

Unileverterrein Vlaardingen

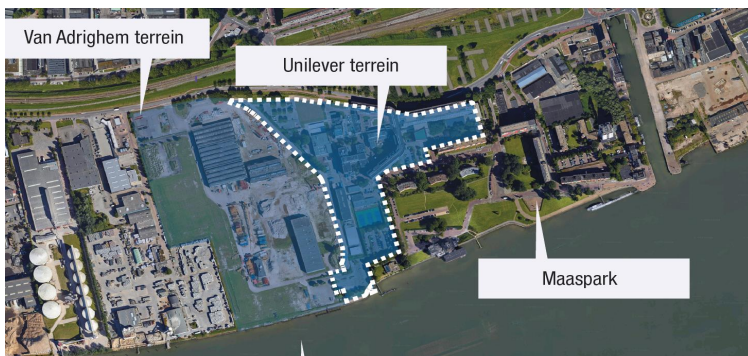


Conclusies

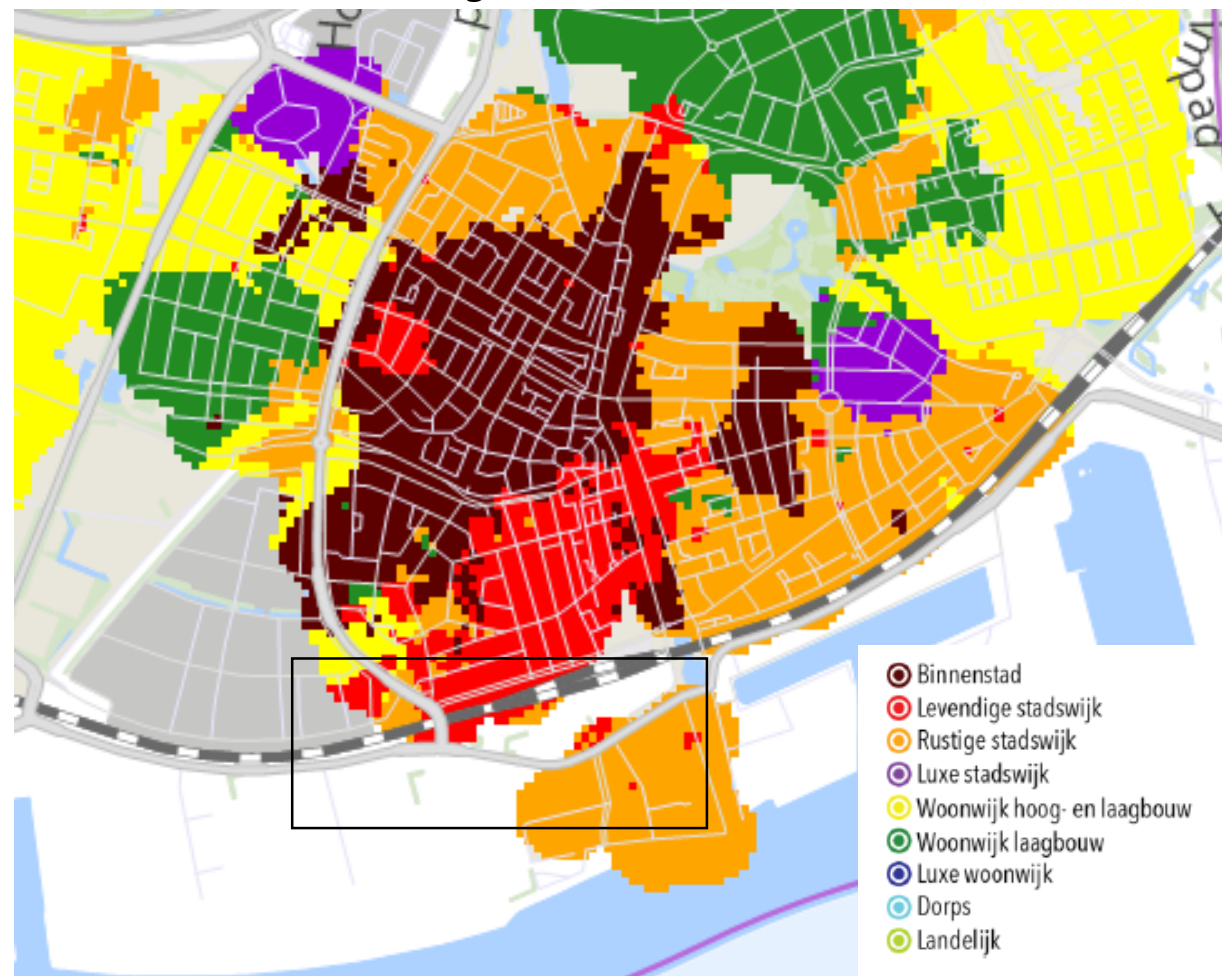
District U – Ligging

De locatie District U, het terrein waar Unilever research en development gevestigd was, is uniek. De ligging tussen rivier en binnenstad is aantrekkelijk. Het gebied ten oosten van de locatie wordt ervaren als woonmilieu Rustige stadswijk en het gebied aan de noordzijde (boven de weg) als woonmilieu Levendige stadswijk. Het nieuwbouwgebied net onder het spoor is recent opgeleverd en nog niet voorzien van een woonmilieu. Verwachting is dat dit ook tot 'Rustige Stadswijk' zal behoren.

'In de visie op de ontwikkeling van District-U is gekozen voor een levendige, stedelijke stadswijk met circa 650 woningen'. Dit sluit aan bij de omliggende woonmilieus.



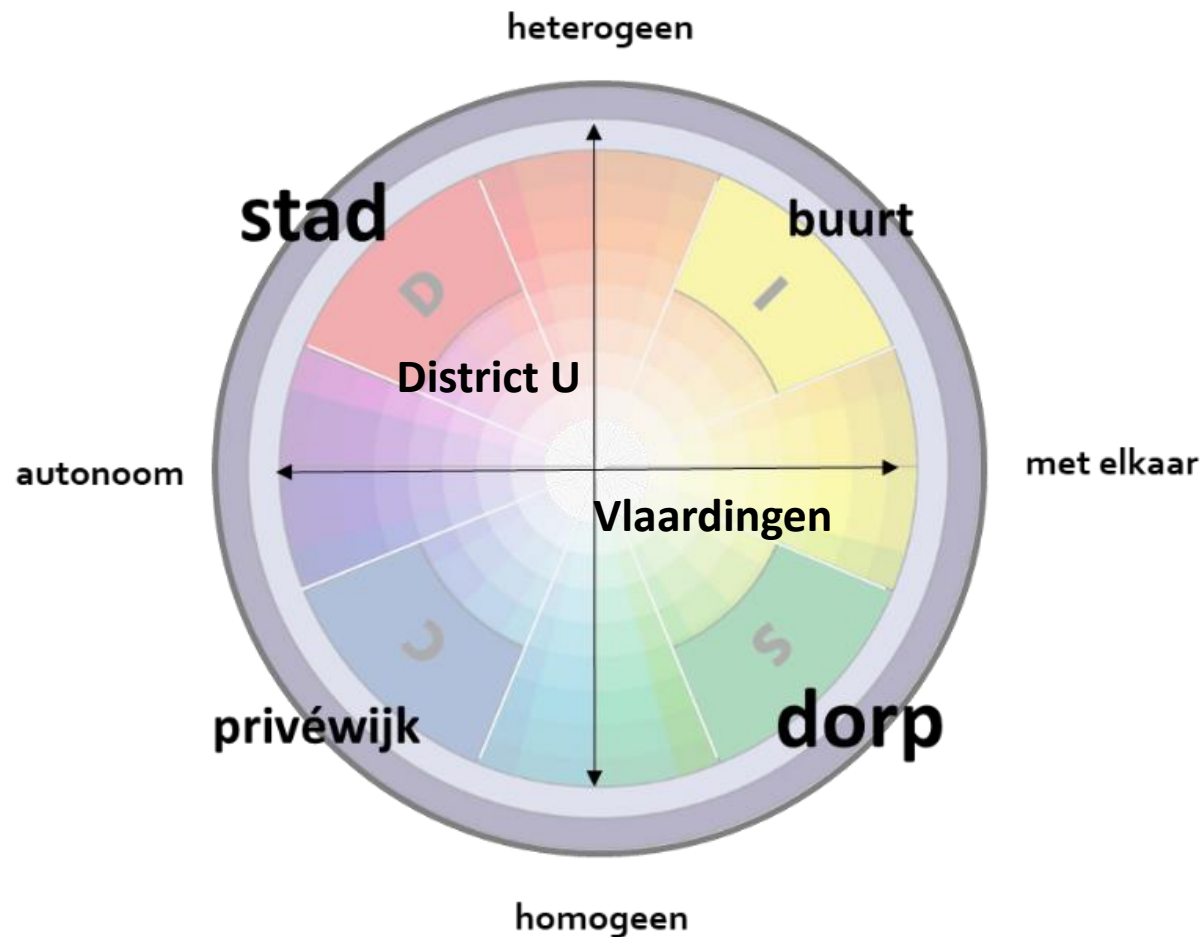
Woonmilieus Vlaardingen



District U – Identiteit / positionering

De huidige dominante leefstijlen van inwoners van Vlaardingen zijn gericht op waarden die meer passen bij wonen in een gemoedelijke buurt of dorp dan in een stad. Met de ontwikkeling van deze locatie heeft Vlaardingen de kans om een stuk stad te ontwikkelen dat ook aantrekkelijk is voor bewoners met meer stedelijke leefstijlen als Paars, Rood en Oranje. Mensen met deze leefstijlen willen graag vernieuwing, zijn ondernemend en zijn vaak trendsetter. Zij kunnen helpen de locatie een levendige, stedelijke stadswijk te maken. Deze groep stelt wel hoge eisen. Kwaliteit van woning en woonomgeving moet goed zijn, deze groepen zijn gevoelig voor status en uitstraling. Het steven is het gebied een overgang te laten zijn tussen offshore en wonen. Mensen met een Rode en Oranje leefstijl kunnen bijdrage dit te laten slagen. Zij zien vaker mogelijkheden dan beperkingen.

In de direct oost van de buurt gelegen buurt Maaspoort wonen mensen met een gele en groene Leefstijl. De mensen met de gele Leefstijl staan open voor anderen, maar lopen niet voorop bij verandering. Mensen met de groene Leefstijl houden niet van verandering. Belangrijk bij deze groep is een menselijke en eerlijke manier van communiceren.



Positionering ten opzichte van Vlaardingen:
Meer Paars, Rood en Oranje

District U – herkomst potentiële doelgroep

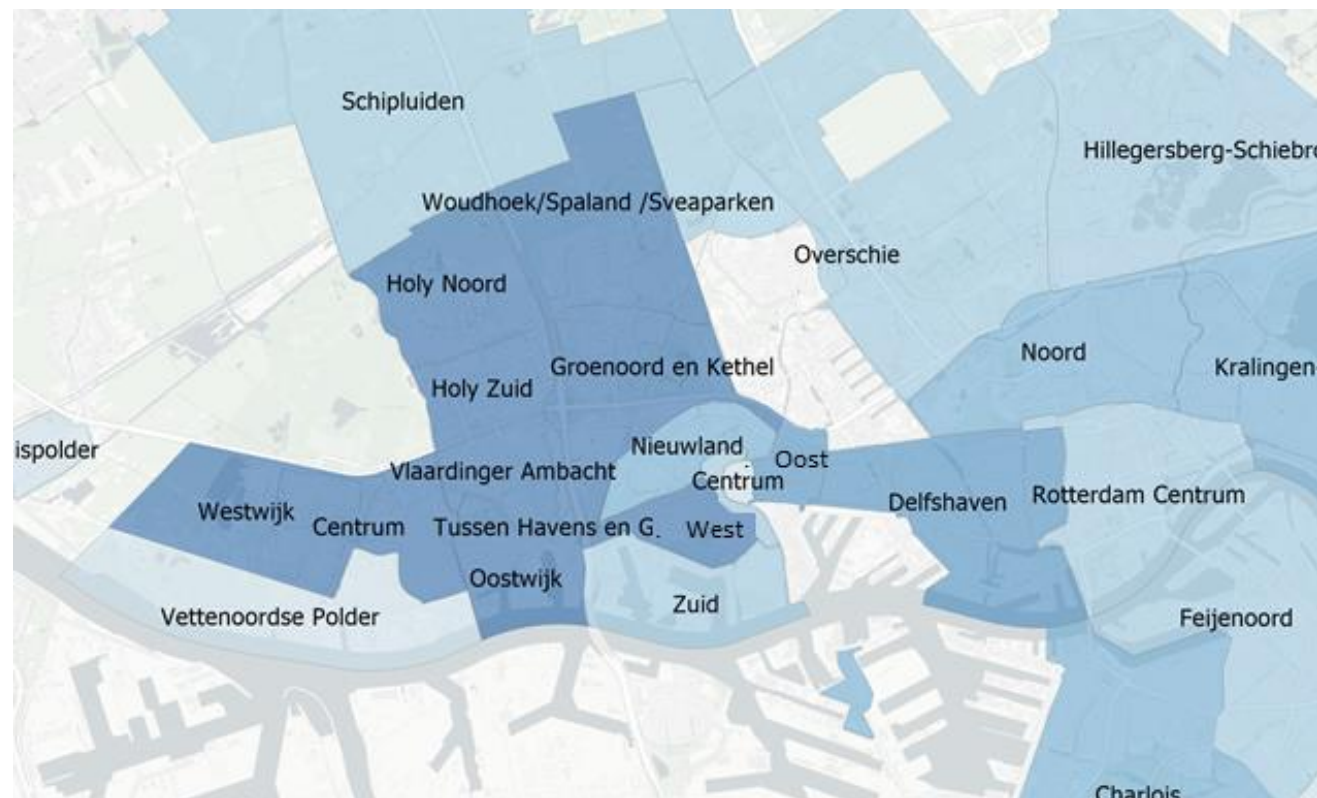
Op basis van daadwerkelijke verhuisbewegingen van de afgelopen 5 jaar blijkt dat de meeste huishoudens (50%) in dit gebied verhuizen met een afstand tot 4 km. Een verdere analyse naar herkomst laat zien dat naast uit Vlaardingen zelf er ook een groot aantal huishoudens uit de wijken in Schiedam Noord en West en uit Rotterdam West verhuizen naar Vlaardingen.

De belangrijkste doelgroepen voor de locatie zijn starters (kleine huishoudens tot 30 jaar), werkenden (kleine huishoudens tussen 30 en 55 jaar en Empty Nesters (kleine huishoudens tussen 55 en 75 jaar).

Een analyse van de herkomst van doelgroepen laat zien dat binnen Vlaardingen de starters met name in het zuidelijk deel van de gemeente wonen, de werkenden in het gebied ten noorden van de locatie en de empty Nesters in het noordelijk deel van de gemeente.

Verdere verkenning van de herkomst van de doelgroep laat zien dat verhuiscandidate (met een voorkeur voor een appartement) werkenden en starters nu veel voorkomen in Rotterdam en de verhuiscandidate empty nester wat meer verspreid woont over de regio.

Herkomst vestigers Vlaardingen, hoe donkerder hoe hoger het aantal



Bron: EDM

District U – Vraag

De potentiële vraag naar nieuwbouwwoningen op de locatie District U is berekend met een vraagmodel. Dit model is gebaseerd op daadwerkelijke verhuisbewegingen rondom de locatie van de afgelopen 5 jaar. Daarnaast is gekeken naar de wens van huishoudens, hiervoor zijn de resultaten meegenomen uit De Grote Omgevingstest Zuid Holland (2018).

Het model geeft een vraag naar ca.700 nieuwbouwwoningen per jaar, waarvan ca. 300 nieuwbouwappartementen per jaar. De vraag naar goedkope huur (<€ 720) is groter dan de vraag naar middeldure en dure huur. Het voornemen het grootste deel van de appartementen te realiseren in het middeldure huur en dure koopsegment is haalbaar, maar kan een langere looptijd met zich meebrengen. De vraag is echter ook sterk afhankelijk van de kwaliteit van het aanbod, het concurrerende aanbod en de druk op de huidige woningmarkt. De vraag naar grondgebonden koopwoningen is hoger, ook in stedelijke woonmilieus. De afzetrisico's zullen hier lager zijn.

