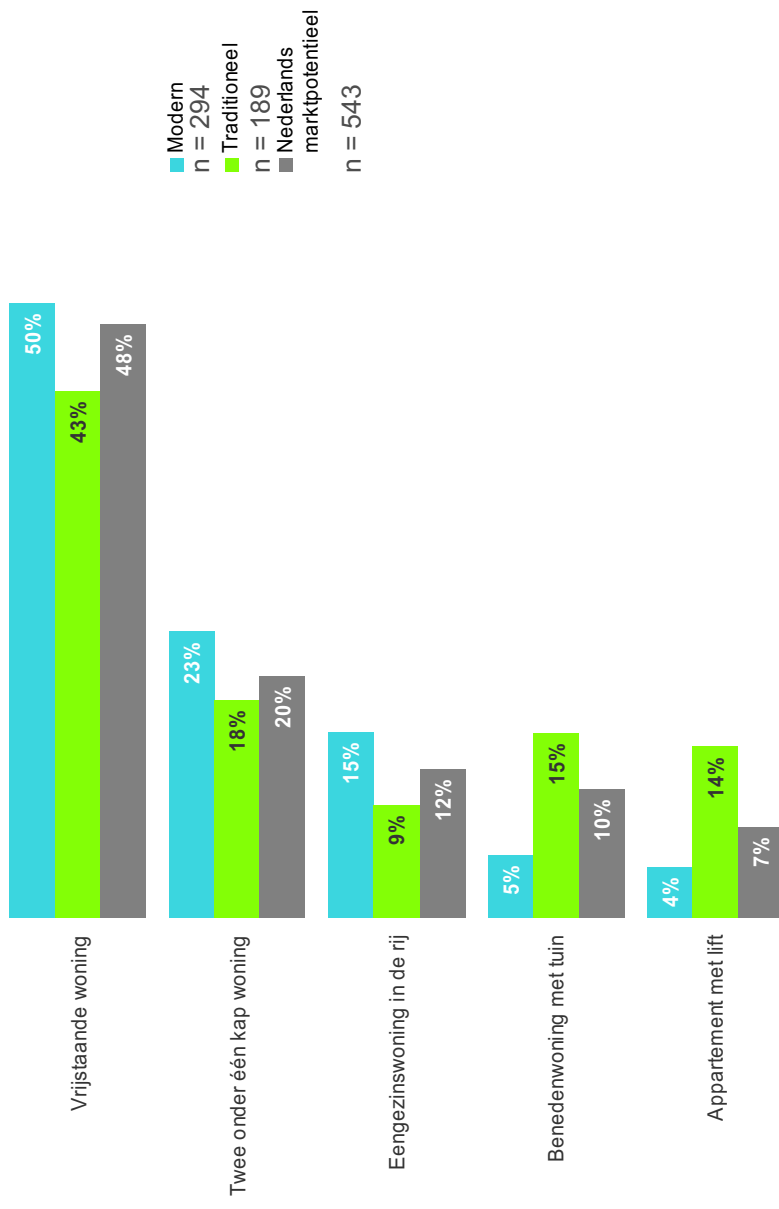
Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Meeste belangstelling voor vrijstaande en/of eengezinswoningen

Naar wat voor een type woning gaat uw meeste voorkeur uit?



- De voorkeur van het merendeel van zowel de modern als de traditioneel georiënteerden ligt bij een vrijstaande en/of eengezinswoning.
- De oudere groep traditioneel georiënteerden blijken in hun woonwens aan te geven hun woning graag aan te passen op de huidige/ toekomstige mobiliteit. Zij hebben een sterkere voorkeur voor benedenwoning én appartementen met lift (nul-trede woningen).

Inleiding

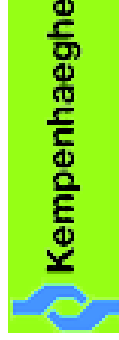
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

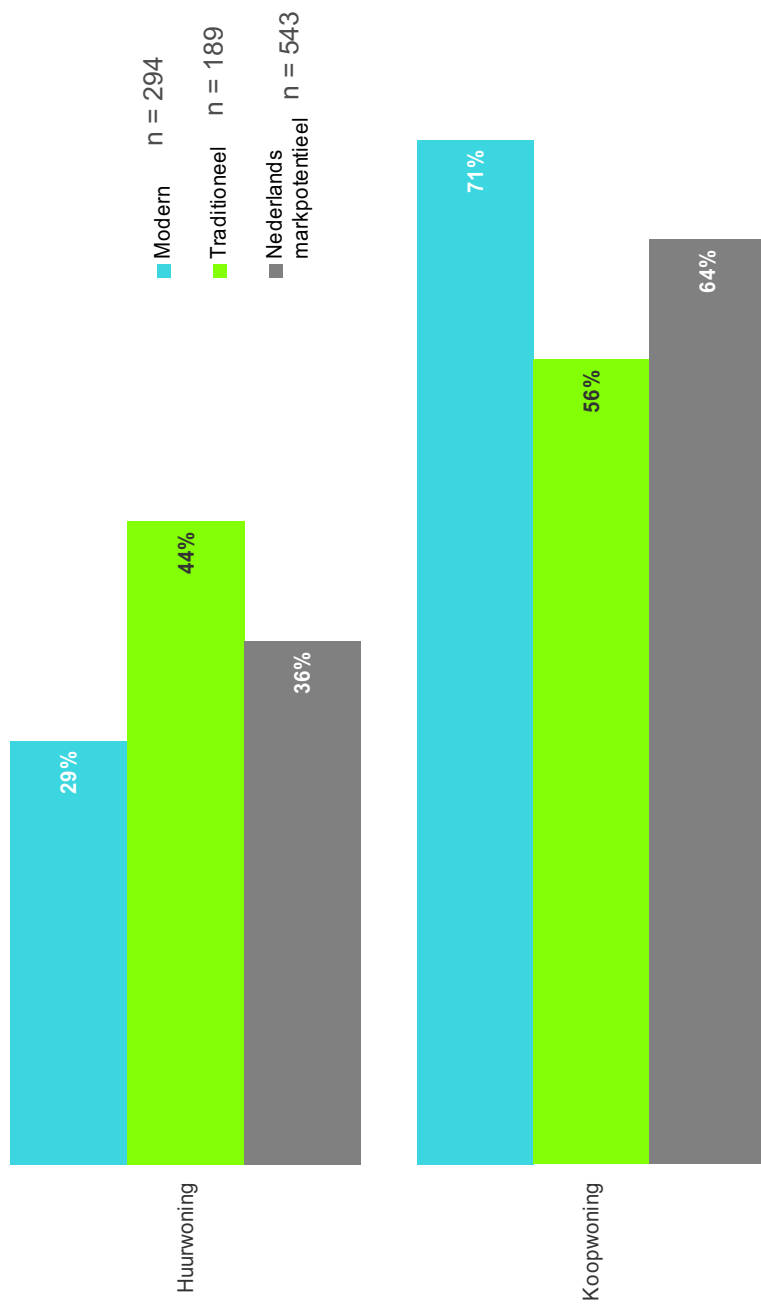
Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Moderne potentieel grotere voorkeur voor koopwoning

Gaat uw voorkeur uit naar een huur- of een koopwoning?



- Het jongere, modernere marktpotentieel heeft relatief een grote voorkeur voor een koopwoning. Ook bij de traditioneel georiënteerden is de meerderheid voor een koopwoning (56%), maar een substantieel deel van het traditionelere, oudere potentieel wil zich op zijn oude dag niet meer vastleggen voor lange tijd (44% heeft een voorkeur voor een huurwoning).

Inleiding

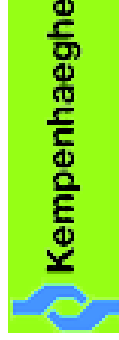
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