Jaarlijkse vraag naar type en prijsklasse totaal

Woningtype		Prijsklasse	gemiddeld	Verdeling van de nieuwbouwvraag	
Huur	EGW	< €720,-	43	6%	
		€720 - €900	20	3%	
		> €900	22	3%	
	MGW	< €720,-	116	16%	
		€720 - €900	48	7%	
		> €900	15	2%	
Koop	EGW	< €175.000	20	3%	
		€175.000 - €250.000	57	8%	
		€250.000 - €300.000	108	15%	
		€300.000 - €400.000	80	11%	
		> €400.000	73	10%	
	MGW	< €175.000	19	3%	
		€175.000 - €250.000	37	5%	
		€250.000 - €300.000	24	3%	
		€300.000 - €400.000	16	2%	
		> €400.000	14	2%	
Totaal			713	100%	

District U – Programma

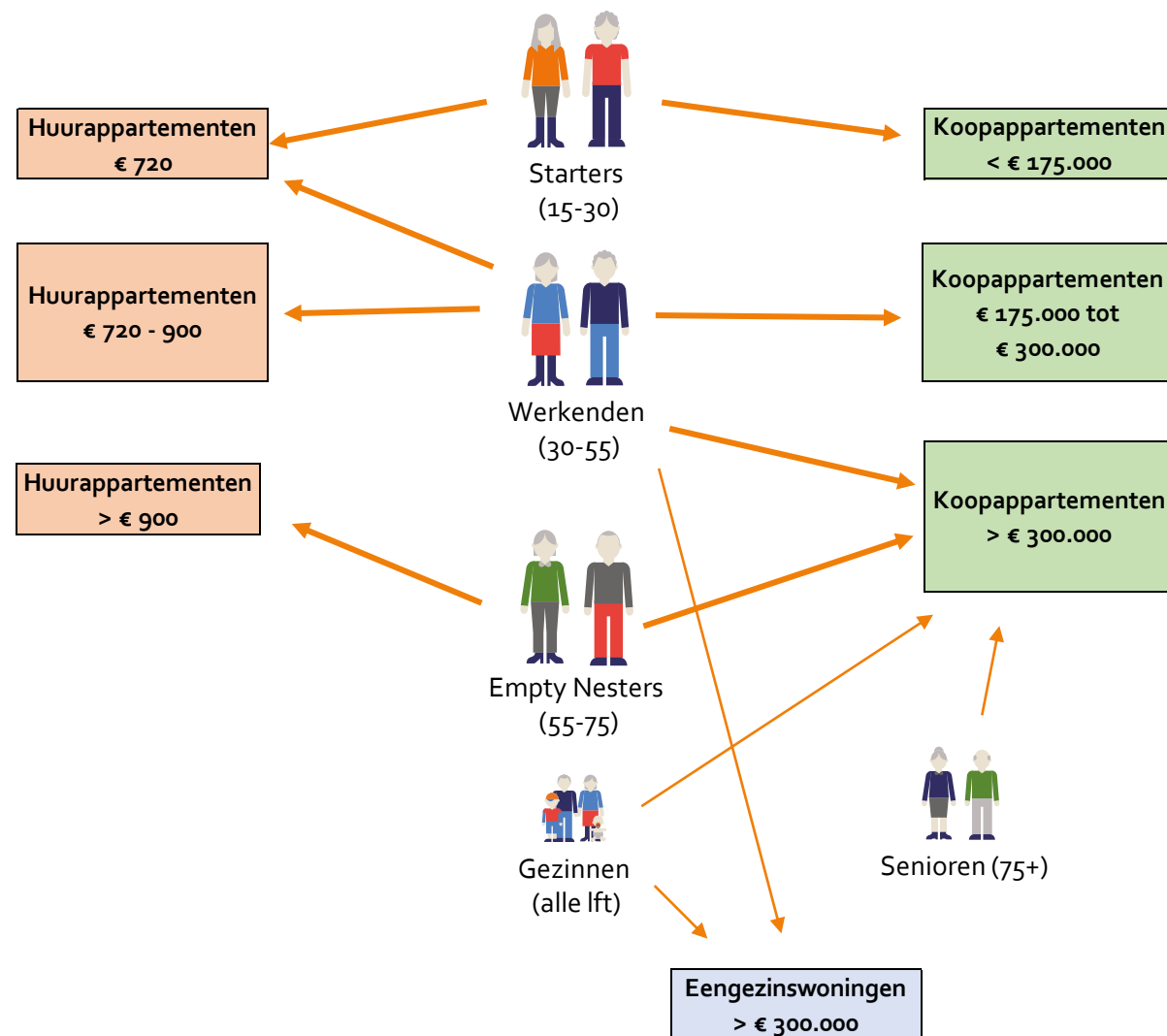
De goedkope huurappartementen (onder €720 per maand) zijn vooral aantrekkelijk voor starters en werkenden (1 en 2 persoons huishoudens onder 55 jaar). De vraag naar middeldure huur appartementen (€ 720 tot 900 per maand) zal vooral komen van Werkenden (1 en 2 persoons huishoudens tussen 30 en 54 jaar) en voor een deel ook van gezinnen met een midden inkomen. Deze groep zal tevens een vraag hebben naar stadswoningen. De duurdere koopappartementen (>€ 300.000) zijn aantrekkelijk voor meerdere doelgroepen, allen wel met een hoog inkomen. Met name voor Werkenden en Empty Nesters (55-74 jaar). In mindere mate komt er ook een deel van de vraag van Gezinnen en Senioren.

De realisatie van horeca (10.000m²), voor cultuur/ bioscoop in auditorium (2.000 m²) en onderwijs (8.500 m², Albedacollege techniek) geeft de locatie kwaliteiten die horen bij een levendige stadswijk en de voorkeuren die doelgroepen hebben die graag levendig stedelijk of rustig stedelijk willen wonen. Naast de vraag naar Woonwijk Laagbouw en Dorps/Landelijk is er in Vlaardingen (en in de regio) behoefte aan meer woningen in stedelijke woonmilieus dan er nu te vinden is.

Product	Meest kansrijke doelgroep	
Huurappartementen € 720	A	starters en werkenden (kleine huishoudens onder 55 jaar jaar) met een laag inkomen
Huurappartementen € 720 - 900	B	werkenden (kleine huishoudens 30-54 jaar) met een midden inkomen
	C	gezinnen (alle leeftijden) met een midden inkomen
Huurappartementen > € 900	D	empty nesters (kleine huishoudens 55-74 jaar) met midden en hoog inkomen
Koopappartementen < € 175.000	E	Starters en werkenden (kleine huishoudens onder 55 jaar jaar) met een laag inkomen
Koopappartementen € 175.000 tot €300.000	F	werkenden (kleine huishoudens tussen 30 en 55 jaar) met een midden inkomen
	G	empty nesters (kleine huishoudens tussen 55 en 74 jaar) met een midden inkomen
Koopappartementen > € 300.000	H	werkenden (30-54 jaar) met een hoog inkomen
	I	empty nesters en senioren (kleine huishoudens boven 54 jaar) hoog inkomen
	J	gezinnen met een hoog inkomen
Eengezinswoningen > 300.000	K	gezinnen en werkenden met een hoog inkomen

District U – Doelgroepen

Hiernaast zijn de doelgroepen en de producten nogmaals schematisch weergegeven. De vraag vanuit de directe omgeving (catchment area) gaat voor een deel uit naar de goedkopere segmenten. Hiervan is echter ook veel aanbod in de bestaande voorraad, met name van appartementen zonder lift. Bij een mix van programma met meer aanbod in de duurdere segmenten zal de looptijd van het project langer zijn. Om het afzettempo te verhogen is het aan te bevelen de marketing ook te richten op de regio, met name Schiedam en Rotterdam West. Daar wonen ook meer potentiële huurders en kopers met de stedelijke en meer bij de locatie passende leefstijlen Oranje, Rood en Paars.



District U – Doelgroepen - voorkeuren

De hiervoor benoemde doelgroepen, allen met een voorkeur voor stedelijk wonen, hebben specifieke en gezamenlijke voorkeuren. Alle potentiële doelgroepen hebben voorkeur voor een bouwstijl die getypeerd wordt als Industrieel, Modern, Design maar ook voor Historisch. Bouwstijlen als Traditioneel, Klassiek, Jaren'30 en Experimenteel worden door deze doelgroepen veel minder vaak 'leuk' gevonden. Daarnaast geven deze doelgroepen in meer en mindere mate aan voorkeur te hebben voor de volgende woonconcepten: Woontoren, Duurzaam wonen, Wonen in een Hof en concepten waar voorzieningen worden gedeeld. Bij sommige doelgroepen scoort gezamenlijk wonen en gezamenlijk een woonproject realiseren ook hoog.

Met name de mensen met een rode leefstijl, werkenden en empty nesters met een hoger inkomen en een voorkeur voor de duurdere appartementen, houden van de stedelijke dynamiek die een ruime keuze mogelijk maakt en ook een anonimiteit verschaft. Zij creëren en kiezen graag een visuele persoonlijke status. Een originele loft met een wat rauwe industriële brokkelige uitstraling is een voorbeeld van een gewenste woonsfeer. Ook bijzondere woonvormen- en gebieden zoals een oud bedrijfspand vinden zijn interessant.

De Oranje leefstijl komt ook veel voor onder de vragers naar op appartementen op deze locatie, vooral bij de jongere doelgroepen en lager prijsklassen. Deze mensen gaan vitaal om met de mogelijkheden van hun omgeving. Nieuwe leef- en bedieningsconcepten worden welwillend en open tegemoet getreden. Indien verbeteringen in gezamenlijkheid beter gerealiseerd kunnen worden dan is 'samen' een optie. Ze wonen vaker aan de randen van grotere steden of in wijken met een duidelijk eigen extrovert karakter.

Tot slot de mensen met de Paarse en Blauwe Leefstijl, vooral onder de vragers met een hoger inkomen en naar duurder appartementen. Zij vinden kwaliteit heel belangrijk, net als privacy. Voor deze mensen is de woning zelf belangrijker dan de omgeving.



Achtergrond en analyses

De volgende sheets geven informatie over:

- Masterplan
- Woonmilieus
- Leefstijlen
- Vraag naar woonmilieus en woningen
- Doelgroepen
- Product-markt-combinaties
- Voorkeuren doelgroepen

Masterplan

Van Unileverterrein naar 'District-U'

Studio
for New
Realities

De Kroon
Schiedamsedijk 20
3024 EE Rotterdam (NL)

newrealities.eu
studio@newrealities.eu
+31 10 3330466

Presentatie
Concept Masterplan
26 september 2019

In de visie op de ontwikkeling van District-U is gekozen voor een levendige, stedelijke stadswijk met circa 650 woningen.

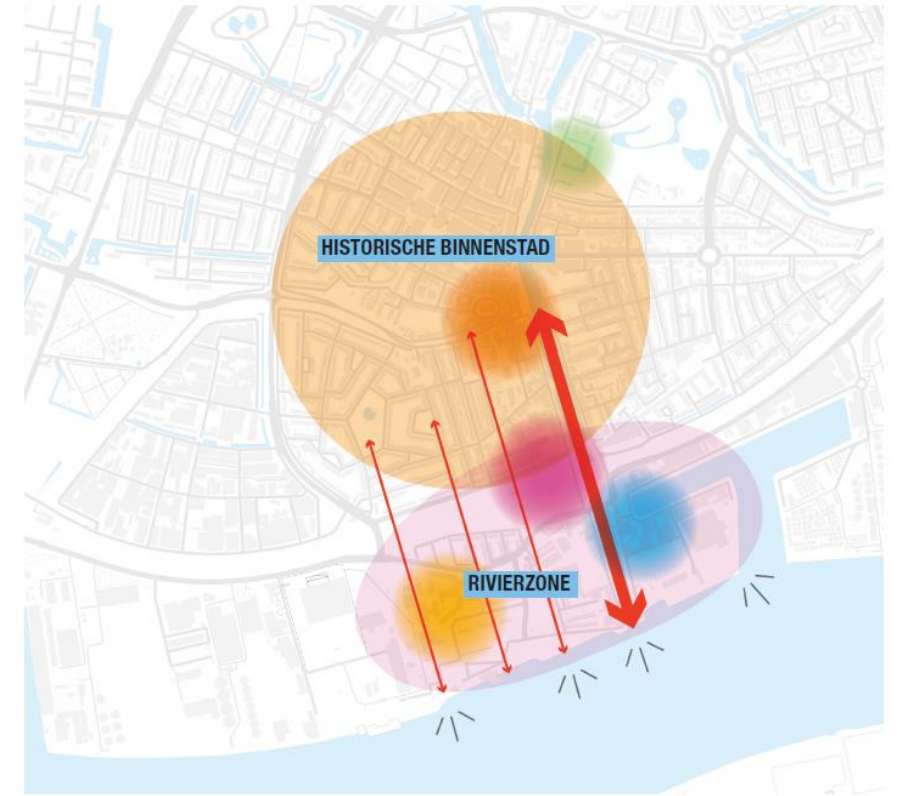
In hoofdzaak appartementen, gecombineerd met stedelijke eengezinswoningen.

Deze woningen variëren in grootte van studio's tot 3 of 4 kamerwoningen, voor starters, voor vitale senioren, voor ouderen, voor zorgbehoevenden. Naar verwachting zullen de woningen zowel in de koop als in de huur worden aangeboden. Een levendige stadswijk is ook een inclusieve wijk, waarbij er huurwoningen in alle segmenten worden aangeboden: van dure huur, middeldure huur tot huren beneden de huurliberalisatiegrens. Datzelfde geldt voor koop: ook bereikbare koop (of het huurequivalent hiervan) maakt onderdeel van het programma uit, naast de marktkoop. Naar verwachting zal het woonprogramma van goedkope en middeldure huur en bereikbare koop circa 130 woningen bedragen.

Het doelgroepenonderzoek wat in het definitieve masterplan wordt opgenomen geeft inzicht in de kwantitatieve en kwalitatieve vraag naar woningen en bijbehorende woonwensen.

Ontwikkeling duostad

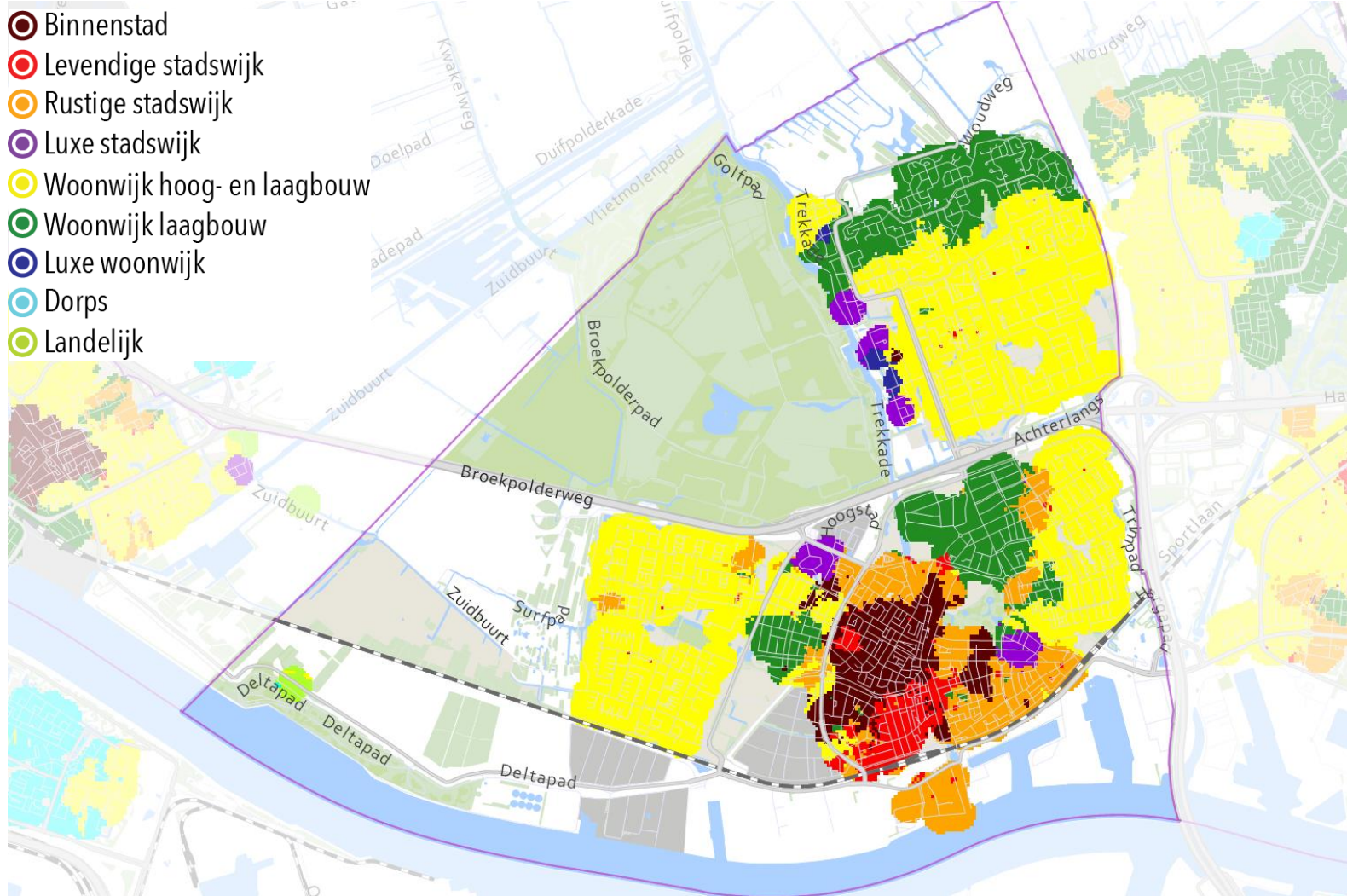
Aanvullend in karakter en programmering aan historische binnenstad - ruimte voor ontwikkeling en innovatie



Woonmilieus Vlaardingen

Op basis van consumentenonderzoek heeft Springco een database met typering van woonmilieus zoals deze door consumenten worden ervaren. Op basis van een groot aantal kenmerken zoals woningdichtheid en voorzieningenniveau wordt per woning bepaald in welk type woonmilieu deze ligt.

- Binnenstad
- Levendige stadswijk
- Rustige stadswijk
- Luxe stadswijk
- Woonwijk hoog- en laagbouw
- Woonwijk laagbouw
- Luxe woonwijk
- Dorps
- Landelijk

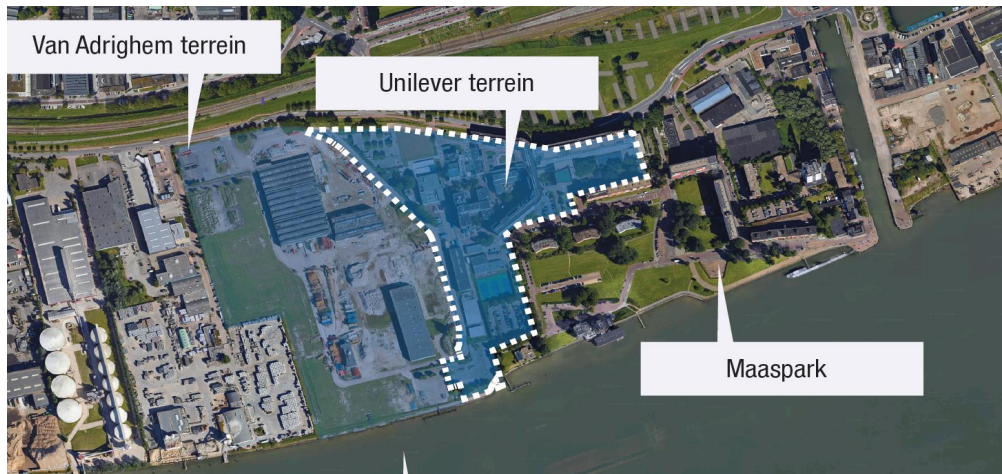
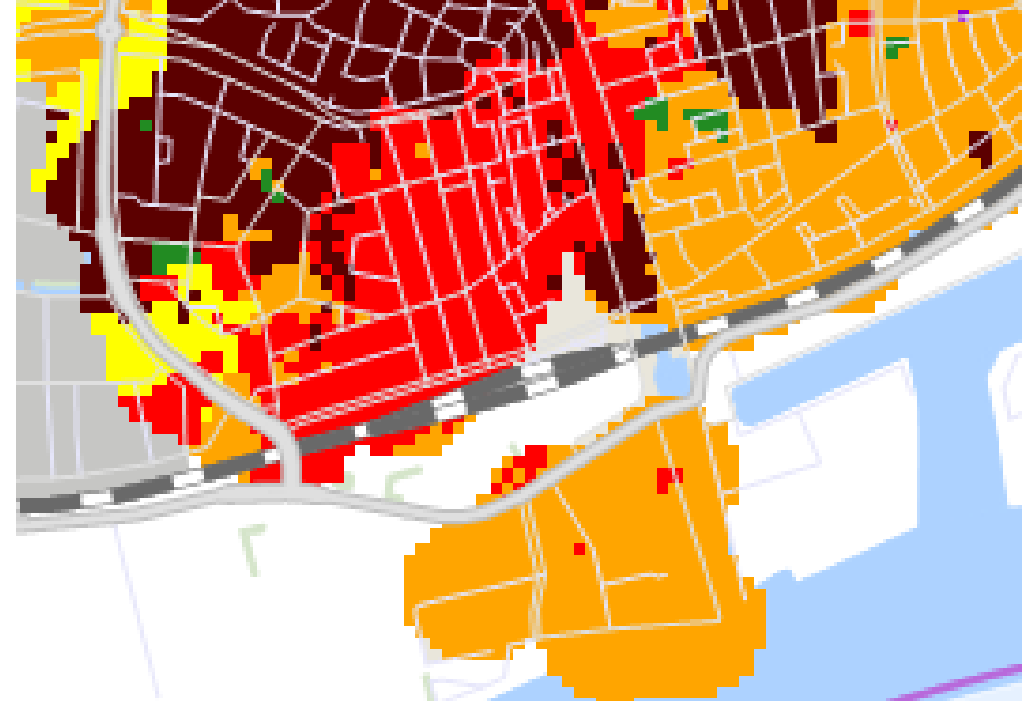


Woonmilieus

Het gebied ten oosten van de locatie wordt ervaren als woonmilieu Rustige stadswijk en het gebied aan de noordzijde (boven de weg) als woonmilieu Levendige stadswijk. Het nieuwbouwgebied net onder het spoor is recent opgeleverd en nog niet voorzien van een woonmilieu. Verwachting is dat dit ook tot "Rustige Stadswijk" zal behoren.