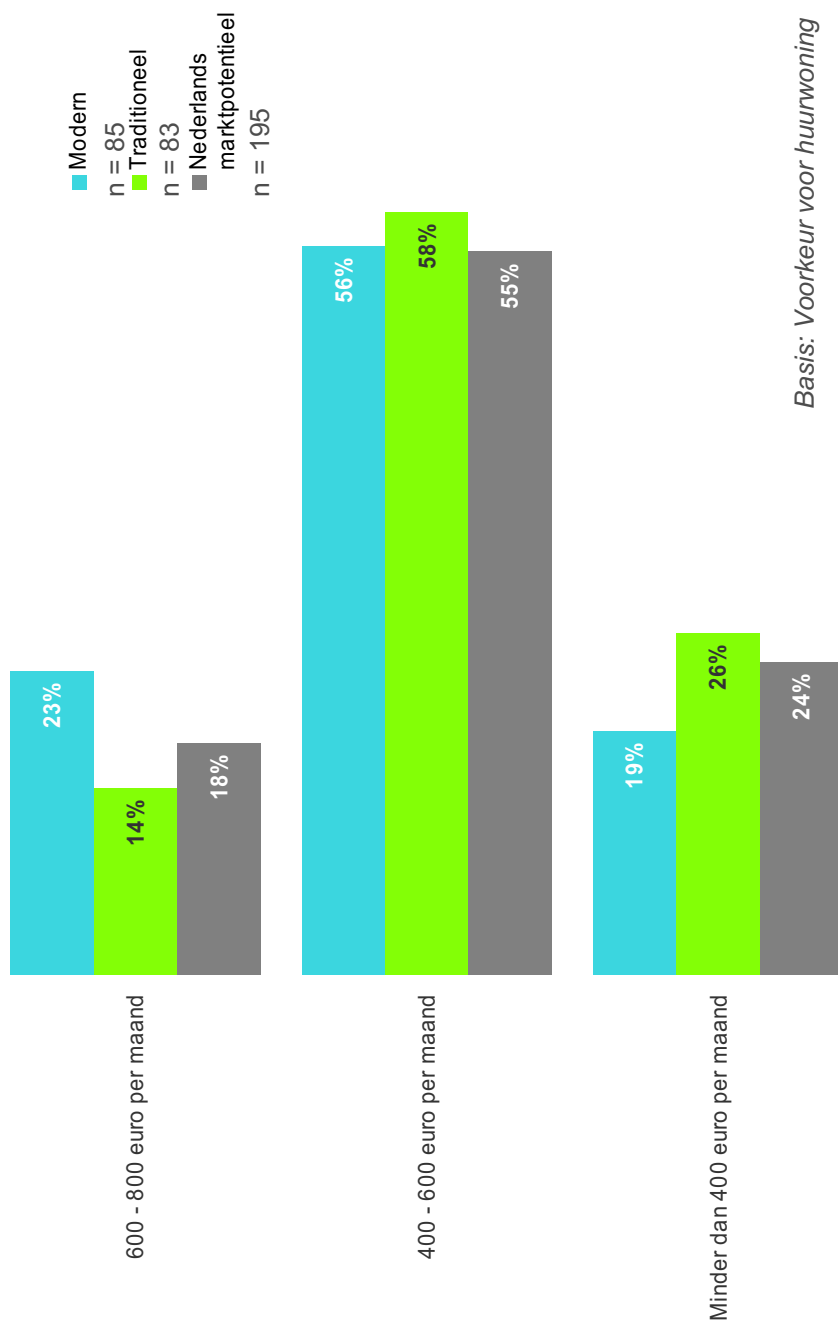
Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Moderne potentieel is bereid meer te betalen voor huurwoning

Welke huur bent u maximaal bereid te betalen voor een nieuwe woning per maand inclusief service en stookkosten?



- Bijna een kwart van het moderne potentieel is bereid 600-800 euro per maand te betalen voor een huurwoning. Deze groep bevat veelal jonge tweeverdieners, die financieel draagkrachtiger zijn.

Inleiding

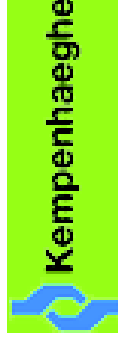
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

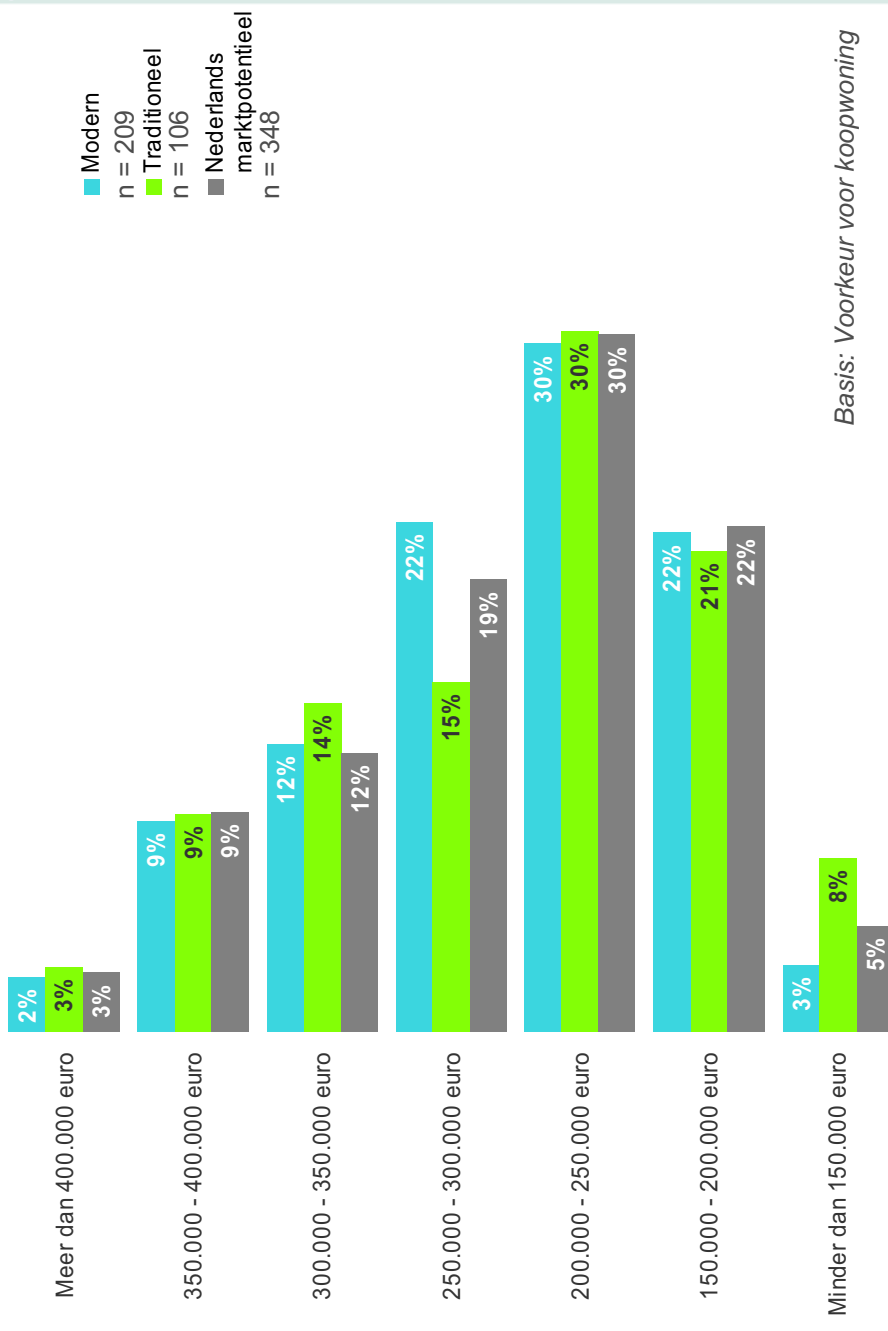
Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Maximale koopprijs 200.000 – 250.000 meest genoemd

Welke prijs bent u maximaal bereid te betalen voor een nieuwe woning?



- 30% van het marktpotentieel opteert voor een prijsrange tussen de 200.000 en 250.000 euro. 27% van het marktpotentieel is bereid minder te betalen en 41% noemt prijsranges hoger dan 250.000 euro.

Inleiding

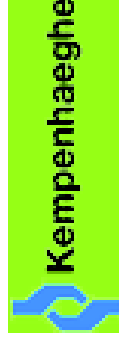
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

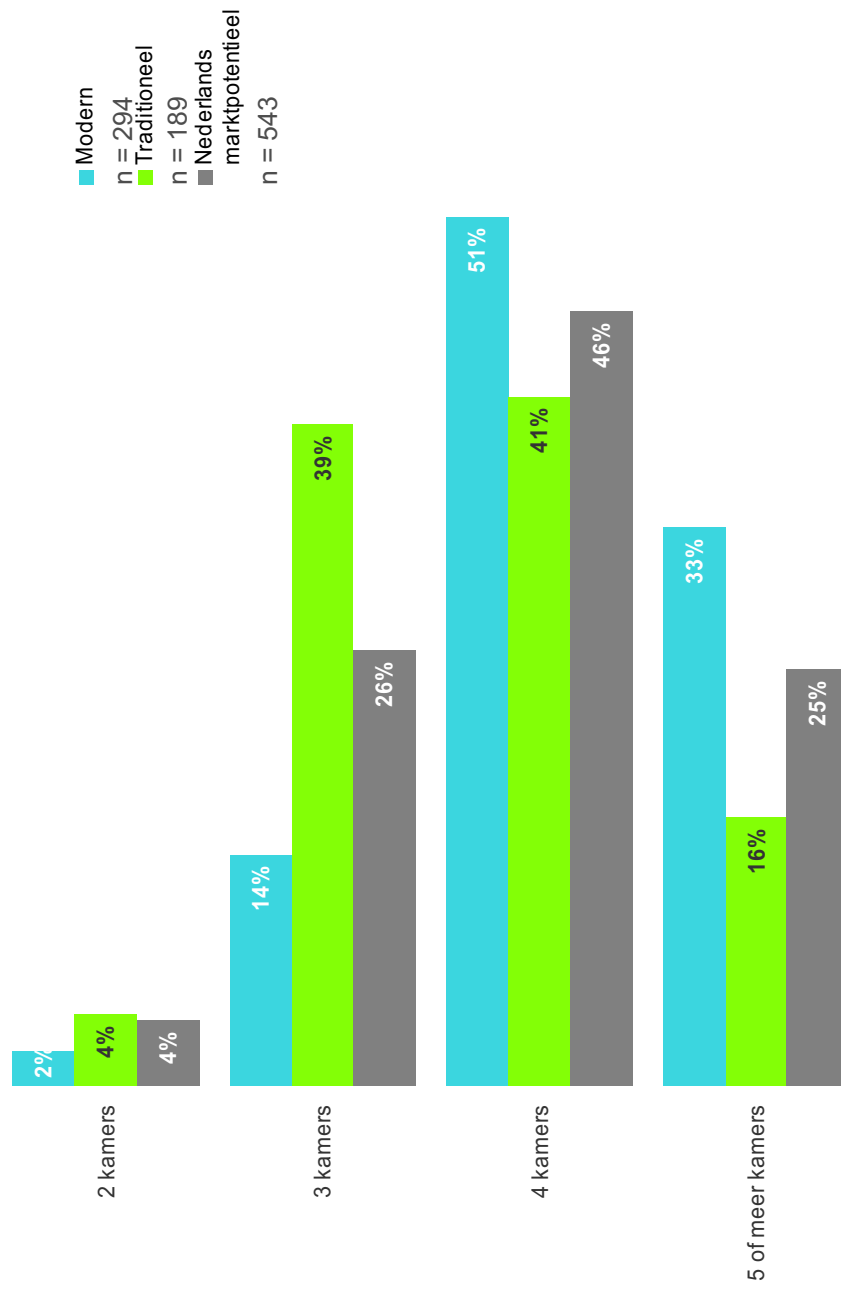
Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Traditionele groep neemt genoeg met minder kamers