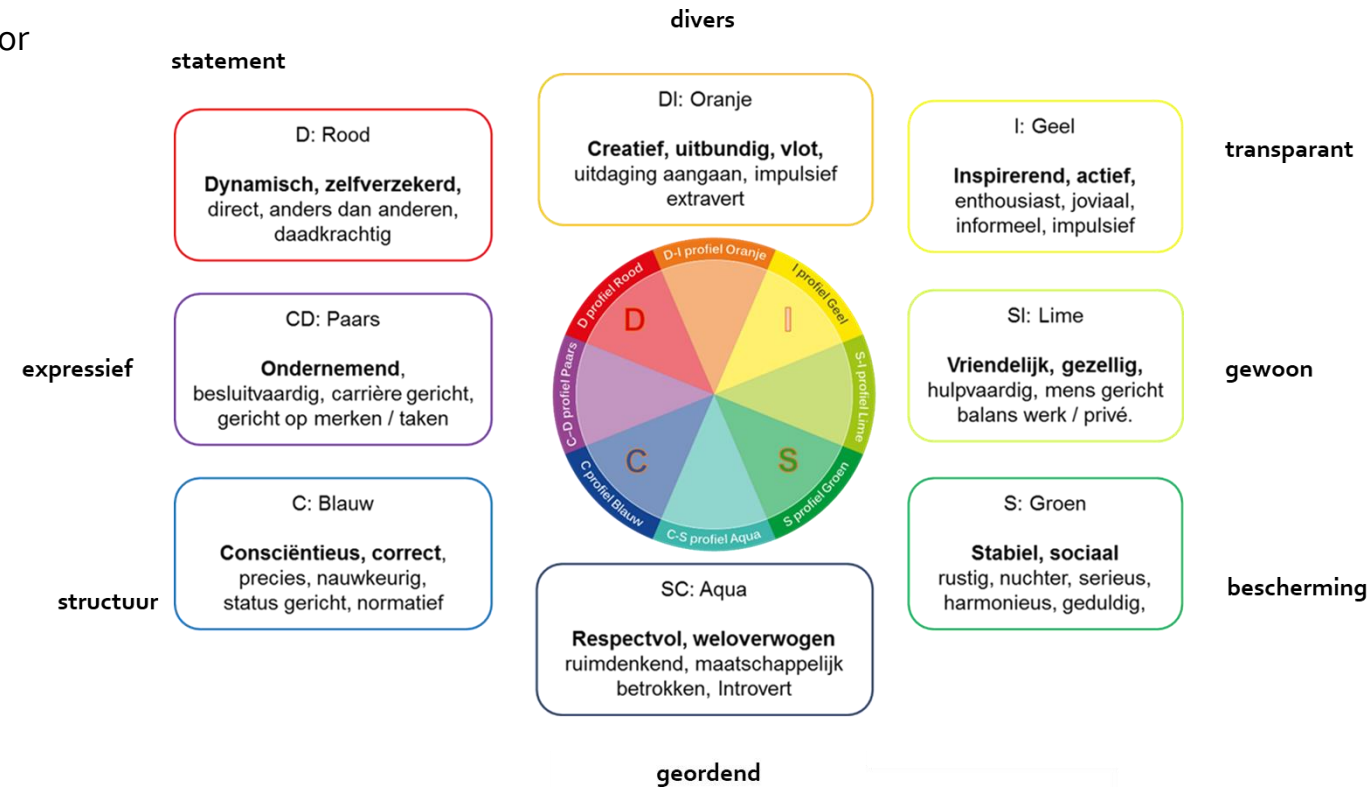
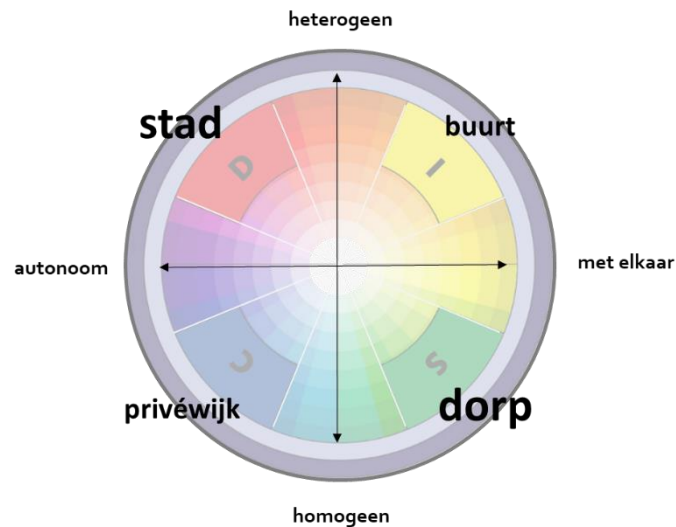
'In de visie op de ontwikkeling van District-U is gekozen voor een levendige, stedelijke stadswijk met circa 650 woningen'

Dit sluit aan bij de omliggende woonmilieus.

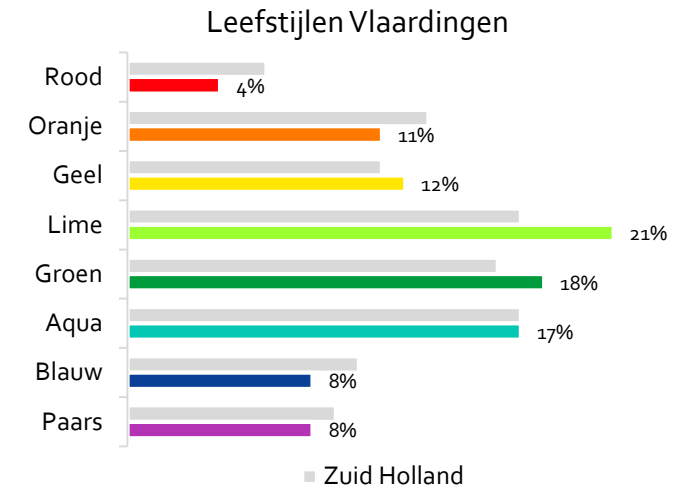
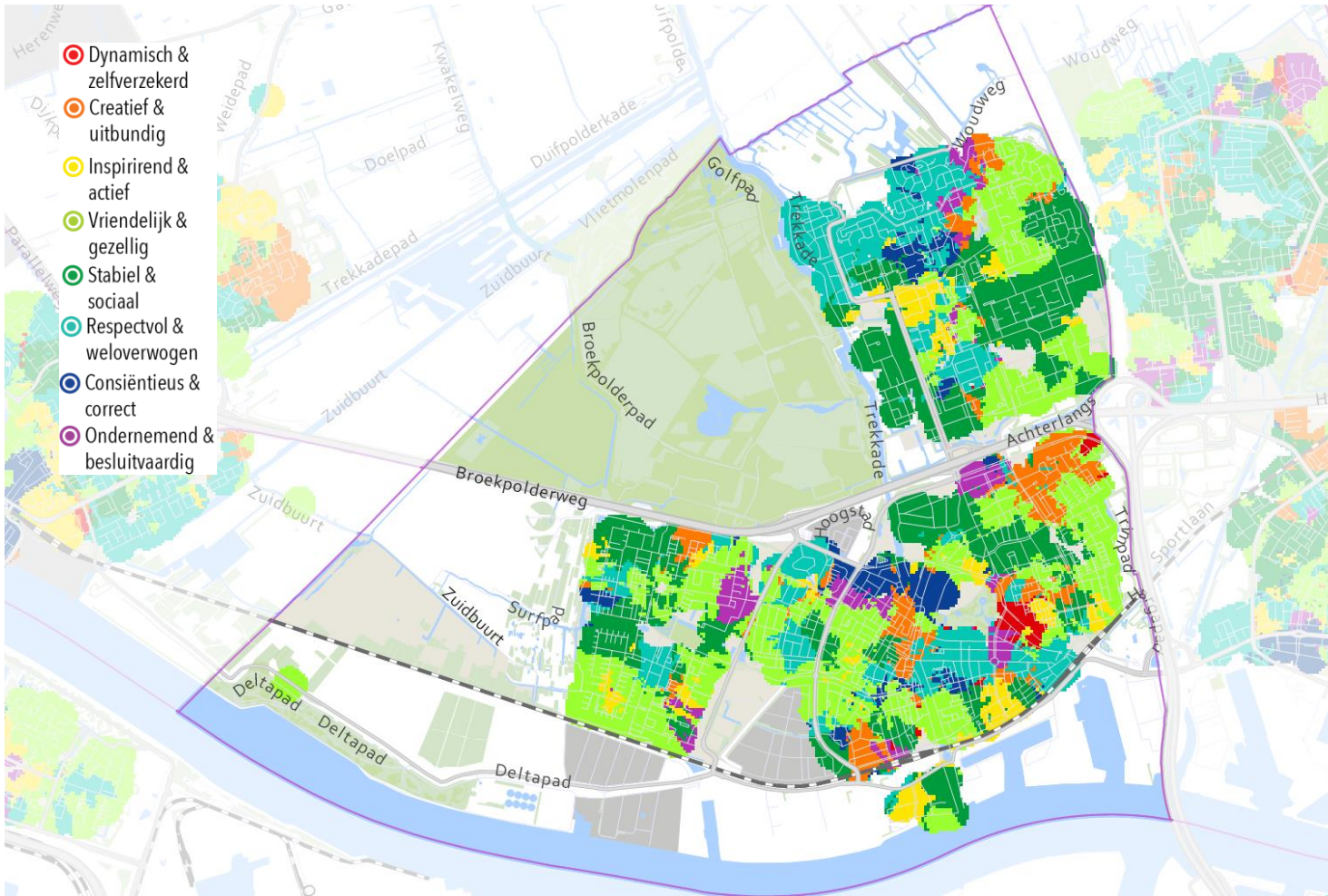


Leefstijl

Naast sociaal-economische kenmerken zijn inwoners van Vlaardingen ook in beeld gebracht naar leefstijl. Hiervoor is de DISC-methode gebruikt. De figuur rechts geeft kort de waarde per leefstijl weer (voor verder uitleg zie bijlage).

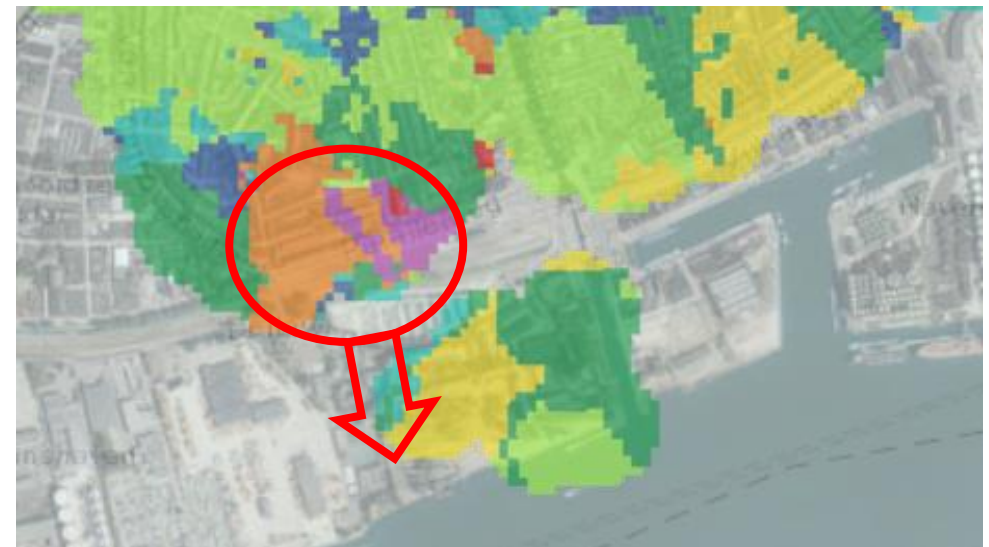
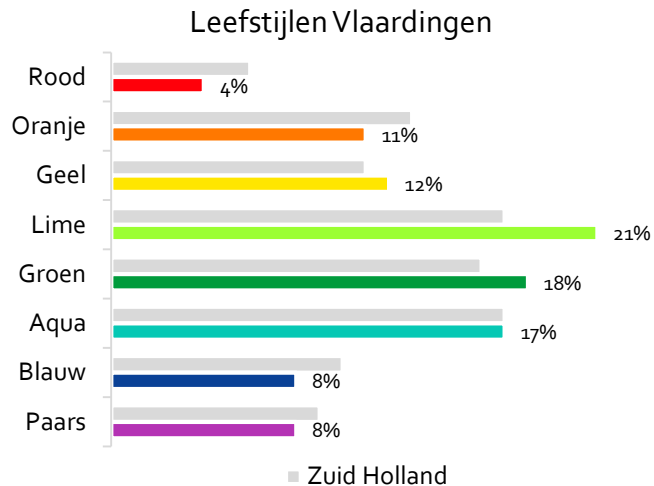
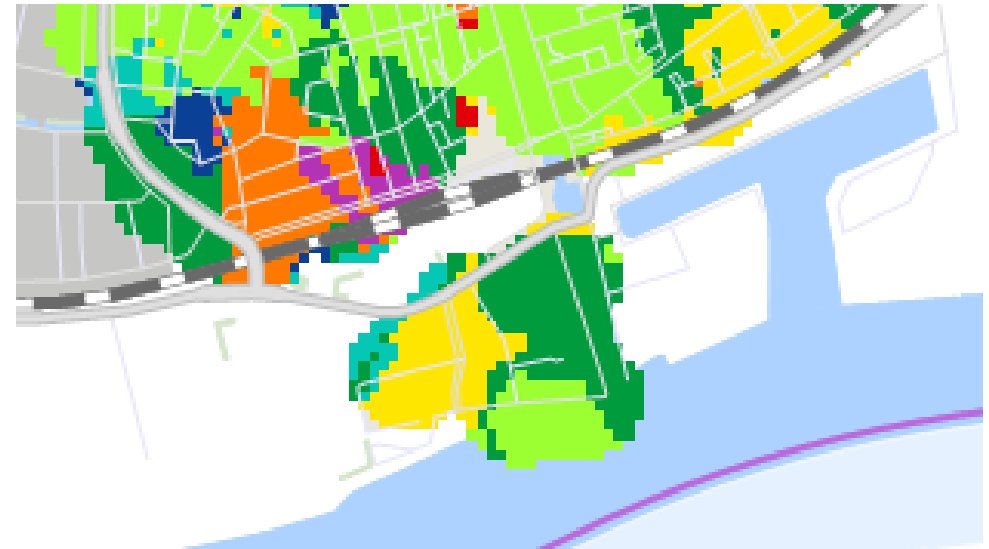


Leefstijlen Vlaardingen



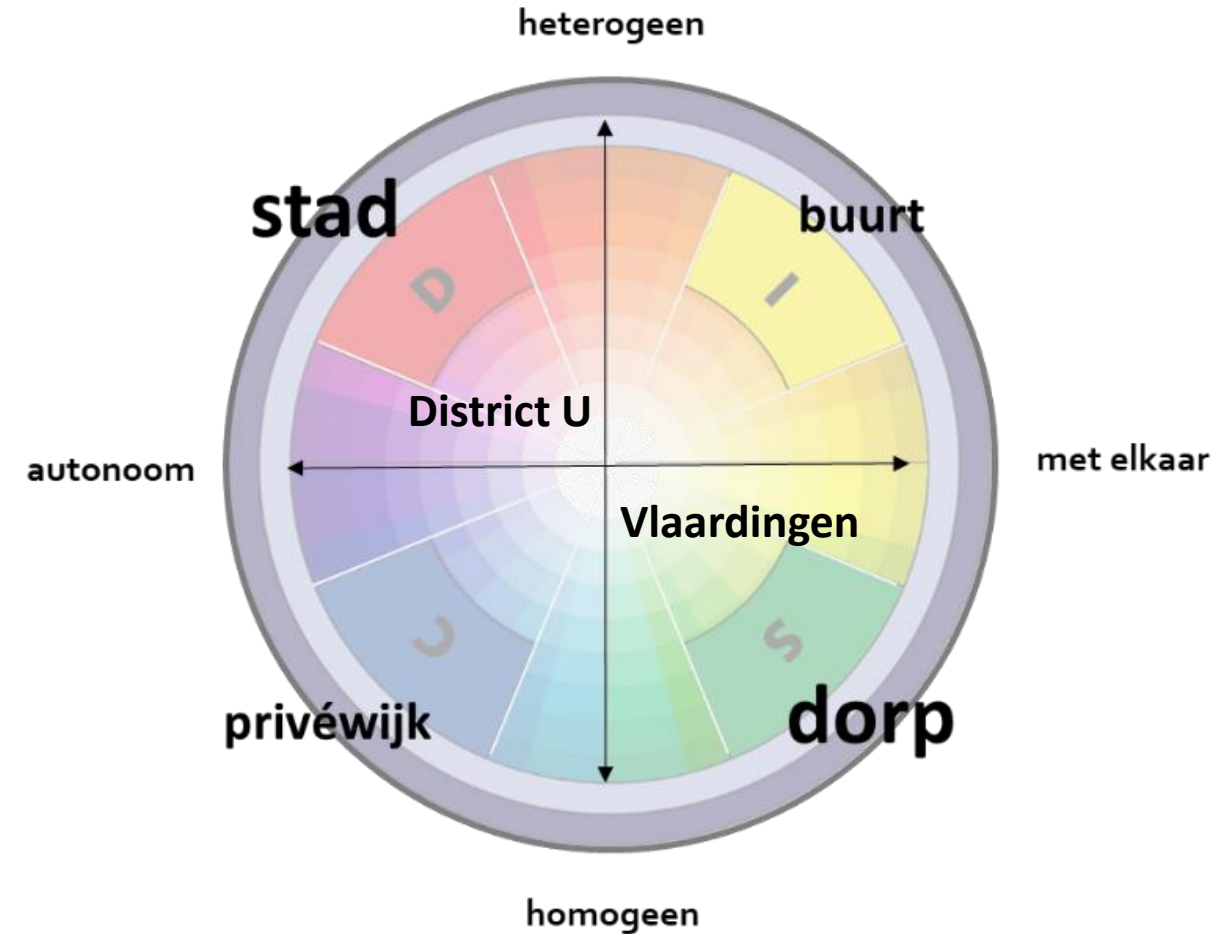
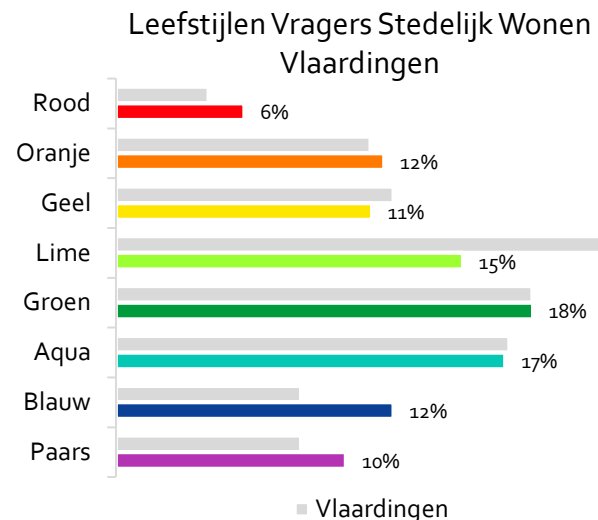
Leefstijl doelgroep

De huidige dominante leefstijlen van inwoners van Vlaardingen (zie grafiek onder) zijn gericht op waarden die meer passen bij wonen in een gemoedelijke buurt of dorp dan in een stad. Met de ontwikkeling van deze locatie heeft Vlaardingen de kans om een stuk stad te ontwikkelen dat ook aantrekkelijk is voor bewoners met meer stedelijke leefstijlen als Paars, Rood en Oranje. De leefstijlen Oranje, Paars en in iets mindere mate Rood zijn wel al aanwezig boven de spoordijk (zie afbeeldingen rechts) en laat zien dat Vlaardingen in staat is deze doelgroepen aan zich te binden.



Positionering

Een analyse van mensen die een voorkeur hebben om stedelijk te wonen in Vlaardingen laat meer mensen zien met de leefstijlen Rood, Paars en Blauw dan gemiddeld in Vlaardingen. Mensen met deze leefstijlen willen graag vernieuwing, zijn ondernemend en zijn vaak trendsetter. Zij kunnen helpen de locatie een levendige, stedelijke stadswijk te maken. Deze groep stelt wel hoge eisen. Kwaliteit van woning en woonomgeving moet goed zijn, deze groepen zijn gevoelig voor status en uitstraling. Het steven is het gebied een overgang te laten zijn tussen offshore en wonen. Mensen met een Rode en Oranje leefstijl kunnen bijdrage dit te laten slagen. Zij zien vaker mogelijkheden dan beperkingen. Mensen met een Blauwe leefstijl zijn vaker op zoek naar een privéwijk, met veel luxe en privacy, daar lijkt de locatie minder geschikt voor.



Positionering ten opzichte van Vlaardingen:
Meer Oranje, Rood en Paars

De leefstijlen in het DISC model



Dynamisch
eigenwijs
trendsettend
uitdaging
daadkrachtig
avontuurlijk
zelfverzekerd
impulsief
doener
direct
innovatief
sportief



trendy
vlot
afwisseling
uitbundig
vernieuwend
optimistisch
creatief
energiek

Impulsief
enthousiast
actief
eigentijds
genieten
gezellig
spontaan
joviaal
ongecompliceerd
Informeel



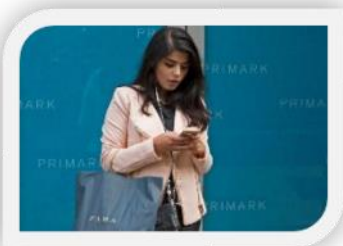
ondernemend
zelfbewust
succes
ambitieuw
besluitvaardig
assertief
stijlvol



gezellig
zorgzaam
hulpvaardig
vriendelijk
hartelijk
gemoedelijk
ontspannen
zachtaardig
samenwerken



Correct
pragmatisch
analytisch
diplomatiek
precies
nauwkeurig
comfortabel
verzorgd



weloverwogen
maatschappelijk-betrokken
vertrouwd
respectvol
ruimdenkend
geduldig
evenwichtig



Stabiel
rustig
harmonieus
netjes
keurig
praktisch
Seriesus
sociaal
voorzichtig
kalm
loyaal



Positionering

Rode leefstijl en wonen: Zij houden van de stedelijke dynamiek die een ruime keuze mogelijk maakt en ook een anonimiteit verschaft. Zij houden van verrassingen en niet van belemmeringen. Zij creëren graag een visuele persoonlijke status. Een originele loft met een wat rauwe industriële brokkelige uitstraling is een voorbeeld van een gewenste woonsfeer. Ook bijzondere woonvormen- en gebieden zoals een oud bedrijfspand, een kerk, een school, een woonboot of Katendrecht spreken hun aan. Rood komt ook voor in de vrije buitengebieden waar eigen werkelijkheden gecreëerd kunnen worden.

Oranje leefstijl en wonen: Deze bewoners gaan vitaal om met de mogelijkheden van hun omgeving. Niet de beperking staat centraal, maar de (nieuwe) mogelijkheden. Levendigheid in hun omgeving is belangrijk en enige dynamiek hoort daarbij. Nieuwe leef- en bedieningsconcepten worden welwillend en open tegemoet getreden. Zij staan open tegenover multi-culturele ontwikkelingen. Indien verbeteringen in gezamenlijkheid beter gerealiseerd kunnen worden dan is 'samen' een optie. Ze wonen vaker aan de randen van grotere steden of in wijken met een duidelijk eigen extrovert karakter.

Paarse leefstijl en wonen: Binnen de context van wonen heeft men vaak een woning in een luxe stadswijk of woonwijk in een kleine of middelgrote gemeente. Uitstraling is voor de Paarse consument belangrijk, zonder mainstream te zijn. Dit kan betekenen dat men graag in een historische pand woont met een moderne inrichting of in een woning die al modern is. Vaak woont men in een ruime eengezinswoning in (de buurt van) een dynamische of natuurlijke omgeving.

De Rode doelgroep

Mensen met een Rood profiel zijn echte doeners! Zij vinden het prettig om een dynamisch en actief leven te hebben, initiatief te nemen en doelen te stellen. Daarom duiden we deze leefstijlgroep aan met de kleur Rood, dat staat voor leven met lef en passie. Hun innovatieve karakter komt ook naar voren in hun kledingstijl (trendsetters) en de culturele belangstelling die zij hebben (vernieuwende stromingen, underground). Zij houden van creatieve hobby's (schilderen, fotograferen) en leven graag in een grootstedelijk woonmilieu.

De Oranje doelgroep

Deze doelgroep wordt ook wel de samenlevers genoemd. Het zijn extraverte energieke en positief ingestelde mensen. Zij combineren het directe en besluitvaardige van de Rode groep met de sociale oriëntatie van de Gele doelgroep. Ze genieten van het leven, zijn graag in het gezelschap van anderen en houden van een goede balans tussen werk en privé. Met hun optimistische aard, energie en enthousiasme weten zij vaak de mensen in hun omgeving voor hun ideeën te winnen.

De Paarse doelgroep

De Paarse doelgroep kunnen we omschrijven als ondernemend, besluitvaardig en prestatie gericht. (competitief).

Daarmee combineren zij het correcte en pragmatische van de consumenten met een Blauw profiel, met de dynamiek en het doelgerichte van de consumenten met een Rood profiel. Consumenten met een Paars profiel hebben een duidelijk (carrière) doel in hun leven. Zij hebben dan ook relatief vaak een bestuurlijke of leidinggevende functie in een onderneming. Zij hechten waarde aan een goede maatschappelijke positie, maar hebben daarnaast ook een duidelijke drive om vernieuwend bezig te zijn. Dit zien we terug in hun oog voor kunst en design, en hun voorliefde voor innovatieve producten en gadgets.

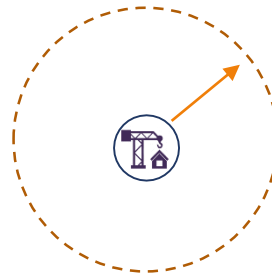
Vraag naar woningen



Stap 0: data



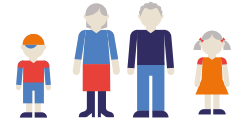
*Stap 1: selectie
brongegevens*



*Stap 2: bepaling
vraag*



*Stap 3: specificatie
vraag*



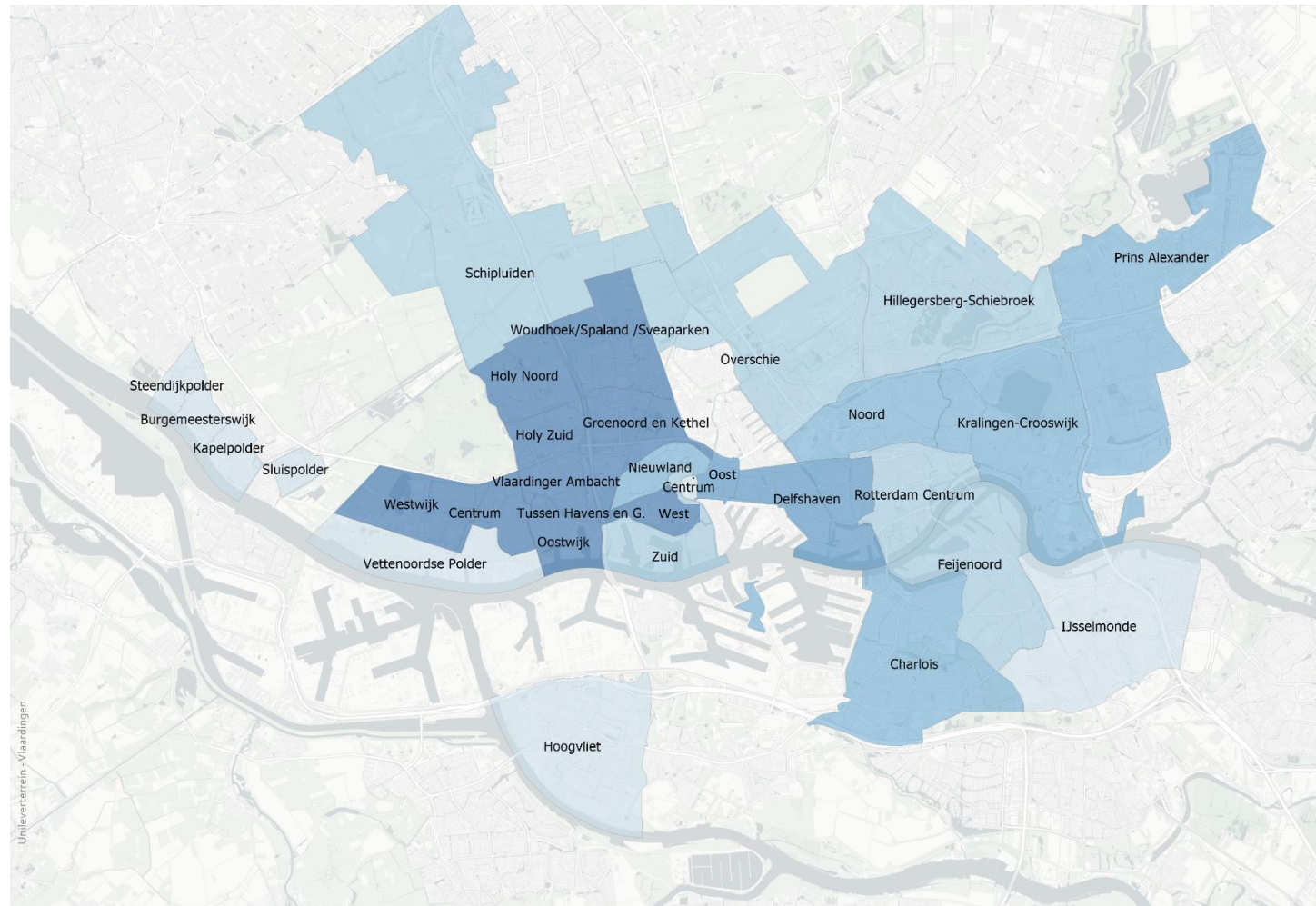
*Stap 4: specificatie
doelgroep*

Vraag naar woningen – Catchment Area

Op basis van daadwerkelijke verhuisbewegingen van de afgelopen 5 jaar blijkt dat de meeste huishoudens (50%) in dit gebied verhuizen met een afstand tot 4 km. Dit is de Catchment Area van de locatie. De verwachting is dat de meeste vraag uit dit gebied zal komen. De overige vraag zal ook van verder komen, zie hiervoor ook de volgende sheet.



Vraag naar woningen – herkomst



Bovenstaande kaart laat de herkomst zien van huishoudens die zich de afgelopen jaren gevestigd hebben in een appartement in Vlaardingen. Hoe donkerder de kleur, hoe groter het aantal huishoudens. Wat opvalt is dat naast uit de wijken in Vlaardingen zelf ook veel huishoudens komen uit delen van Schiedam (West en Noord) en Rotterdam west (Delfshaven).

Vraag naar woonmilieus

Jaarlijkse Effectieve vraag naar nieuwbouw per woonmilieu

woonmilieu	verleden	wens	gemiddeld	Verdeling van de nieuwbouwvraag
Binnenstad	22	41	31	4%
Levendige stadswijk	47	46	47	7%
Rustige stadswijk	38	94	66	9%
Luxe stadswijk	2	15	8	1%
Woonwijk laag- en hoogbouw	223	204	214	30%
Woonwijk laagbouw	139	232	186	26%
Luxe woonwijk	8	43	26	4%
Dorps	37	150	94	13%
Landelijk	18	67	43	6%
	535	892	713	100%

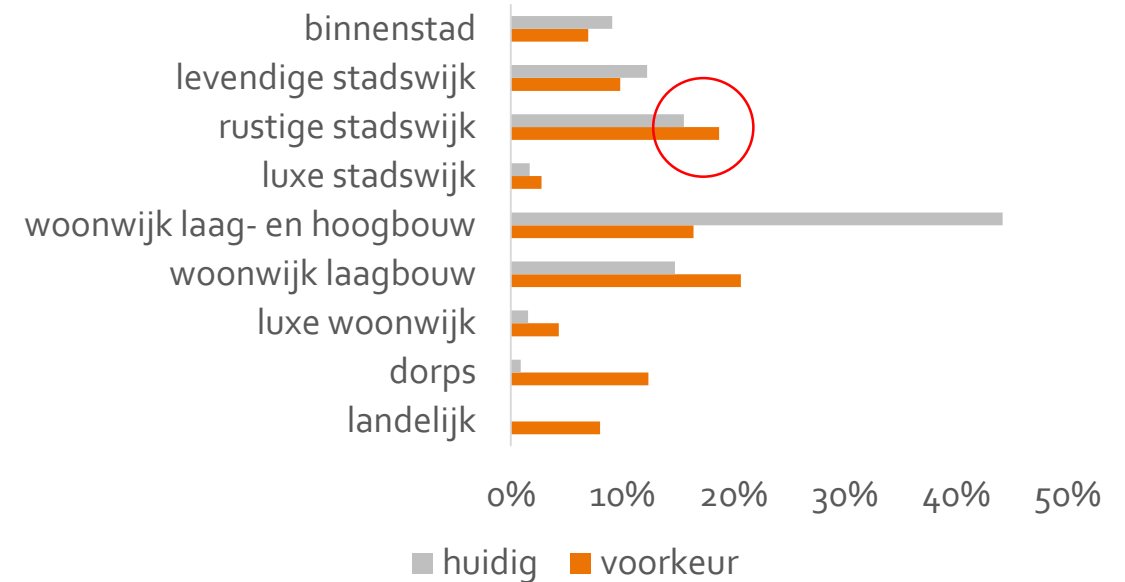
Vraag naar stedelijke woonmilieus:

ca 150 nieuwbouwwoningen per jaar

Vraag naar Woonwijk laag- en hoogbouw:

nog eens 200 per jaar

Huidig en voorkeur woonmilieu
verhuiscandidateen Vlaardingen (DGOT)



Met name meer vraag dan aanbod naar woonmilieu Rustige stadswijk

Vraag naar woningen

Jaarlijkse vraag naar type en prijsklasse totaal							
Woningtype		Prijsklasse	verleden	wens	gemiddeld	Verdeling van de nieuwbouwvraag	
Huur	EGW	< €720,-	13	73	43	6%	
		€720 - €900	28	12	20	3%	
		> €900	34	9	22	3%	
	MGW	< €720,-	111	121	116	16%	
		€720 - €900	72	24	48	7%	
		> €900	24	7	15	2%	
Koop	EGW	< €175.000	15	25	20	3%	
		€175.000 - €250.000	58	56	57	8%	
		€250.000 - €300.000	54	163	108	15%	
		€300.000 - €400.000	26	133	80	11%	
		> €400.000	26	120	73	10%	
	MGW	< €175.000	24	15	19	3%	
		€175.000 - €250.000	31	43	37	5%	
		€250.000 - €300.000	9	40	24	3%	
		€300.000 - €400.000	5	28	16	2%	
		> €400.000	6	23	14	2%	
Totaal			535	892	713	100%	