Hoeveel kamers heeft u minimaal nodig in uw woning?



- De traditionele groep, die veelal bestaat uit senioren, neemt genoeg met minder kamers, dan de kinderrijke moderne groep.

Inleiding

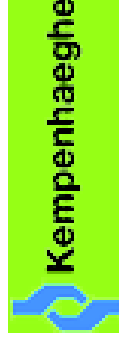
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

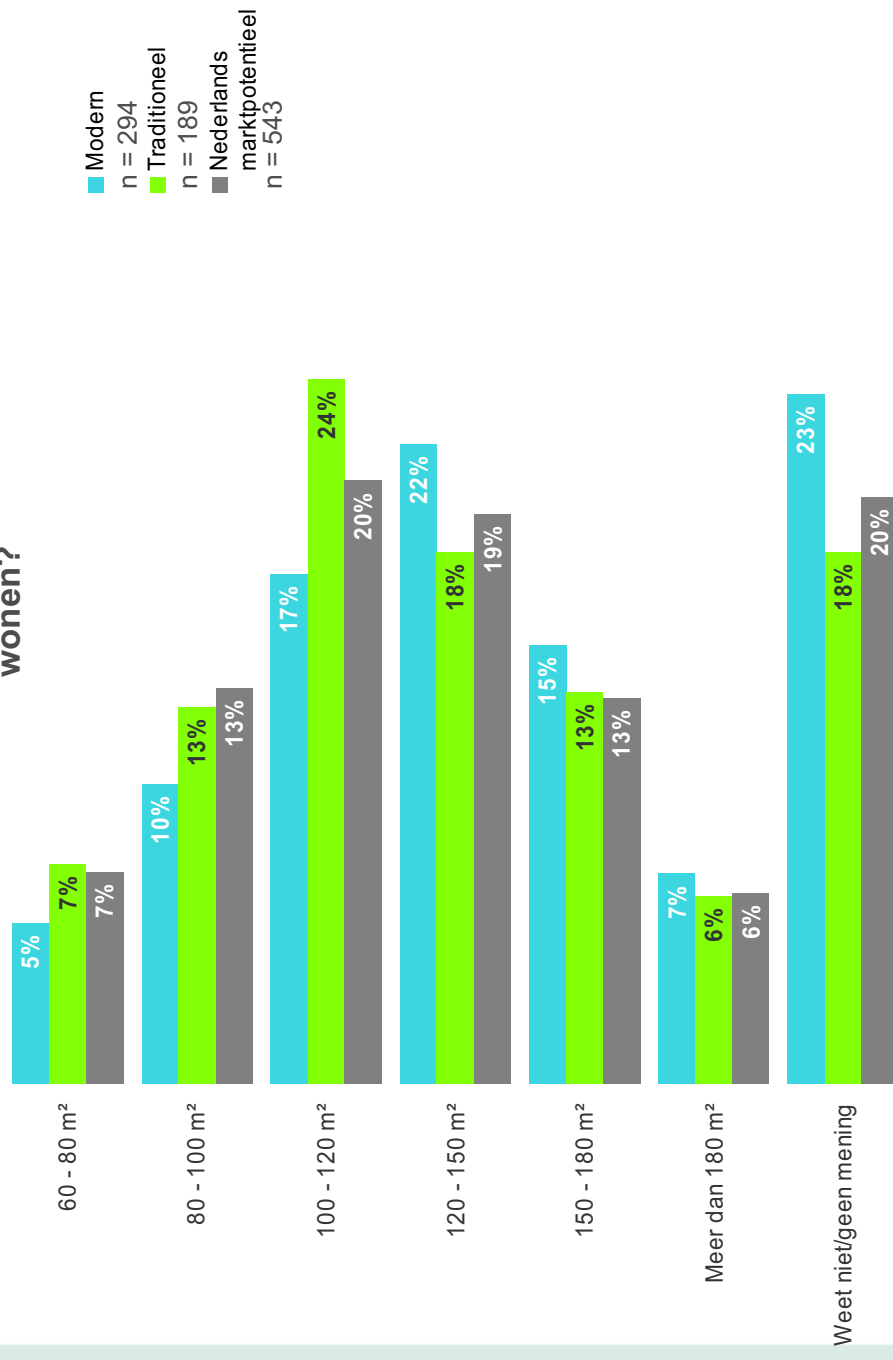
Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Traditionele groep wenst grotere minimale oppervlakte

Wat is de minimale oppervlakte van een woning waarin u zou willen wonen?



- Wens oppervlakte volgt lijn van wens naar aantal kamers. De moderne groep, die meer “grotere” huishoudens heeft, wil graag ook “groter” wonen.

Inleiding

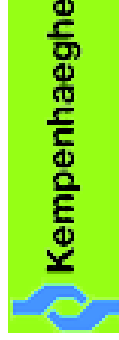
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

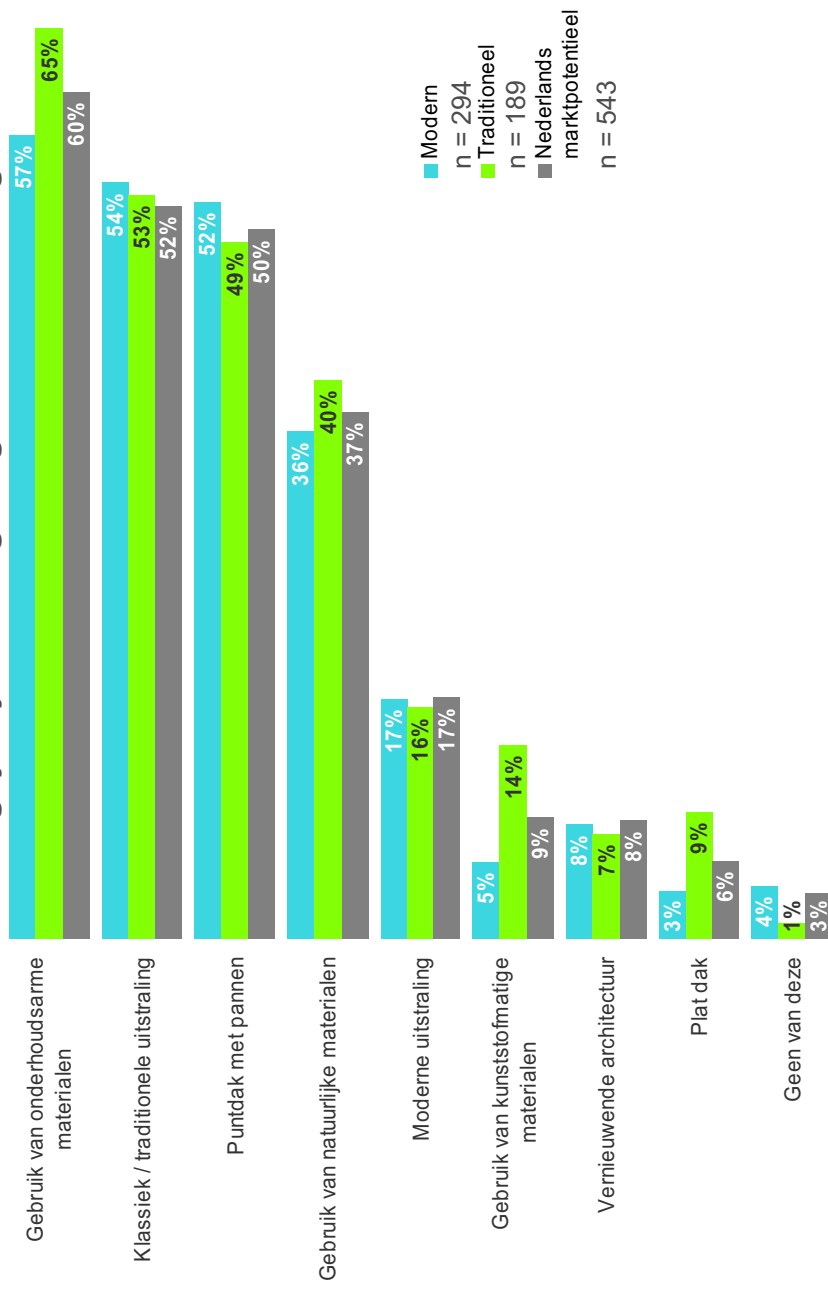
Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Wens is klassieke uitstraling met onderhoudsarme materialen

Wat vindt u belangrijk bij de vormgeving van een woning?