Er is een jaarlijkse vraag naar ruim 700 nieuwbouwwoningen vanuit de catchment area, waarvan iets minder dan 300 per jaar naar nieuwbouwappartementen

Binnen de vraag naar appartementen:

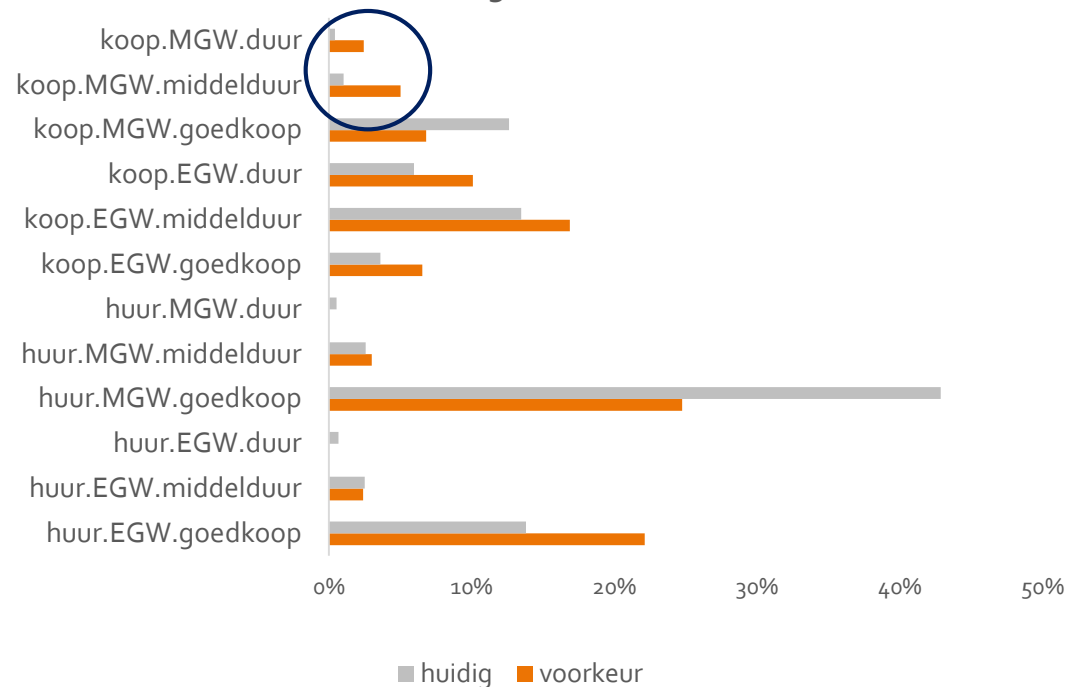
Huur sociaal: ca 110 per jaar, huur vrije sector ca. 65 per jaar

Koop < 250.000 ca. 55 per jaar, koop > 250.000 ook ca. 55 per jaar

Marktdruk huidige voorraad

Om de druk in de bestaande voorraad in beeld te brengen is gekeken naar de huidige en de gewenste situatie van mensen in Vlaardingen. Er lijkt dan een overaanbod te zijn aan goedkope huur en koop appartementen (zie grafiek linksonder). De grafiek rechts laat zien dat er vooral overaanbod is aan goedkope appartementen (MGW) zonder lift, maar dat er wel een tekort is aan appartementen met lift (middeldure en dure koop).

Voorkeur woningsegment verhuiscandidate Vlaardingen (DGOT)



Huidig en voorkeur woningtype verhuiscandidate Vlaardingen (DGOT)



Doelgroep

	binnenstad	levendige stadswijk	rustige stadswijk	luxe stadswijk	woonwijk laag- en hoogbouw	woonwijk laagbouw	luxe woonwijk	dorps	landelijk
klein_hh, 30j, <35k	19%	18%	17%	1%	11%	15%	2%	14%	1%
klein_hh, 30j, 35k-75k	5%	5%	4%	8%	2%	4%	10%	2%	8%
klein_hh, 30j, >75k	0%	0%	0%	2%	0%	0%	2%	0%	0%
klein_hh, 30j-54j, <35k	17%	19%	18%	1%	17%	13%	2%	20%	2%
klein_hh, 30j-54j, 35k-75k	9%	11%	9%	14%	6%	6%	12%	7%	20%
klein_hh, 30j-54j, >75k	1%	1%	1%	6%	0%	1%	4%	1%	3%
gezin, <35k	11%	13%	17%	1%	17%	21%	2%	18%	2%
gezin, 35k-75k	7%	9%	11%	12%	9%	15%	18%	10%	31%
gezin, >75k	6%	5%	3%	39%	2%	6%	37%	4%	17%
klein_hh, 55j-74j, <35k	12%	10%	9%	0%	15%	7%	0%	11%	1%
klein_hh, 55j-74j, 35k-75k	5%	4%	4%	4%	5%	4%	4%	4%	9%
klein_hh, 55j-74j, >75k	3%	2%	1%	9%	1%	1%	7%	1%	3%
klein_hh, 75+j, <35k	5%	3%	5%	0%	13%	5%	0%	6%	0%
klein_hh, 75+j, 35k-75k	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
klein_hh, 75+j, >75k	0%	0%	0%	2%	0%	0%	1%	0%	0%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

De doelgroep met een voorkeur voor de stedelijke woonmilieus Levendige stadswijk en Rustige stadswijk uit de Catchment Area bestaat vooral uit huishoudens met een laag en midden inkomen (tot €75.000), naast kleine huishoudens tot 55 jaar zijn dit ook gezinnen. De vraag naar het woonmilieu Luxe stadswijk bestaat vooral uit kleine huishoudens tussen 30 en 54 jaar, gezinnen en Empty Nester (55-74 jaar) met een midden en hoog inkomen.

Doelgroep

Vraag per productsegment (vragers naar stedelijk wonen)

	Huur						Koop									
	EGW			MGW			EGW					MGW				
	< €720,-	€720 - €900	> €900	< €720,-	€720 - €900	> €900	< €175.000	€175.000 - €250.000	€250.000 - €300.000	€300.000 - €400.000	> €400.000	< €175.000	€175.000 - €250.000	€250.000 - €300.000	€300.000 - €400.000	> €400.000
klein_hh, 30j, <35k	25%	15%	24%	21%	15%	10%	14%	9%	4%	2%	0%	11%	7%	4%	1%	1%
klein_hh, 30j, 35k-75k	1%	8%	9%	1%	7%	3%	13%	16%	16%	11%	5%	9%	9%	10%	3%	6%
klein_hh, 30j, >75k	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	2%	3%	0%	0%	1%	0%	1%
klein_hh, 30j-54j, <35k	22%	5%	4%	26%	6%	2%	9%	4%	2%	1%	0%	14%	7%	2%	1%	1%
klein_hh, 30j-54j, 35k-75k	4%	8%	7%	3%	11%	3%	24%	22%	20%	17%	6%	29%	25%	22%	14%	7%
klein_hh, 30j-54j, >75k	0%	0%	4%	0%	0%	2%	0%	1%	3%	6%	8%	1%	1%	4%	7%	6%
gezin, <35k	27%	18%	7%	16%	9%	5%	10%	6%	4%	2%	1%	5%	6%	2%	1%	1%
gezin, 35k-75k	11%	36%	16%	4%	23%	6%	23%	30%	26%	20%	5%	10%	17%	12%	7%	2%
gezin, >75k	0%	4%	17%	0%	1%	8%	1%	5%	15%	29%	59%	1%	2%	9%	14%	19%
klein_hh, 55j-74j, <35k	7%	1%	1%	18%	4%	6%	1%	1%	0%	0%	0%	4%	3%	2%	2%	1%
klein_hh, 55j-74j, 35k-75k	1%	2%	2%	2%	14%	12%	4%	5%	5%	4%	2%	12%	17%	19%	17%	10%
klein_hh, 55j-74j, >75k	0%	0%	3%	0%	1%	23%	0%	1%	2%	4%	9%	0%	2%	9%	24%	35%
klein_hh, 75+j, <35k	2%	0%	2%	10%	3%	9%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	1%	1%
klein_hh, 75+j, 35k-75k	0%	0%	1%	0%	4%	4%	0%	1%	1%	1%	1%	2%	3%	2%	4%	3%
klein_hh, 75+j, >75k	0%	0%	1%	0%	0%	7%	0%	0%	0%	1%	2%	0%	0%	1%	3%	6%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

De tabel hierboven geeft de verdeling van de vraag per productsegment verdeeld over de doelgroepen. Interessante product-marktcombinaties zijn:

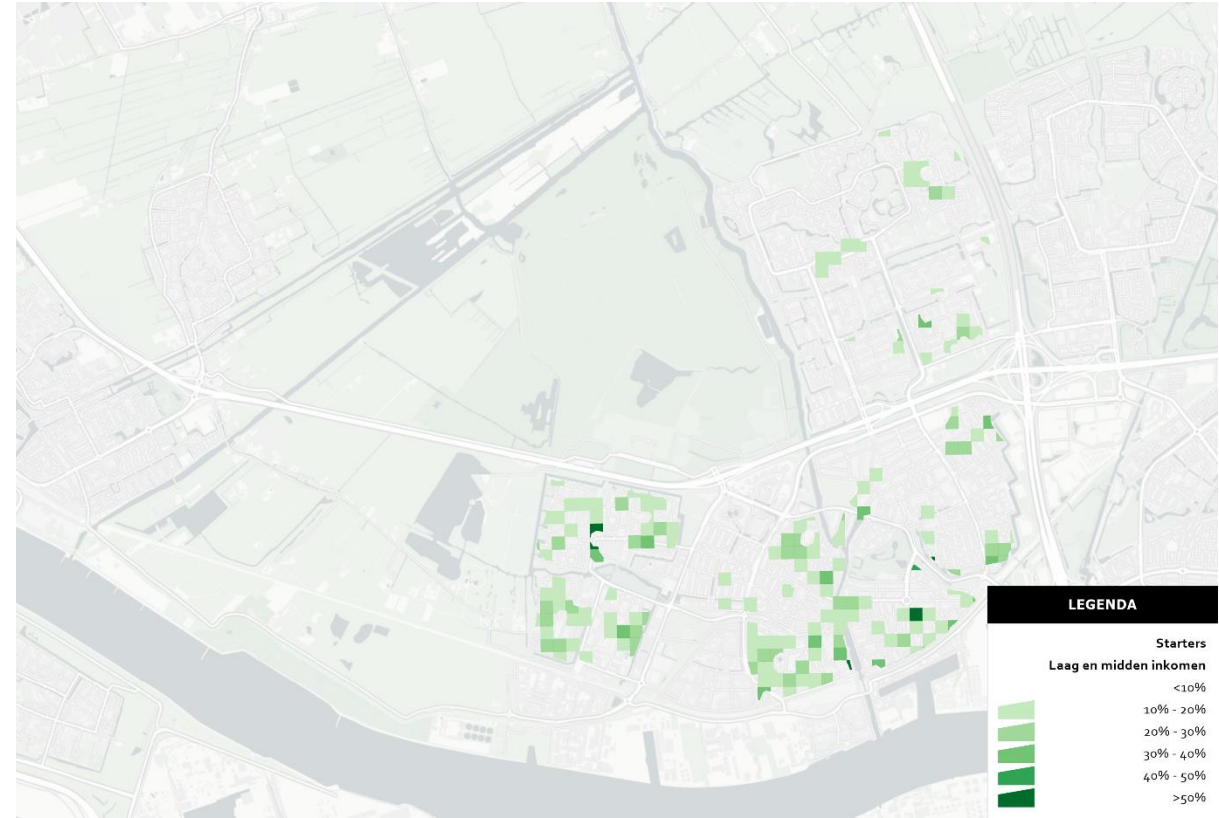
- Betaalbare en middeldure huurappartementen voor starters en werkenden (kleine huishoudens onder 55 jaar) met een laag inkomen
- Middeldure huurappartementen voor werkenden en gezinnen met een midden inkomen
- Dure huurappartementen voor empty nesters en senioren (kleine huishoudens boven 54 jaar) met een midden en hoog inkomen
- Koopappartementen tot 300.000 voor werkenden en empty nesters (kleine huishoudens tussen 30 en 55 jaar) met een midden inkomen
- Koopappartementen boven 300.000 voor empty nesters (kleine huishoudens tussen 55 en 75 jaar) met een hoog inkomen en in mindere mate voor gezinnen, werkenden en senioren met een midden en hoog inkomen.

Product-markt-combinaties

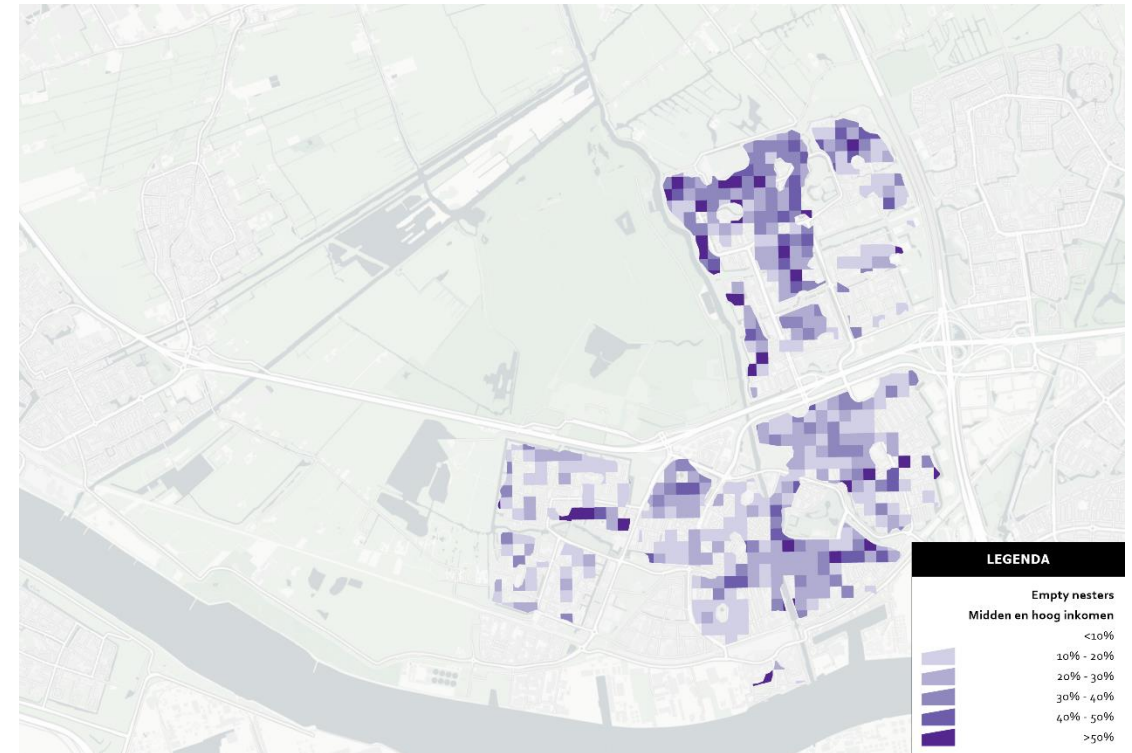
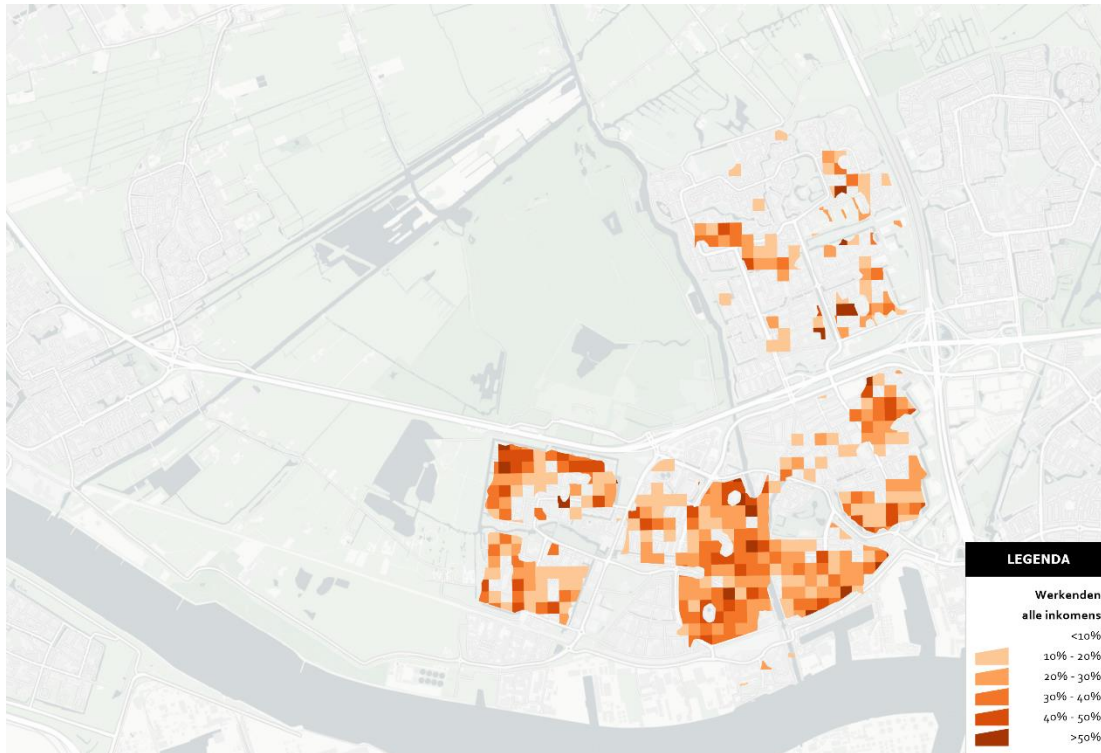
Product	Meest kansrijke doelgroep	
Huurappartementen € 720	A	starters en werkenden (kleine huishoudens onder 55 jaar jaar) met een laag inkomen
Huurappartementen € 720 - 900	B	werkenden (kleine huishoudens 30-54 jaar) met een midden inkomen
	C	gezinnen (alle leeftijden) met een midden inkomen
Huurappartementen > € 900	D	empty nesters (kleine huishoudens 55-74 jaar) met midden en hoog inkomen
Koopappartementen < € 175.000	E	Starters en werkenden (kleine huishoudens onder 55 jaar jaar) met een laag inkomen
Koopappartementen € 175.000 tot €300.000	F	werkenden (kleine huishoudens tussen 30 en 55 jaar) met een midden inkomen
	G	empty nesters (kleine huishoudens tussen 55 en 74 jaar) met een midden inkomen
Koopappartementen > € 300.000	H	werkenden (30-54 jaar) met een hoog inkomen
	I	empty nesters en senioren (kleine huishoudens boven 54 jaar) hoog inkomen
	J	gezinnen met een hoog inkomen
Eengezinswoningen > 300.000	K	gezinnen en werkenden met een hoog inkomen

Doelgroep geografisch

De kaart rechts en de kaarten op de volgende pagina laten zien waar de doelgroepen nu wonen in Vlaardingen. Per 100x100 meter is aangegeven hoe hoog het percentage starters is met een laag en midden inkomen. Hierdoor is te zien waar zich hogere concentraties van deze doelgroep bevinden.

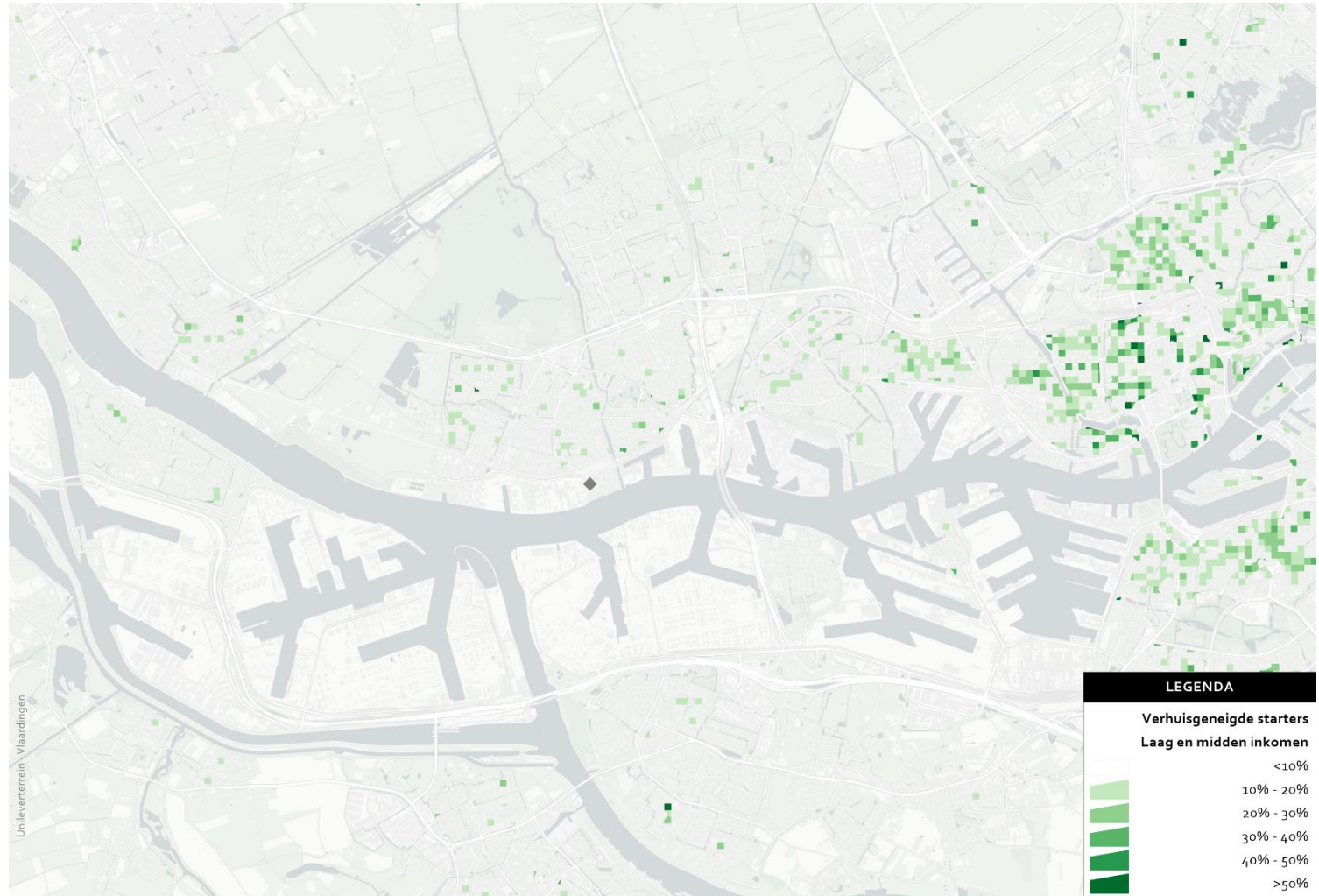


Doelgroep geografisch

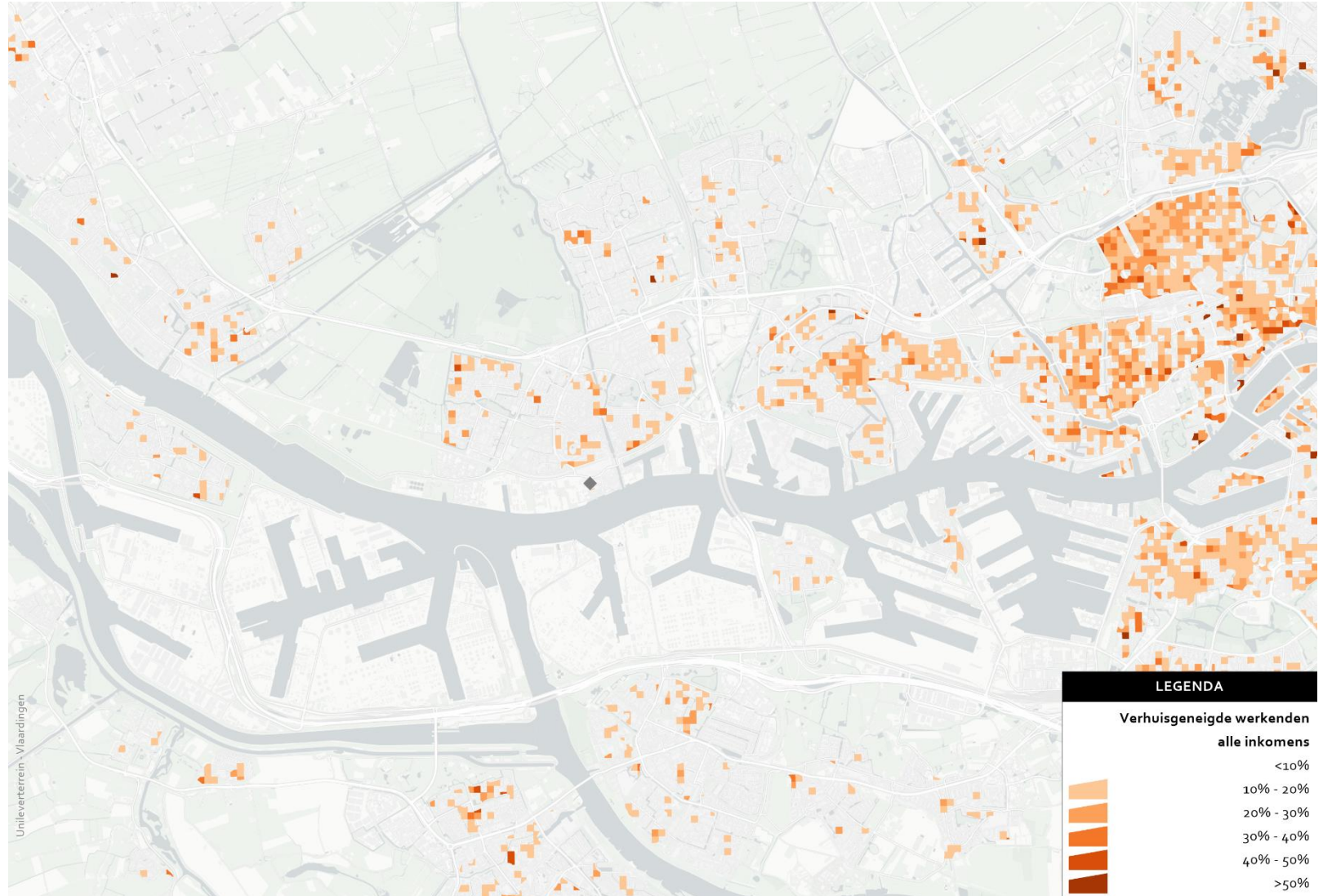


Doelgroep regio

De kaart rechts en de kaarten op de volgende 2 pagina's laten zien waar de doelgroepen nu wonen in de regio. Het gaat om specifiek verhuiscandidate op zoek naar een appartement.

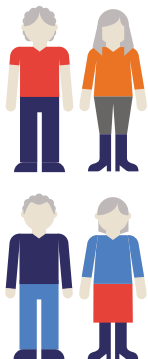


Doelgroep regio



Doelgroep regio



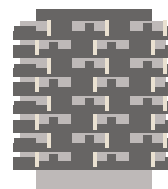


Groep A

- Starters en werkenden, kleine huishoudens onder 55 jaar
- Inkomen < 35.000
- Voorkeur appartement stedelijk woonmilieu
- Huur < €720

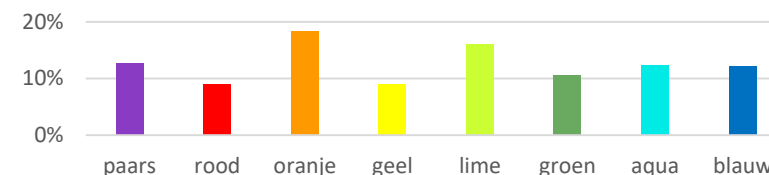
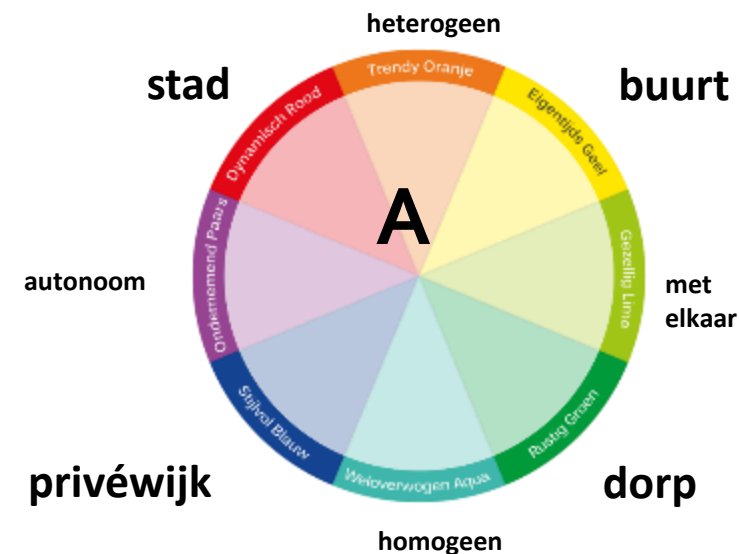
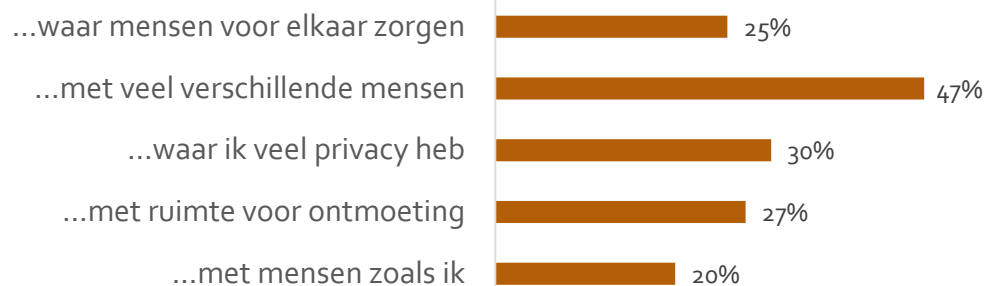
Aantrekkelijke bouwstijlen:

- Historisch
- Traditioneel
- Design

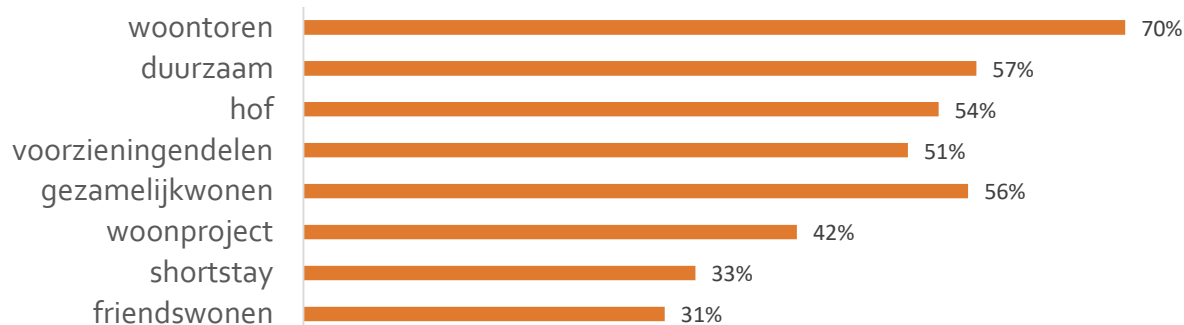


Voorkeur
2 of 3 kamers

Ideale woonbuurt, een buurt ...

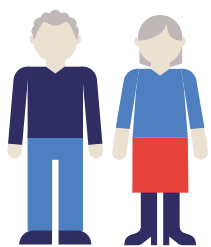


Aantrekkelijke woonconcepten



Belang voorzieningen (lagere waarde is groter belang)



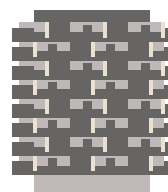


Groep B

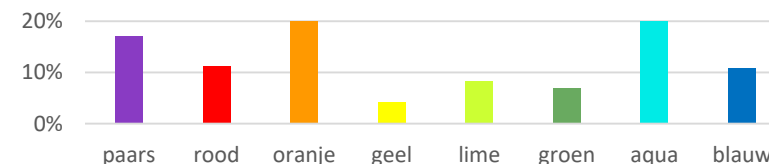
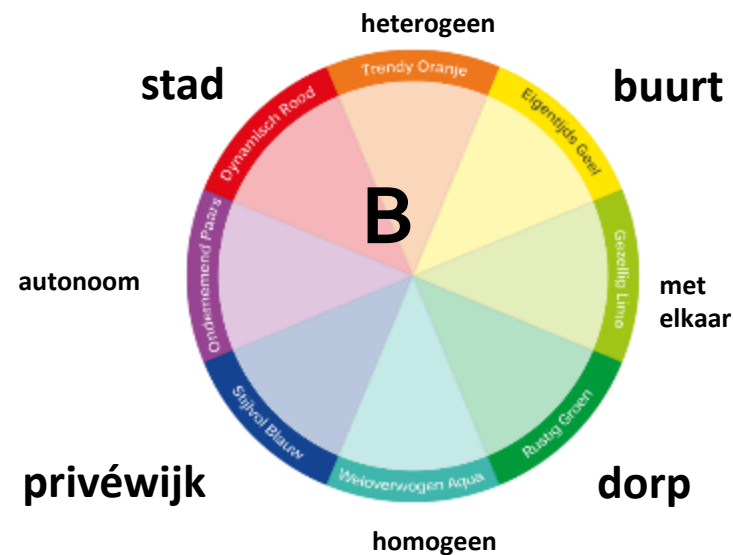
- Werkenden 30-54 jr.
- Inkomen € 35.000 – € 75.000
- Voorkeur appartement in stedelijk woonmilieu
- Huur €720 - € 900

Aantrekkelijke bouwstijlen:

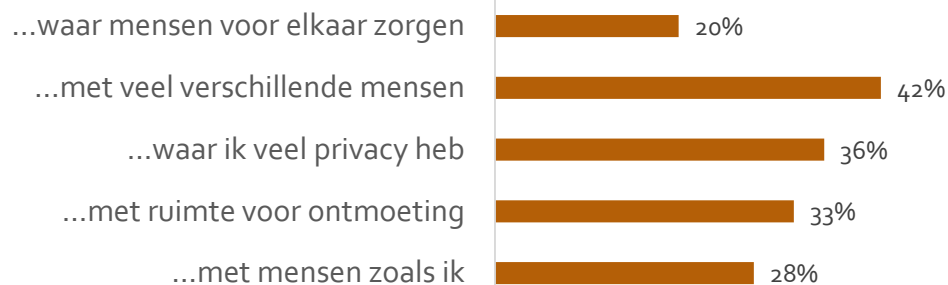
- Design
- Modern
- Industrieel



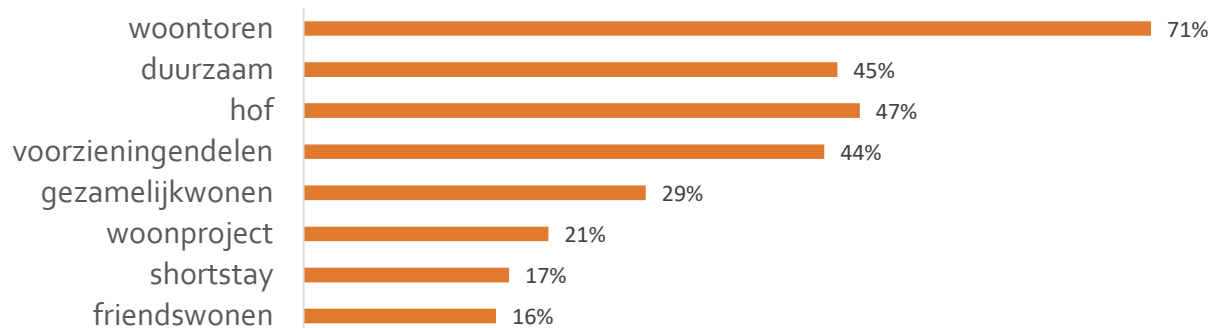
Voorkeur
3 kamers



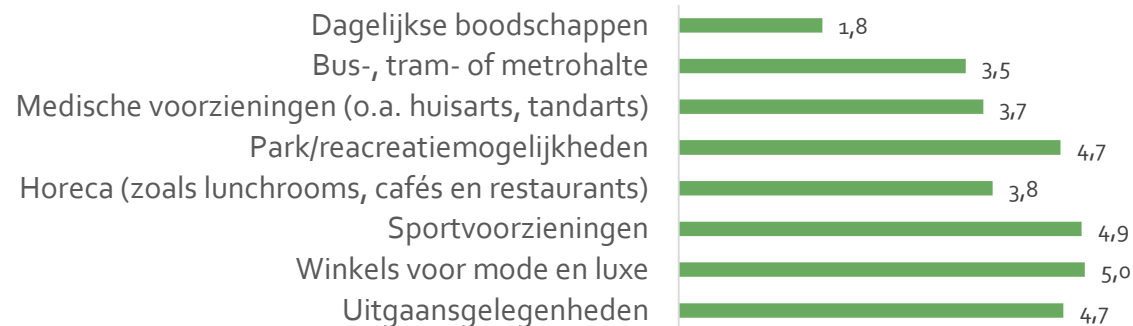
Ideale woonbuurt, een buurt ...