- Het gebruik van onderhoudsarme materiaal is een nadrukkelijke wens bij beide oriëntaties, met name bij de traditioneel georiënteerden.
- Ook een klassieke / traditionele uitstraling valt onder beide groepen erg goed, verbijzonderd in de voorkeur voor een puntdak met pannen.

CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

Inleiding

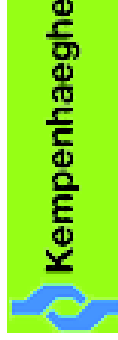
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Conclusies en aanbevelingen

In de conclusies en aanbevelingen worden de resultaten van het onderzoek nogmaals belicht en, wat belangrijker is, vertaald naar advies aan de planmakers / directie van Providentia om van het dorp een succes te maken.

De conclusies zullen ingaan op het marktpotentieel (omvang / kenmerken), de beleving van de aspecten van het toekomstige dorp door het marktpotentieel en de woonvoorkeuren van het marktpotentieel.

In de aanbevelingen zal worden gekeken wat de oververtegenwoordiging van de verschillende Mentality-milieus in het marktpotentieel betekent voor de inrichting van het dorp, het voorzieningenniveau en de te ontplooiën activiteiten in het nieuwe dorp. Belangrijk punt bij de marketing is de 'tone-of-voice' voor deze milieus. Hoe 'verkoop' je het dorp aan deze milieus?

Inleiding

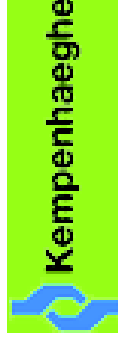
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Conclusies: marktpotentieel

Marktpotentieel

De omvang van het marktpotentieel voor het nieuwe dorp Providentia is aanzienlijk groot. **27 % van de Nederlandse bevolking** blijkt het idee aantrekkelijk te vinden, ziet zich er in de toekomst wellicht wonen én vindt het plan door zijn ligging (locatie Heeze) niet minder aantrekkelijk.

Het potentieel laat zich verdelen in twee goed te onderscheiden groepen.

Ten eerste een modern georiënteerde groep die veelal bestaat uit jongere gezinnen / stellen en die te kenmerken zijn als de Mentality-milieus: moderne burgerij en gemaksgewendeerden.

Daarnaast een traditioneel georiënteerde groep die over het algemeen gekenmerkt wordt door oudere gezinnen (ouders 50+) en senioren (alleenstaand / tweepersoons). Laatstgenoemde groep bevat veel traditionele burgerij en postmaterialisten. Ook het milieu nieuwe conservatieven komt relatief veel voor.

Het plan voor het dorp Providentia sluit zeer goed aan op een zekere moeheid ten aanzien van grootschalige Vinex-locaties. De huidige woonconsument is op zoek naar de menselijke maat, waarbij kleinschaligheid en geborgenheid (zorgen voor de medemens) belangrijke trefwoorden zijn.

Inleiding

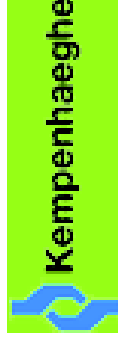
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Conclusies: aspecten van het plan I

Providentia

Het plan voor het dorp bevat vele positieve aspecten. De natuurlijke omgeving en de daarbij behorende rust scoren hoog. Andere sterke punten zijn de diversiteit aan verschillende toekomstige bewoners en de mix van woningen.

Voorzieningenniveau

Het voorgesteld voorzieningenniveau in het plan wordt aantrekkelijk bevonden door het marktpotentieel. 43 % van het potentieel noemt dit een aantrekkelijk aspect van het plan. De invulling van dit voorzieningenniveau sloot enigszins aan bij de voorgestelde plannen (zorgvoorzieningen / horeca), maar de ondervraagden specificeerden hun wens verder naar een supermarkt, openbaar vervoer, school, speelvoorzieningen voor kinderen en een zwembad of recreatieplas.

De traditioneel georiënteerde groep legt het belang vooral bij zorg / wellnessvoorzieningen en openbaar vervoer, terwijl de kinderrijke moderne groep veel belang hecht aan kinderopvang, school en speelvoorzieningen voor kinderen.

Inleiding

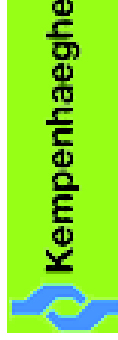
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Conclusies: aspecten van het plan II

Activiteiten / verenigingen

Onder het marktpotentieel blijft een enorme wil te bestaan om verschillende activiteiten in het dorp te ontplooiën. Opvallend is de wil die men heeft om activiteiten te ondernemen op het gebied van actieve zorg aan de patiënten. Op dit gebied wordt van de toekomstige bewoners door de planmakers niets verwacht, toch blijkt de bereidheid er zeker te bestaan.

De modern georiënteerde groep blijkt hier minder tijd voor te hebben. De interesse van de traditionele groep komt vooral uit de waardenoriëntatie van het milieu traditionele burgerij, waarin de zorg voor elkaar centraal staat. Ook de postmaterialisten spreken hun interesse uit door hun begaan zijn met andere mensen.

Het behoud van de ecologische waarde van het gebied kent ook voor de toekomstige bewoners hoge prioriteit. Men geeft aan verschillende werkzaamheden te willen uitvoeren om het gebied schoon / netjes te houden. De postmaterialisten die een enorme milieubewuste waardenoriëntatie hebben, zijn binnen de traditionele groep sterk vertegenwoordigd. De moderne groep geeft ook op dit punt aan te verwachten weinig tijd te hebben voor deze activiteiten.

Interesse in verenigingsleven is er bij het marktpotentieel zeker. De sportverenigingen kunnen rekenen op interesse uit de moderne groep, de traditionelen zetten zich graag in voor bestuur, VVE en/of beheer kinderboerderij.

De interesse van het marktpotentieel in de vele gezamenlijke activiteiten sluit aan bij het beeld wat men van de dorpse idylle heeft.

Inleiding

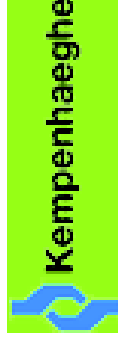
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Conclusies: aspecten van het plan III

Kleinschalige bedrijvigheid

Er bestaat onder het marktpotentieel een grote interesse voor kleinschalige bedrijvigheid aan huis (55%). De moderne groep ziet in de zakelijke dienstverlening (journalistiek, ICT, webdesign) een mogelijkheid om thuiswerk te combineren met een rijk gezinsleven. De traditionele groep, wil zich binnen dit idee meer toeleggen op ambachtelijke nijverheid. De vraag kan worden gesteld of deze interesse zich ook daadwerkelijk als zodanig zal manifesteren. Enige terughoudendheid is op zijn plaats.

Erfpacht

Het idee van erfpacht binnen het dorp kan op zo'n 20 % van het marktpotentieel rekenen. Deze eigendomsstructuur is beknopt aan de ondervraagden voorgelegd, waarbij de context (behoud karakter dorp) nog niet duidelijk is gemaakt. De latente interesse kan dus door uitgebreidere toelichting wellicht een stuk hoger komen te liggen.

Inleiding

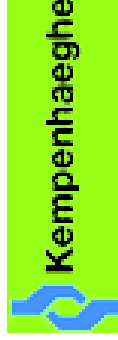
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Conclusie: Woonvoorkeuren

Woonvoorkeuren

In het algemeen kan worden geconcludeerd dat binnen het marktpotentieel een grote vraag is naar vrijstaande woningen en eengezinswoningen. Kijken we specifiek naar de woonvoorkeuren van de modern en de traditioneel georiënteerden, dan treden duidelijke verschillen op die aansluiten op het karakter van beide groepen. De modern georiënteerde groep omvat veel kinderrijke gezinnen die veelal groot zijn in aantal en dit verklaart de relatief sterkere voorkeur voor grondgebonden woningen, terwijl de traditionele groep veelal bestaat uit senioren (alleenstaand / tweepersoons), vandaar dat een sterkere voorkeur voor nultrede-woningen bij deze groep zichtbaar is.

Uitstraling

Opvallend in de woonvoorkeuren is de uitstraling van het dorp. Een traditionele / klassieke uitstraling blijkt zowel bij de traditionele, als ook bij de moderne groep grote voorkeur te hebben. De traditionele groep ziet daarbij graag het gebruik van onderhoudsarme materialen.

Oppervlakte / aantal kamers

De grotere huishoudens die de moderne groep omvat, wensen veelal ook grotere oppervlakten en meer kamers.

Huur / koop

Meer dan tweederde van de modern georiënteerden heeft een koopwens. Bijna de helft van de traditionele groep, die veel senioren omvat, kiest voor een huurwoning.

Inleiding

Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Aanbevelingen

Vanuit de conclusies komt naar voren dat het toekomstige dorp Providentia een groot succes kan worden. Het nostalgisch gevoel dat het dorp oproept, waarbij begrippen als rurale idylle, collectiviteit en zelfvoorziening gemeengoed zijn, blijkt vele Nederlanders aan te spreken.

Van belang is om deze resultaten met enige Hollandse nuchterheid te interpreteren. De sociale wenselijkheid van vele aspecten van het dorp (actieve zorg / natuurbehoud) zijn zaken die men makkelijk uitspreekt, maar waarbij het afwachten is in hoeverre men in werkelijkheid actie onderneemt.

Voor velen blijkt het dorp een bepaald droombeeld op te roepen, waar aan alles mooi lijkt. Er kan dus gesteld worden dat de woondroom die voor de patiënten van Providentia op dit moment aanwezig is, ook aan de andere kant van het spectrum geldt. Ook voor de vele toekomstige 'normale' bewoners, het marktpotentieel voor het toekomstige dorp, lijkt de dorpse idylle een droom die men graag wil verwezenlijken.

Wel dient binnen dit totaalplan een duidelijk onderscheid te moeten gemaakt worden tussen de toekomstige bewoners. Een markt blijkt er onder alle aanwezige Mentality-milieus te zijn, maar er springen duidelijke groepen uit. Deze zijn in combinatie met sociodemografische kenmerken sterk te definiëren en hierop kan in de planvorming duidelijk gestuurd worden.

Inleiding

Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Aanbevelingen: benaderingswijze kansrijke doelgroepen I

Uit het onderzoek zijn twee benoemde kansrijke doelgroepen naar voren gekomen, die gericht benaderd kunnen worden. De groep jonge alleenstaanden, de zogenaamde starters, blijken weinig interesse te hebben voor het dorp, waardoor Motivaction voorstelt deze groep niet gericht te gaan benaderen. Het idee dat beide groepen bij het nieuwe dorp hebben is sterk verschillend. Het beeld dat deze groep aanspreekt is dus van groot belang in de communicatie.

Voor de **traditioneel georiënteerde senioren** staat het dorp voor alles wat men belangrijk vindt in het leven. Het collectieve karakter (samen doen), het zelfvoorzienend karakter (kleinschalige bedrijvigheid), de zorg voor elkaar (activiteiten met patiënten). De geborgenheid en veiligheid van het dorp spreekt aan. Het ecologische karakter van het gebied is van groot belang voor de postmaterialisten in deze groep. Zij verschillen op het punt van collectiviteit wel duidelijk van de traditionele burgers en nieuw conservatieven, zij zijn individualistischer ingesteld. Het dorps/landelijk wonen spreekt hen dan ook vaker aan door het natuuraspect.

De **modern georiënteerde stellen/gezinnen** in marktpotentieel zien het toekomstige dorp als een vluchttoord vanuit de Vinex-wijken. Men wil terug naar de menselijke maat en ziet vooral het dorp als de ideale plek deze woonwensen te vervullen. Het collectieve dorpsgevoel speelt voor hen veel minder. Dit komt ook naar voren uit de mindere interesse in activiteiten / verenigingsleven. Het leven is voor hen al druk genoeg. Men zoekt de rust en verwenning in haar woonomgeving. Er moet genoeg ruimte voor vermaak zijn binnen het dorp.

Inleiding

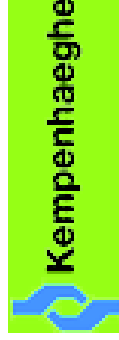
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Aanbevelingen: benaderingswijze kansrijke doelgroepen II

Van belang is om de sterke punten die beide groepen aanspreken goed naar voren te brengen in de verdere communicatie.

De gemene deler die beide groepen aantrekt is de menselijke maat die het dorp uitstraalt. Aspecten die dit uitstralen zijn de geborgenheid (zorg voor elkaar), veiligheid en rust in het toekomstige dorp.

De genoemde aspecten zijn ook de belangrijkste aspecten voor de **traditionele georiënteerde senioren**. Zij hebben daarbij graag uitzicht op groen en straat (sociale controle). Ze hebben een voorkeur voor appartementen en / of benedenwoningen. Het nieuwe conservatieve en postmaterialistische deel woont graag in een ruime vrijstaande koopwoning, waarvoor men bereid is veel te betalen. Vooral voor de nieuw conservatieven is de woning een verschafter van identiteit.

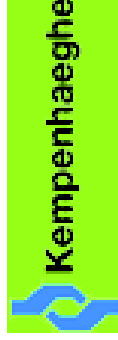
Voor de **modern georiënteerde stellen/gezinnen** zijn de aspecten die verwenning en plezier uitdragen in het plan van groot belang bij de communicatie. Hierbij valt te denken aan de mogelijke wellnessvoorzieningen, zwembad/recreatieplas, de sportvoorzieningen en mogelijkheden voor activiteiten in de natuur (fietsen / wandelen). De voorzieningen voor kinderen (kinderopvang / speelvoorzieningen) die veel aanwezig zijn onder deze groep, spreken uiteraard aan.

Woningen voor deze groep hebben een klassieke / traditionele, maar vooral nette uitstraling, waarbij uniformiteit tussen de woningen aanspreekt. Zij hebben voorkeur voor de eengezinswoningen in de rij en / of twee-onder-één-kapwoningen.

Wanneer de woonvoorkeuren van het Nederlands marktpotentieel uitgedrukt worden in absolute aantallen is er een indicatief bouwprogramma op te stellen. (zie tabel)

NB

Indien men zich in de planvorming meer wil richten op het Brabants potentieel, zal het aandeel nieuw conservatieven groter worden. Deze groep beschikt relatief over meer geld en heeft voorkeur voor ruime vrijstaande woningen.



Indicatief programma Providentia

Woningvoorraad 250 woningen (bovengrens raming aantal te realiseren woningen) Bron: Masterplan Providentia				
Modern georiënteerde stellen/gezinnen (75 %) 190 woningen		Traditioneel georiënteerde senioren (25 %) 60 woningen		
Huur 30 % 57 woningen	Koop 70 % 133 woningen	Huur 55% 33 woningen	Koop 45 % 27 woningen	
€ 600-800 13 won.	>300k 31 won.	€ 600-800 31 won.	>300k 13 won.	
€ 400-600 32 won.	250-300k 29 won.	€ 400-600 75 won.	250-300k 13 won.	
< € 400 12 won.	200-250k 40 won.	< € 400 25 won.	200-250k 17 won.	
	<200k 33 won.		<200k 14 won.	
Modern georiënteerde stellen/gezinnen (75 %) 190 woningen		Traditioneel georiënteerde senioren (25 %) 60 woningen		
Vrijstaand	96 woningen	Vrijstaand	26 woningen	
Twee-onder-één-kap	45 woningen	Twee-onder-één-kap	11 woningen	
Eengezinswoning (rij)	30 woningen	Eengezinswoning (rij)	5 woningen	
Benedenwoning	11 woningen	Benedenwoning	9 woningen	
Appartement met lift	8 woningen	Appartement met lift	9 woningen	
60-80 m²	12 woningen	60-80 m²	5 woningen	
80-100 m²	25 woningen	80-100 m²	10 woningen	
100-120 m²	43 woningen	100-120 m²	18 woningen	
120-150 m²	55 woningen	120-150 m²	13 woningen	
>= 150 m²	55 woningen	>= 150 m²	14 woningen	
<= 3 kamers 4 kamers	31 woningen 96 woningen	<= 3 kamers 4 kamers	25 woningen 25 woningen	
>= 5 kamers	63 woningen	>= 5 kamers	10 woningen	

Inleiding

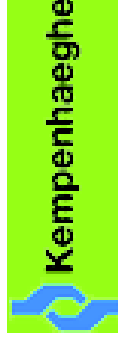
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Aanbevelingen: concreet

Voorzieningenniveau:

- Belang van voorziening voor dagelijkse levensbehoeften.
- Openbaar vervoer mogelijkheden goed benutten (bushalte).

Verenigingsleven / activiteiten

- Probeer toekomstige bewoners te betrekken bij zorg voor de patiënten. Er blijkt hier een duidelijke interesse voor te zijn, dring het echter niet op.
- Maak ouderen enthousiast voor verenigingsleven, maar zoek ook het jongere deel op. Leg bij de ouderen de nadruk op invloed op het karakter van het dorp.
- Benadruk ecologische waarde van het gebied. Natuurbehoud leeft onder het marktpotentieel.