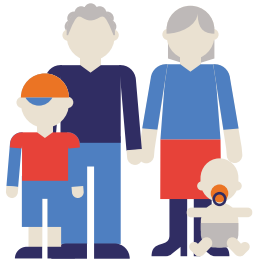


Aantrekkelijke woonconcepten



Belang voorzieningen (lagere waarde is groter belang)



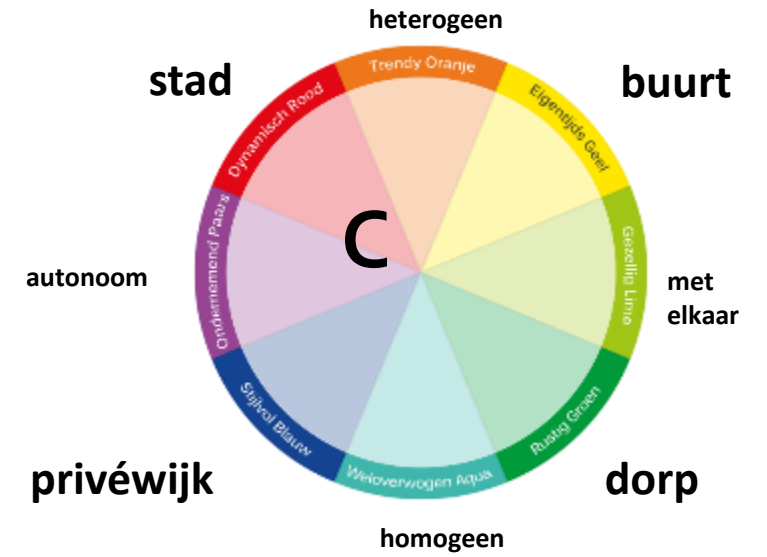


Groep C

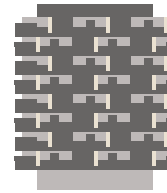
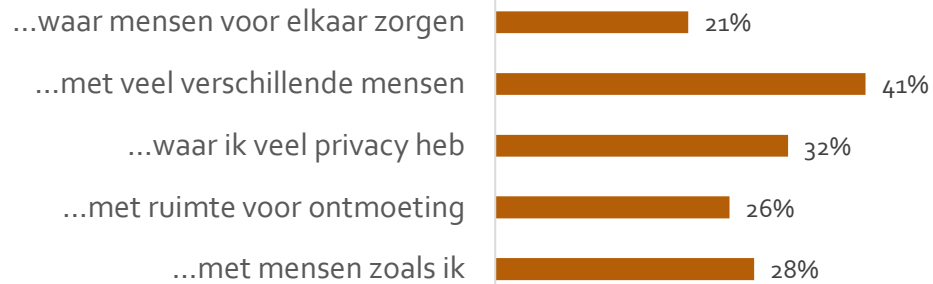
- Gezinnen
- Inkomen €35.000-€75.000
- Voorkeur appartement of stadswoning
- In stedelijk woonmilieu
- Huur €720 - € 900

Aantrekkelijke bouwstijlen:

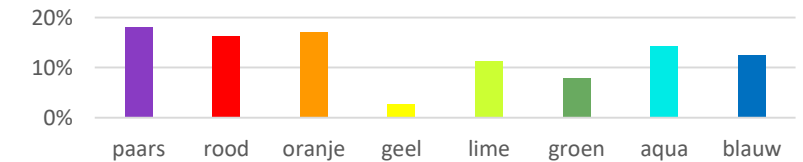
- Design
- Industrieel
- Modern



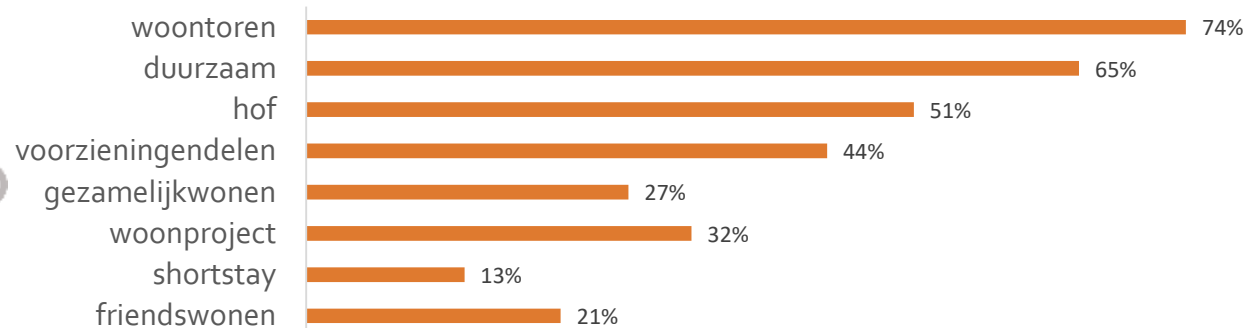
Ideale woonbuurt, een buurt ...



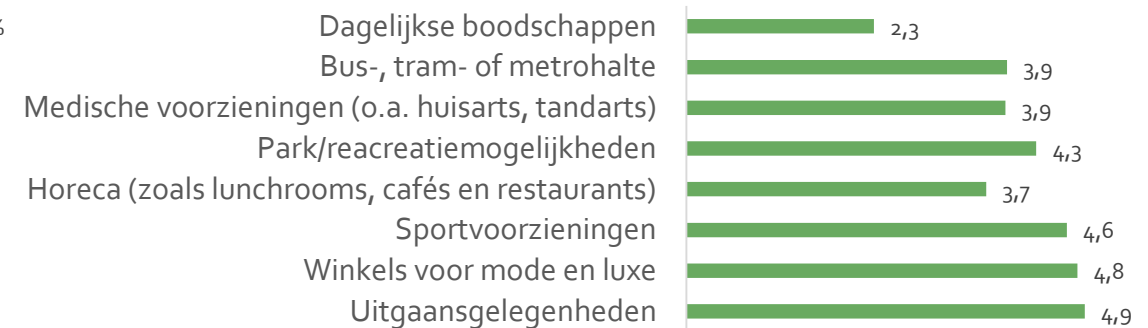
Voorkeur
3 tot 5 kamers

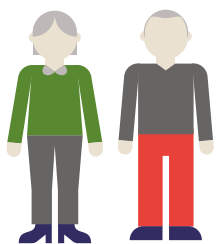


Aantrekkelijke woonconcepten



Belang voorzieningen (lagere waarde is groter belang)



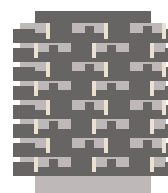


Groep D

- Empty Nesters
- klein huishoudens 55 – 74 jaar
- Inkomen > 75.000
- Voorkeur appartement
- In stedelijk woonmilieu
- Huur > € 900

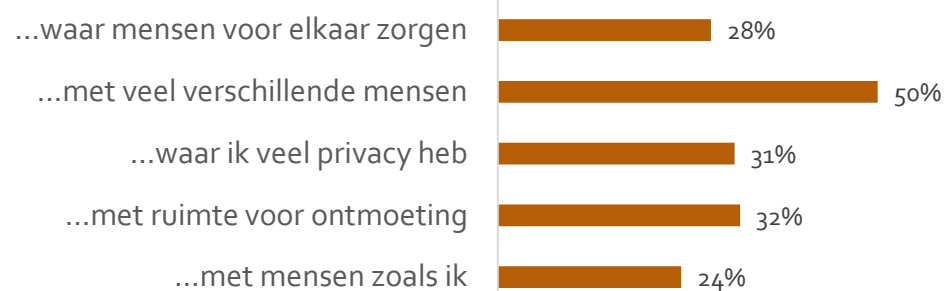
Aantrekkelijke bouwstijlen:

- Klassiek
- Design
- Modern

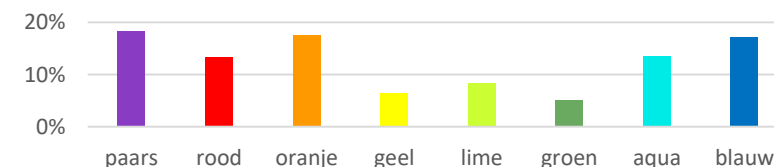
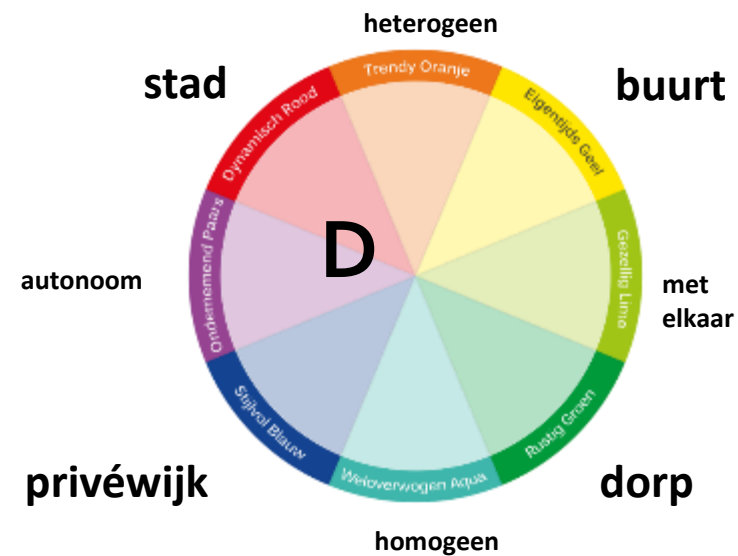
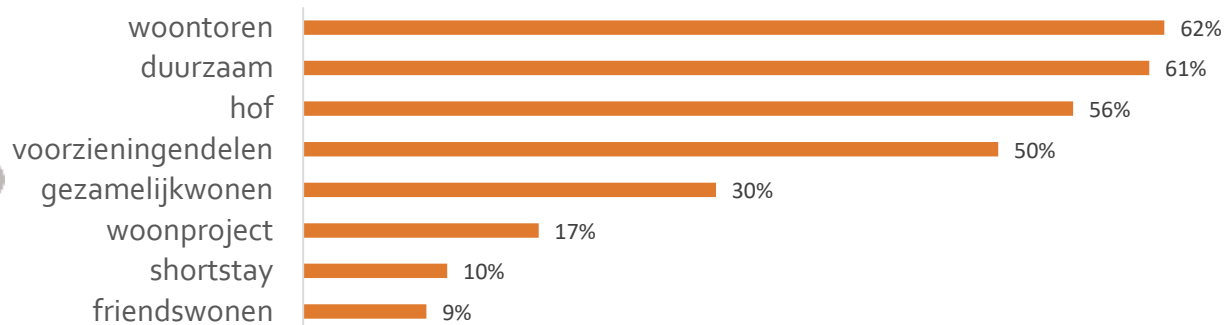


Voorkeur
3 of 4 kamers

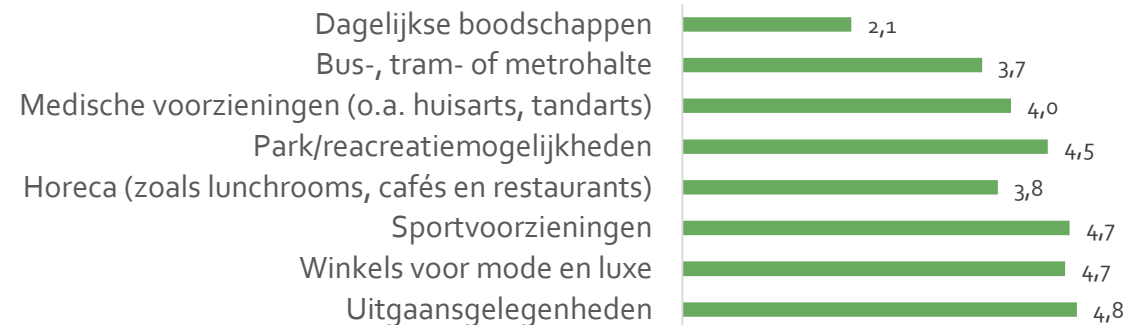
Ideale woonbuurt, een buurt ...

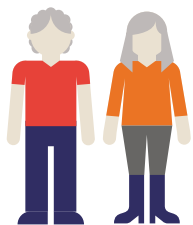


Aantrekkelijke woonconcepten



Belang voorzieningen (lagere waarde is groter belang)



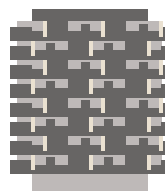


Groep E

- Werkenden, klein huishouden
- 30-54 jr.
- Inkomen € 35.000 - € 75.000
- Koopappartement in stedelijk woonmilieu
- Koop < €300.000

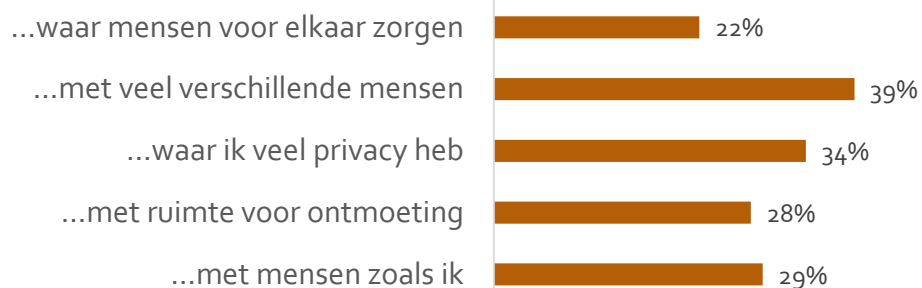
Aantrekkelijke bouwstijlen:

- Design
- Historisch
- Industrieel

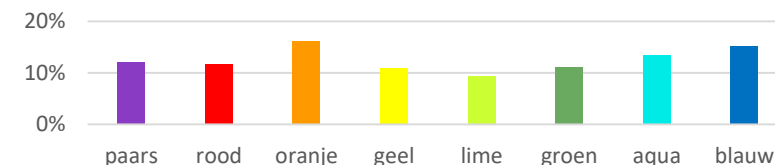
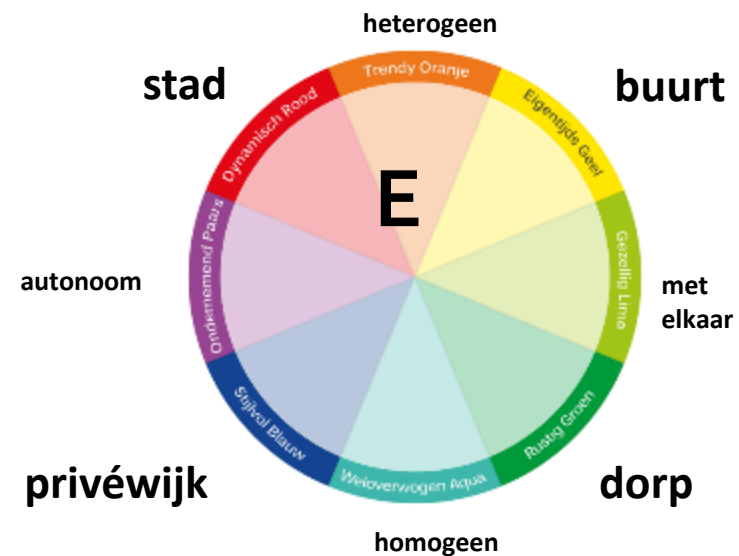
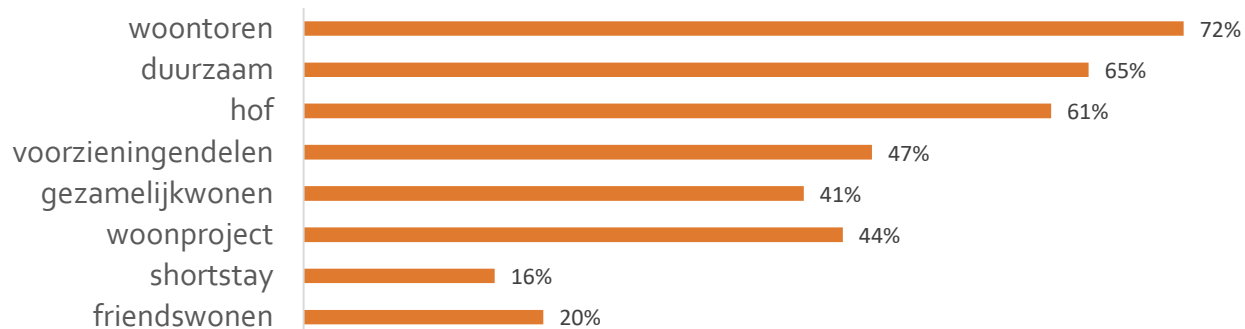


Voorkeur
3 kamers

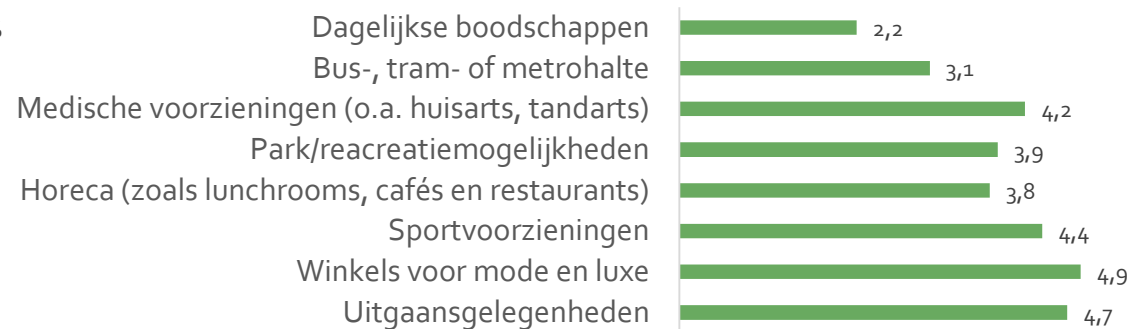
Ideale woonbuurt, een buurt ...