Kleinschalige bedrijvigheid

- Infrastructuur optimaliseren om kantoor aan huis mogelijk te maken. De uiteindelijke vraag naar bedrijvigheid aan huis zal waarschijnlijk lager zijn dan de resultaten in eerste instantie doen vermoeden.

Inleiding

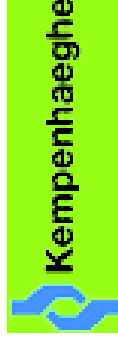
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Aanbevelingen: erfpacht

Erfpacht

Wanneer men het draagvlak voor deze eigendomsstructuur wil vergroten, zal men de context van het systeem in de communicatie duidelijk naar voren moeten laten komen. Er is op dit moment latente interesse, maar indien men de context – het behoud van het karakter van het dorp – eraan weet te koppelen, zal dit het draagvlak alleen maar vergroten.

Voor de traditionele en moderne burgerij is het wonen tussen gelijkgestemden namelijk van groot belang. Erfpacht kan een sterk instrument zijn, om invloed te hebben op wie zich in de toekomst in het dorp zal vestigen. Hiermee kan de waardenoriëntatie van de toekomstige bewoners behouden blijven.

Inleiding

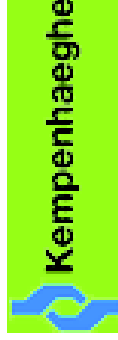
Marktpotentieel
Providentia

Mentality en
Providentia

Het dorp Providentia

Woonwensen
marktpotentieel

Conclusies en
Aanbevelingen



Advies: naamgeving dorp

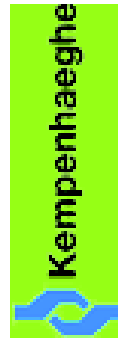
De naamgeving van het nieuwe dorp kan een zeer belangrijk onderdeel vormen in de marketing. De naamgeving kan een bepaalde sfeer verkondigen, die een bepaalde groep kan afstoten / aantrekken.

Motivaction stelt voor de traditionele oriëntatie die bij een groot deel aanwezig is en in de woonwensen van de moderne groep ook naar voren komt, een belangrijke inspiratie moet zijn voor de naam.

Hierbij moet niet ingezet worden op verwijzingen naar de oude landadel, maar meer ingezet worden op het collectieve karakter van het dorp. Een naam waarin een verwijzing naar het klooster voorkomt, kan een interessante zijn, maar referentie aan de heerlijkheden zal meer afschrikken.

Motivaction International B.V.
Marnixkade 109
1015 ZL Amsterdam

Postadres:
Postbus 15262
1001 MG Amsterdam
T +31 (0)20 589 83 83
F +31 (0)20 589 83 00
www.motivaction.nl



Bijlage 1: Beschrijving Mentality-model

Mentality: noodzaak van een andere kijk op de maatschappij

- Een veranderde maatschappij maakt de overgang van traditioneel onderzoek naar waardegedreven onderzoek noodzakelijk.
- Zo ontstaat een beter inzicht in de markt: de consument bestaat al lang niet meer. De samenleving valt uiteen in aparte groepen met verschillende wensen. Bovendien werken maatschappelijke trends anders in op verschillende groepen.
- Belangrijkste element van het Mentality-model is de waardenas: deze varieert van een traditioneel waardenpatroon (behouden) naar een modern waardenpatroon (genieten) naar postmodern (beleven, jezelf ontplooiën).
- Continue onderzoek vanaf 1996 door een team van Mentality specialisten.
Conclusie: Mentality verklaart veel zaken beter dan traditionele indelingen in leeftijd inkomen, opleiding etc.
- De afgelopen 10 jaar kende Mentality een brede range aan toepassingen voor de overheid, het bedrijfsleven en de politiek.
- Andere Mentality klanten o.a.: Unilever, KPN, CDA, Groen Links, Ministerie van VWS, Voedingscentrum

Voorbeeld verschillen

Gelijk in socio-
demografie

Andere keuzes
in het leven



1962

Protestants

Gymnasium, Vrije
Universiteit

Politicus van
beroep

Getrouwd op 24ste

5 kinderen

Woerden

Biljarten



1963

Protestants

Gymnasium, Vrije
Universiteit

Politicus van
beroep

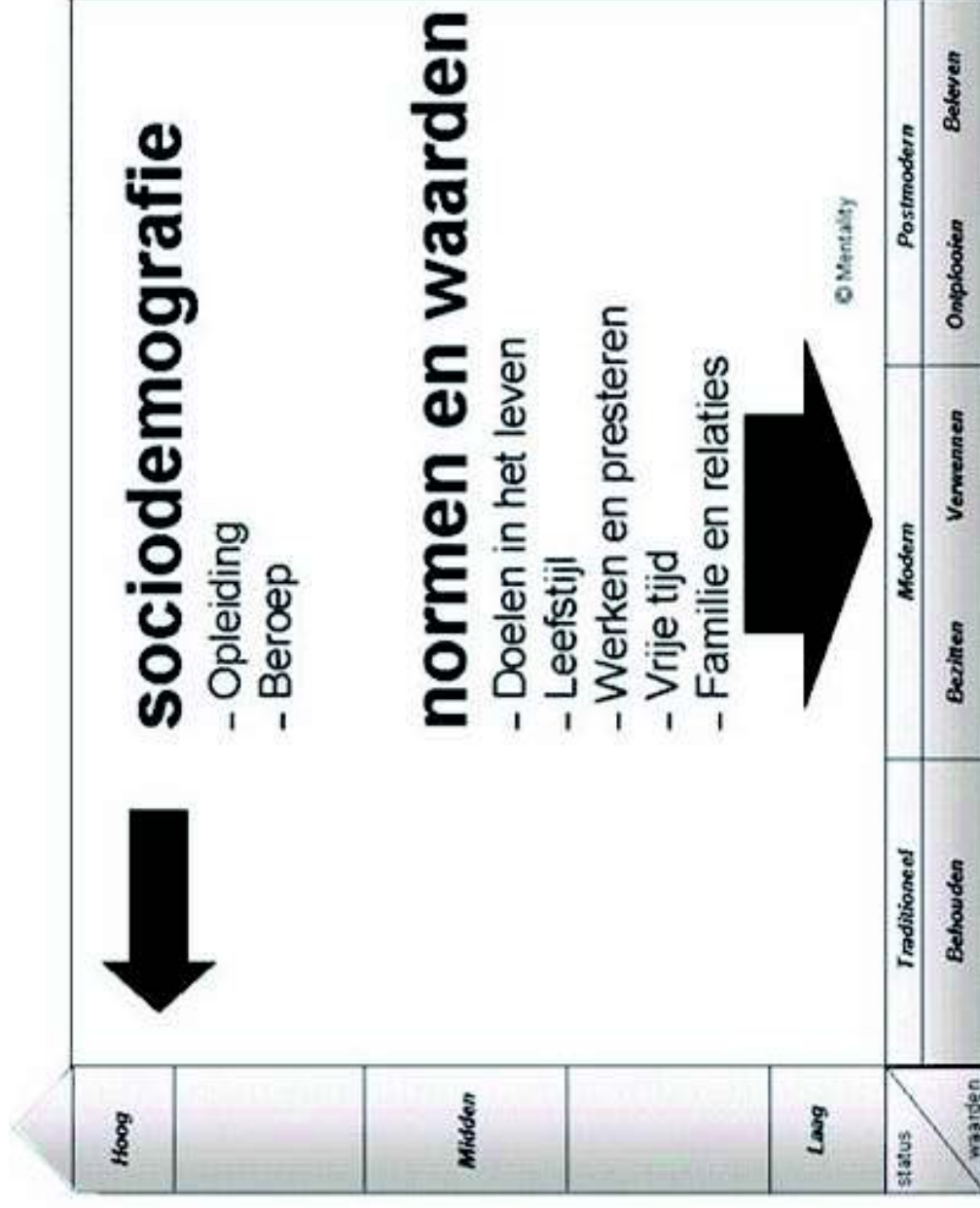
Getrouwd op 40ste

2 kinderen

Amsterdam

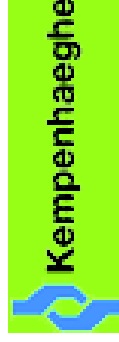
Diepzeeduiken

Mentality: Behouden, Bezitten en Beleven

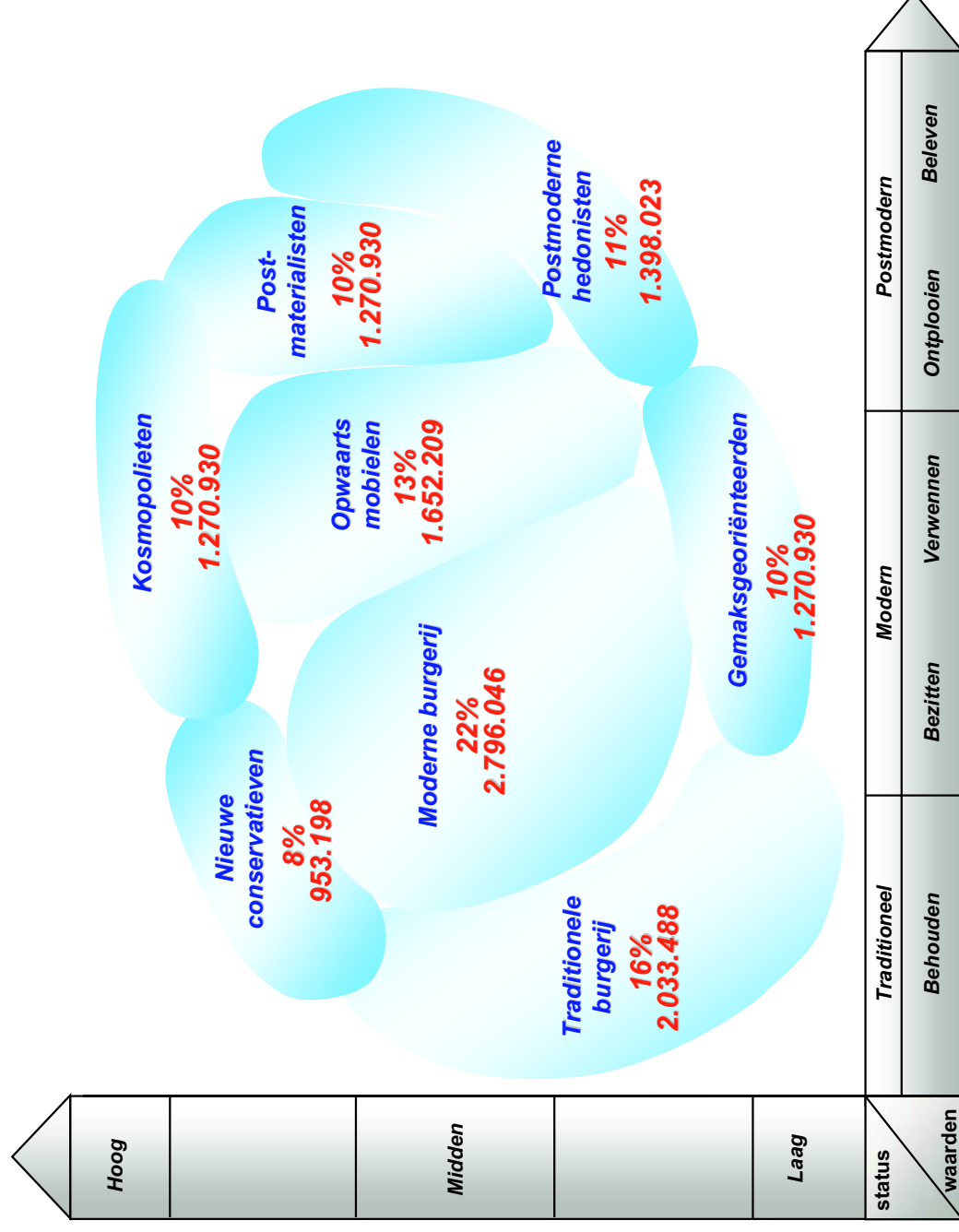


Verschillen in
houding ten
opzichte van

- Werk
- Gezin
- Politiek
- Vrije tijd
- Carrière



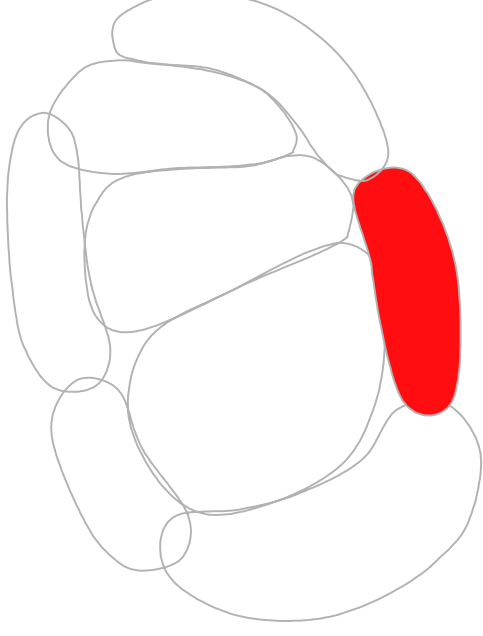
Mentality: 8 sociale milieus met verschillende kijk op het leven



Bijlage 2: Beschrijving Mentality-milieus die ondervertegenwoordigd zijn in marktpotentieel Providentia

Gemaksgeoriënteerden

De impulsieve en passieve consument die in de eerste plaats streeft naar een onbezorgd, plezierig en comfortabel leven





[gemaksgeoriënteerden]



TIME



Beschrijving gemaksgeorienteerden

Een zorgeloos leven leiden en van het leven genieten vormen binnen het milieu van gemaksgeorienteerden belangrijke doelen. Aan het opbouwen van een carrière wordt weinig waarde gehecht.

Er wordt veel belang gehecht aan 'vrij zijn' (geen verplichtingen hebben) en aan een ongedwongen levensstijl. Deze groep heeft afstand genomen van een traditioneel calvinistische levensopvatting, dat wil zeggen: genieten en verwennen mag zonder dat daar eerst hard voor is gewerkt. Men voelt zich aangetrokken tot rijkdom, luxe en glamour, maar het leven wordt niet primair ingericht om dit te bereiken. Het geld dat men verdient of waar men over beschikt wordt veelal direct uitgegeven. Nieuwe producten kopen en uitproberen maken het leven aantrekkelijk.

Dit milieu omvat 1,2 miljoen Nederlanders. Tot dit milieu behoren meer vrouwen dan mannen. Gemaksgeorienteerden zijn ook vaker jongeren; leeftijden tussen 15 en 45 jaar zijn oververtegenwoordigd. Het opleidingsniveau is over het algemeen laag tot middelbaar. Het inkomensniveau is meestal modaal of lager.

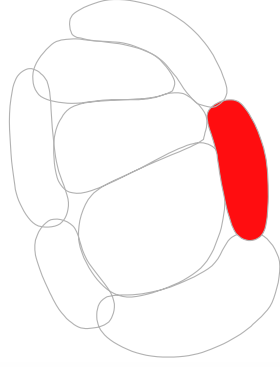
Vastgoedprofiel gemaksgoerienteerden



Streven naar wij-gevoel met gelijkgestemden in de buurt

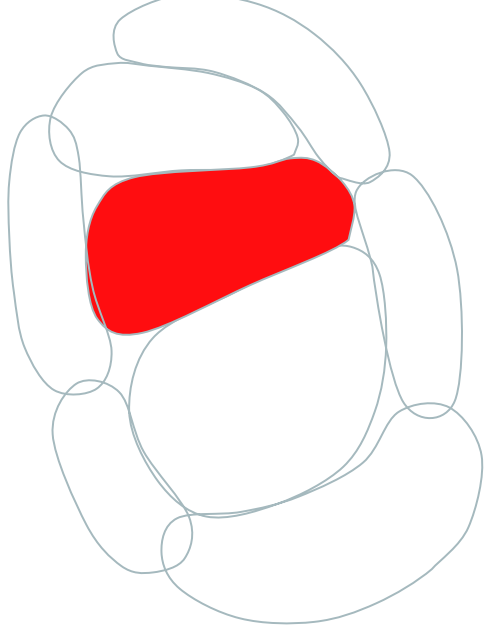
Hechten weinig belang aan status of uiterlijk woonomgeving

Grote groep in vooroorlogse wijken rond het centrum



Opwaarts mobielen

De carrièregerichte individualisten met een uitgesproken fascinatie voor sociale status, nieuwe technologie, risico en spanning.

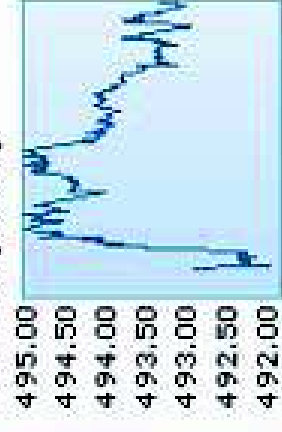




[opwaarts mobielen]



AEX-index (493.17)



12:00 PM

Tijd Beursmedia



Beschrijving opwaarts mobielen

Maatschappelijk succes en hogerop komen vormen voor de opwaarts mobielen belangrijke drijfveren. Mensen binnen dit milieu willen zelf iets bereiken in het leven.

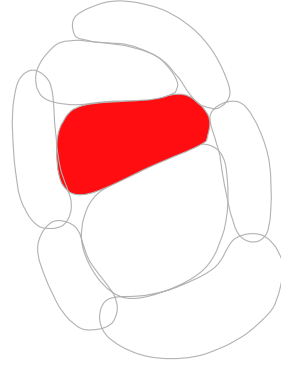
Zij hechten er tevens veel waarde aan om aan anderen te kunnen laten zien wat zij hebben bereikt. Over het algemeen is men materialistisch ingesteld: (veel) geld verdienen en consumeren zijn belangrijk.

Opwaarts mobielen leiden een bijzonder druk en gehaast leven en voor huishoudelijke bezigheden als boodschappen doen en koken is nauwelijks tijd. In het algemeen zijn mensen binnen dit milieu vrij statusgevoelig wat zich uit in materiële luxe en het belang van statussymbolen. Men is erg gericht op consumeren, avontuur beleven en vermaakt worden. Aan dure kleding en vakanties wordt relatief veel geld uitgegeven.

Dit milieu omvat 1,7 miljoen Nederlanders. Opwaarts mobielen zijn vaker man dan vrouw. Binnen het milieu van opwaarts mobielen is het opleidingsniveau redelijk gevarieerd. Ook qua inkomen wijken opwaarts mobielen nauwelijks af van de hele populatie, uitgezonderd een oververtegenwoordiging van topinkomens.

Opwaarts mobielen zijn veelal jong; met name de groep tot 25 jaar is oververtegenwoordigd. Er behoren relatief weinig mensen van 60 jaar en ouder tot dit milieu.

Vastgoedprofiel opwaarts mobielen



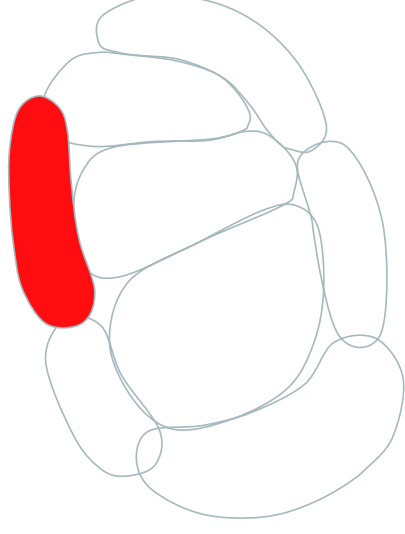
Woning is manier van tonen van maatschappelijk succes

Woning belangrijker dan locatie in de stad

Doelgroep voor uitbreidingswijken

Kosmopolieten

De open en kritische wereldburgers die postmoderne waarden als ontplooiën en beleven integreren met moderne waarden als maatschappelijk succes, materialisme en genieten.



de Volkskrant

ING  BANK

Het PARROOL***

NRC  HANDELSBLAD

Web- en Weekeditie voor het buitenland

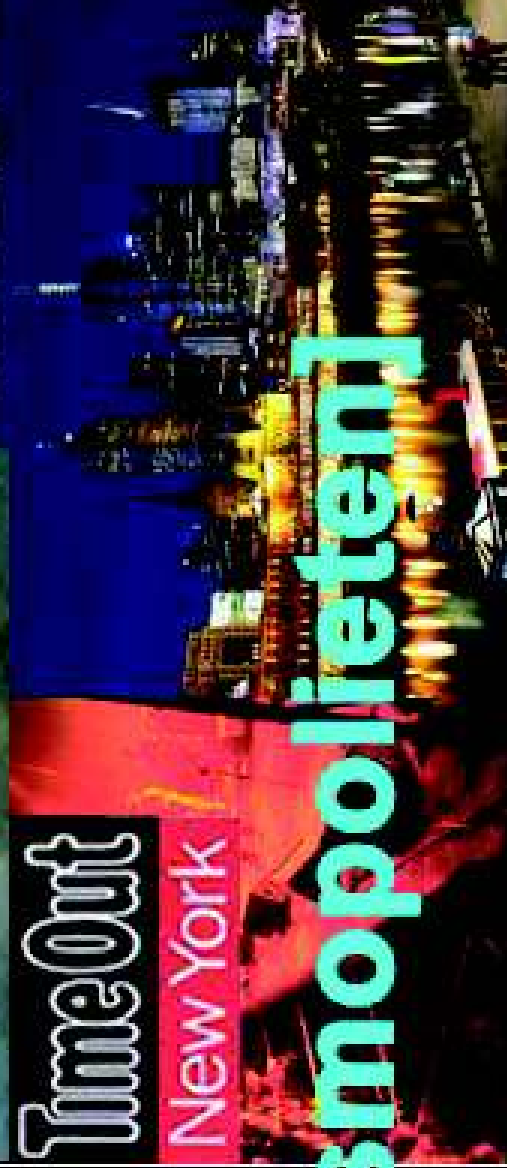
wallpaper



TimeOut

New York

[kosmopolieten]



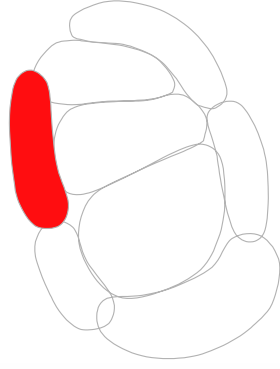
Beschrijving kosmopolieten

Het milieu van de kosmopolieten kenmerkt zich door ambitie (hard werken en maatschappelijk hogerop komen), behoefte aan zelfontplooiing en sociale betrokkenheid. Nieuwe ervaringen en kennis opdoen om zich persoonlijk te verrijken vormen belangrijke drijfveren voor dit milieu.

De leefstijl van de kosmopolieten is actief en veelzijdig. Kwaliteit van leven staat hoog in het vaandel. Kwaliteit staat hierbij niet alleen voor veelzijdigheid en zelfontwikkeling, maar ook voor luxe en een hoge levensstandaard. Aan de eigen woonomgeving en het interieur wordt veel aandacht besteed. Consumeren is een vorm van genieten in dit milieu.

Dit milieu omvat 1,3 miljoen Nederlanders. Er zitten ongeveer evenveel mannen als vrouwen in dit milieu. Het opleidingsniveau van de kosmopolieten is relatief hoog (bijna de helft heeft hoger onderwijs genoten). Relatief veel jongeren (tot 35 jaar) behoren tot dit milieu. Het inkomensniveau is, uitgezonderd dat van de jongste kosmopolieten, hoog. Men is, in vergelijking met andere milieus, minder vaak gehuwd of samenwonend, en vaker alleenstaand.

Vastgoedprofiel kosmopolieten



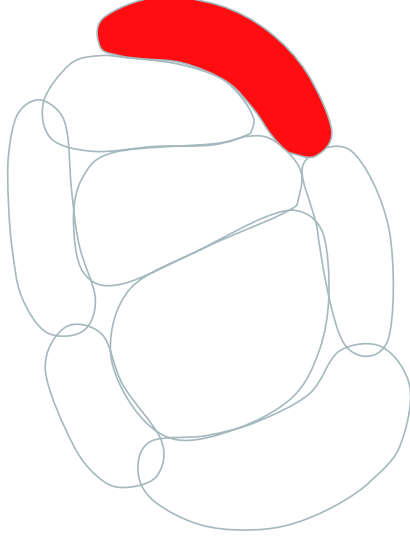
Status en locatie zijn beide van belang

Betrokken bij de wereld, veel minder bij de buurt

Ook sterk gericht op de stad en stedelijke voorzieningen

Postmoderne hedonisten

De pioniers van de beleveniscultuur, waarin experient en het breken met morele en sociale conventies doelen op zichzelf zijn geworden.



[postmoderne hedonisten]



Hyves.nl

always in touch with your friends 😊

A CAMPINGLIGHT

LOWLANDS



Beschrijving postmoderne hedonisten

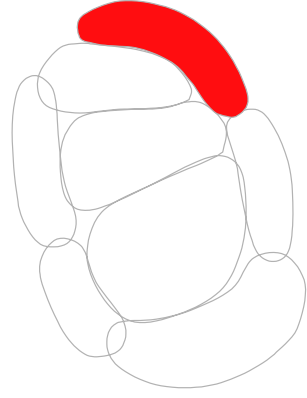
Mensen die tot de postmoderne hedonisten worden gerekend, zijn individualistisch ingesteld. Centrale drijfveer in het leven van de postmoderne hedonisten is het opdoen van nieuwe ervaringen.

De ambities van deze groep zijn vooral intrinsiek gemotiveerd en staan betrekkelijk los van status of het streven naar maatschappelijke erkenning.

Binnen dit milieu wordt gestreefd naar een comfortabele leefstijl zonder al te veel opgelegde verplichtingen. Materiële zaken spelen geen primaire rol. Ten aanzien van de eigen levensstandaard stelt men zich geen bijzonder hoge doelen: luxe is welkom, maar vormt geen 'must'.

Dit milieu omvat 1,3 miljoen Nederlanders. Ongeveer evenveel mannen als vrouwen behoren tot dit milieu. Het opleidingsniveau binnen dit milieu is relatief hoog en de inkomens binnen dit milieu zijn gespreid, met zowel een piek bij zeer hoge inkomens als een piek bij zeer lage inkomens. Men is vaak alleenstaand, zonder kinderen of (nog) inwonend bij de ouders.

Vastgoedprofiel postmoderne hedonisten



Eigenheid woning en buurt belangrijker dan status

Tolerant tegenover andere groepen

Sterk gericht op stedelijke voorzieningen: veelal in binnenstad of omgeving