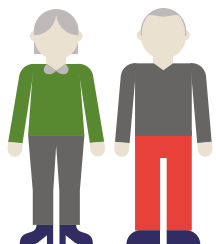


Aantrekkelijke woonconcepten



Belang voorzieningen (lagere waarde is groter belang)



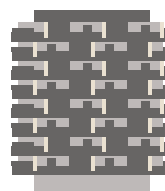


Groep F

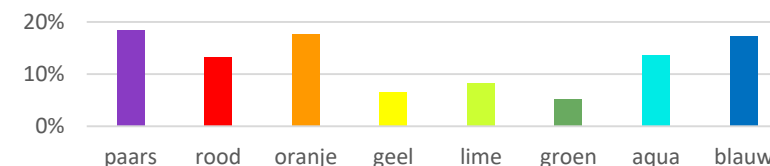
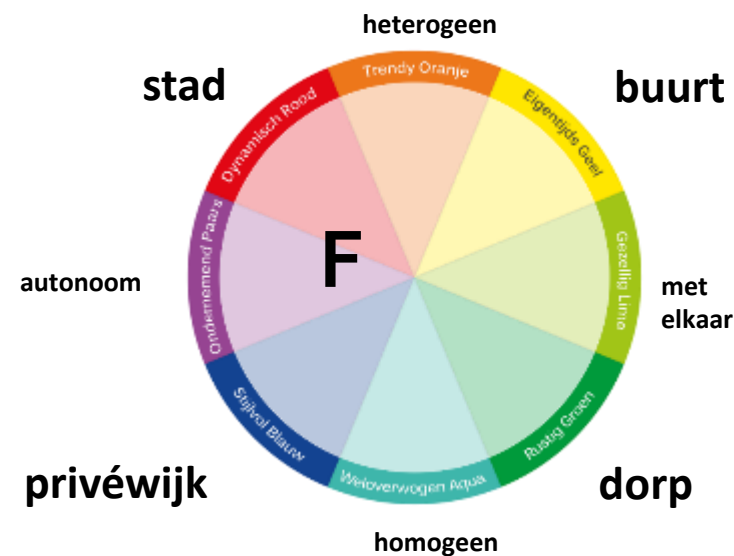
- Empty Nester, klein huishouden 55-74 jr.
- Inkomen € 35.000 - € 75.000
- Koopappartement in stedelijk woonmilieu
- Koop < €300.000

Aantrekkelijke bouwstijlen:

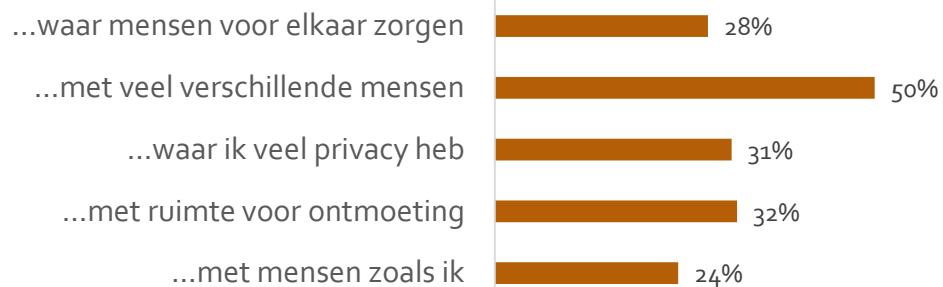
- Design
- Klassiek
- Modern



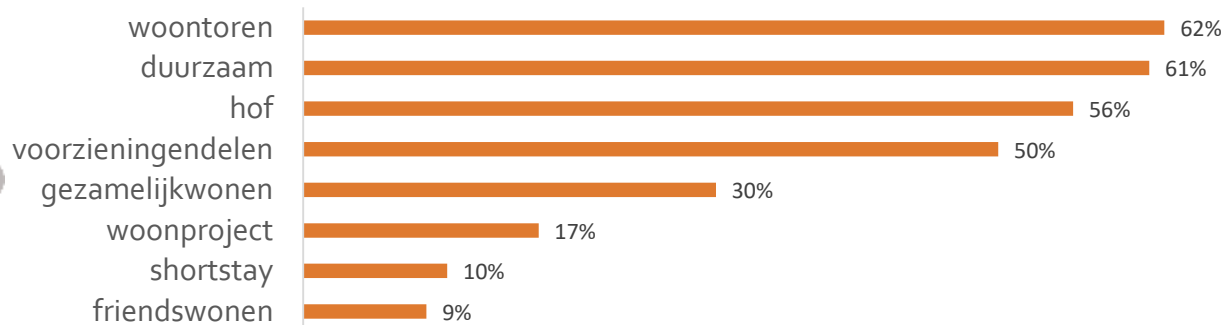
Voorkeur
3 of 4 kamers



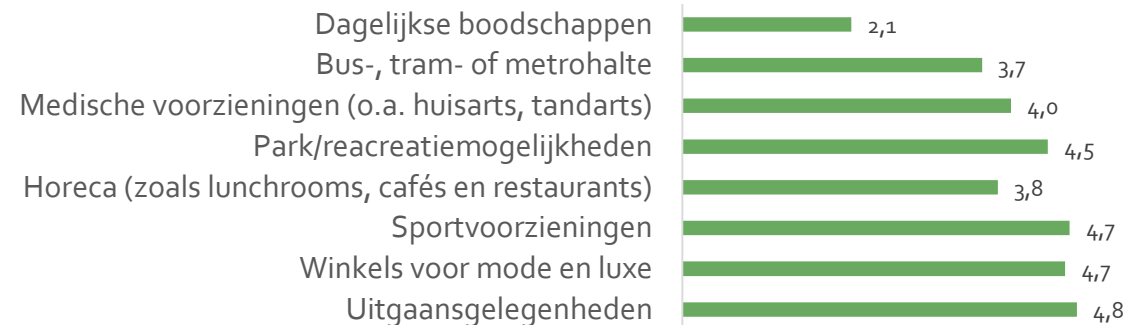
Ideale woonbuurt, een buurt ...

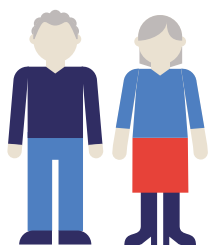


Aantrekkelijke woonconcepten



Belang voorzieningen (lagere waarde is groter belang)



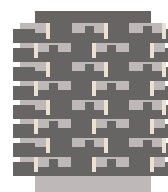


Groep G

- Werkenden 30-54 jr.
- Inkomen > € 75.000
- Voorkeur koopappartement in stedelijk woonmilieu
- Koop > € 300.000

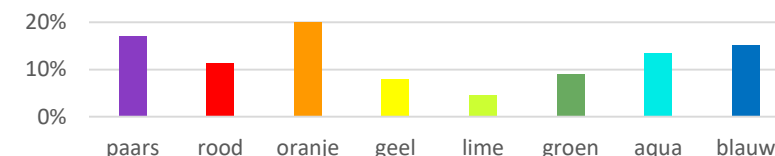
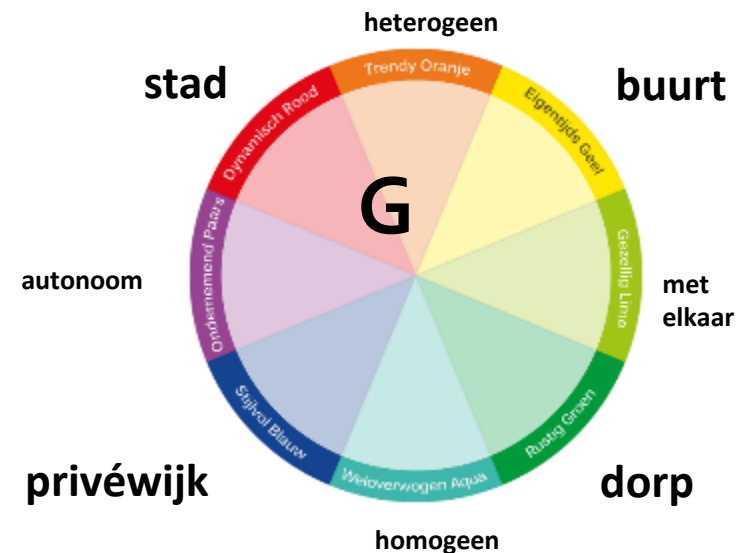
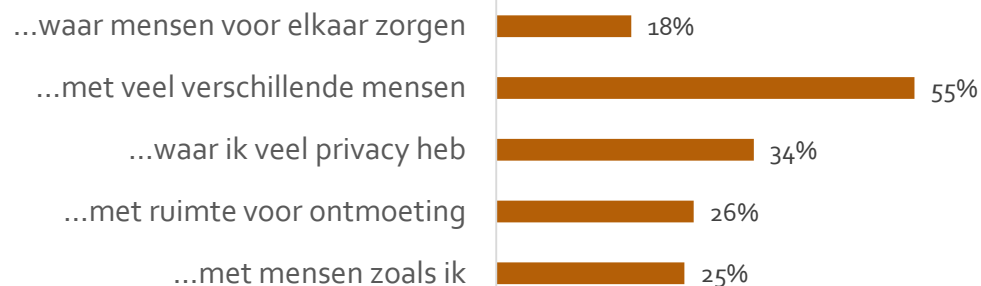
Aantrekkelijke bouwstijlen:

- Design
- Historisch
- Industrieel

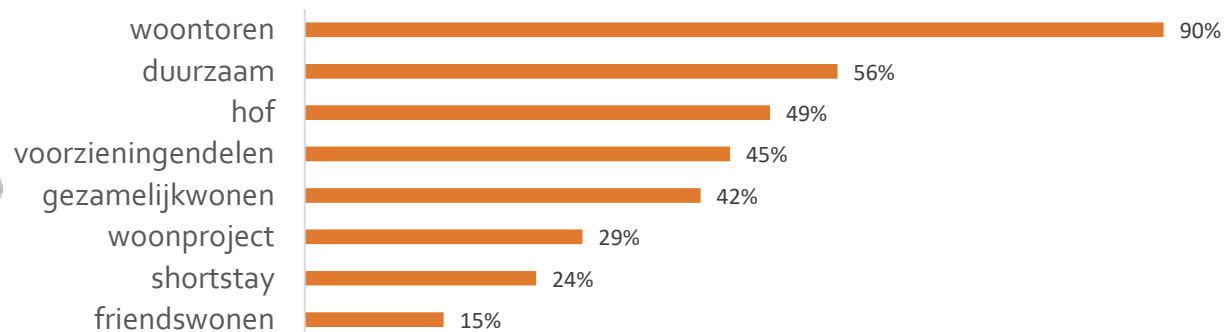


Voorkeur
3 of 4 kamers

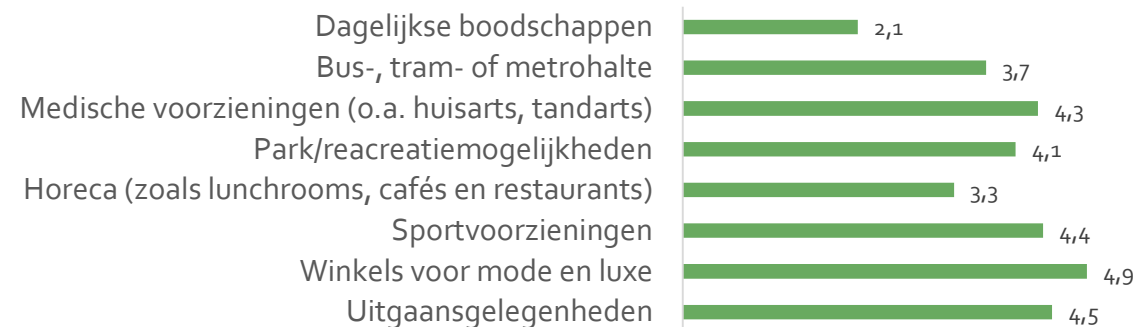
Ideale woonbuurt, een buurt ...

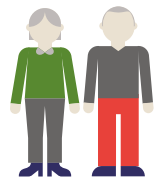


Aantrekkelijke woonconcepten



Belang voorzieningen (lagere waarde is groter belang)





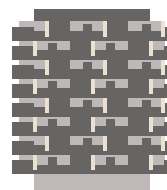
Groep H

- Empty Nesters en Senioren klein huishouden > 54 jaar
- Inkomen > € 75.000
- Voorkeur koopappartement In stedelijk woonmilieu
- Koop > € 300.000

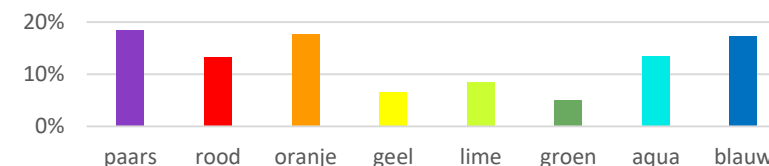
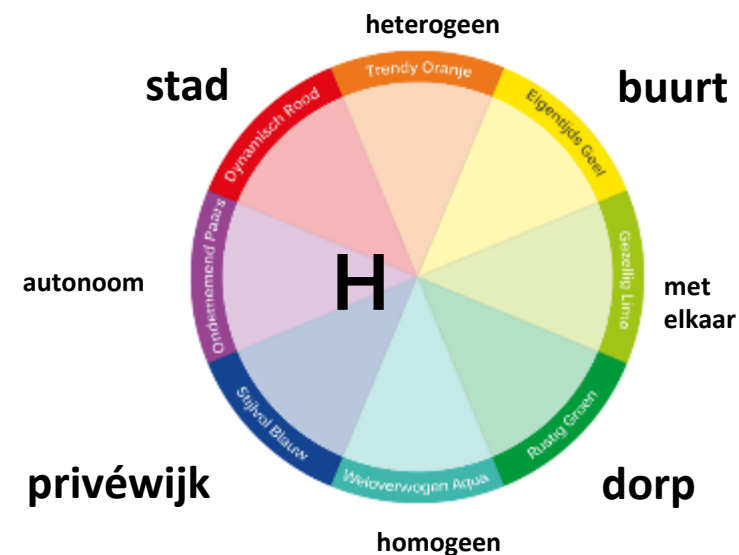


Aantrekkelijke bouwstijlen:

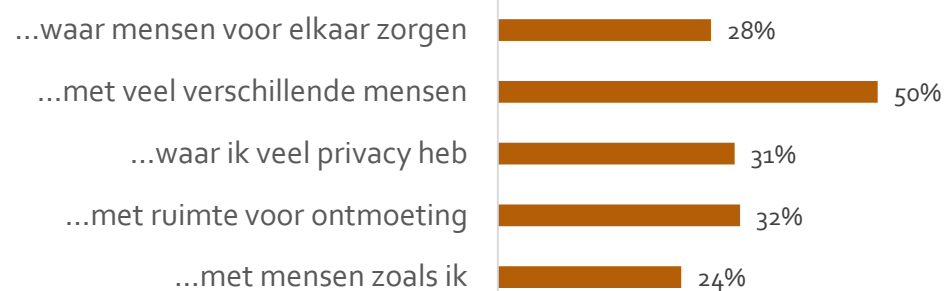
- Design
- Historisch
- Klassiek



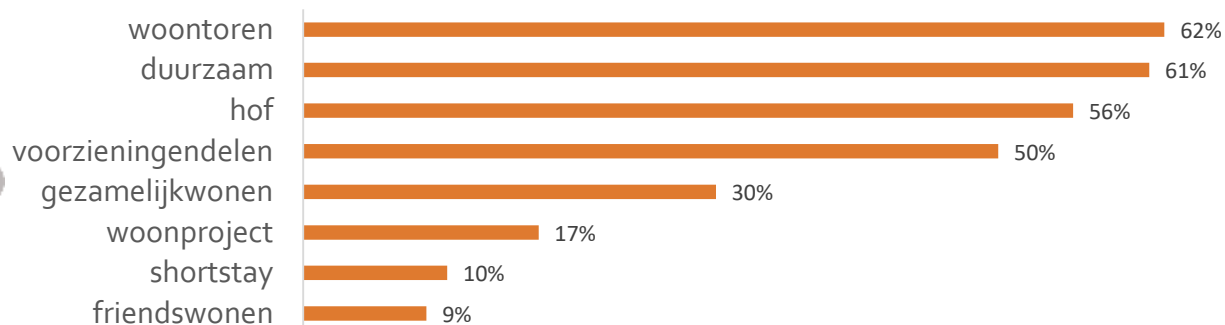
Voorkeur
3 of 4 kamers



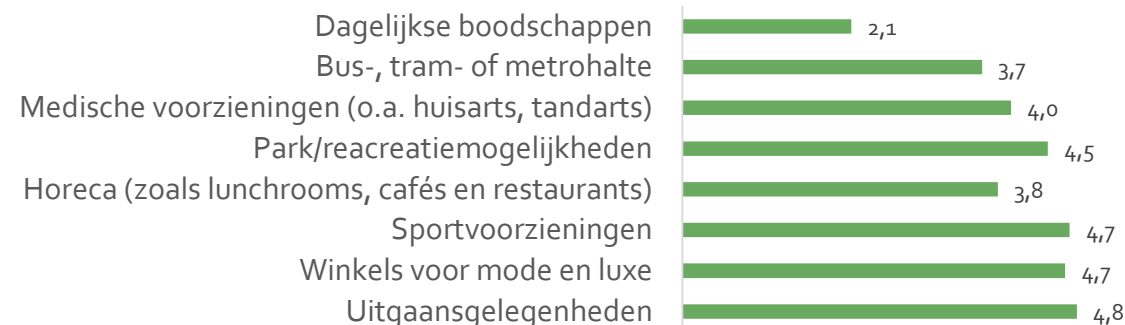
Ideale woonbuurt, een buurt ...

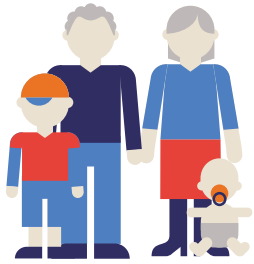


Aantrekkelijke woonconcepten



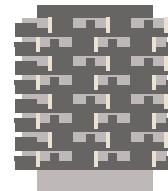
Belang voorzieningen (lagere waarde is groter belang)



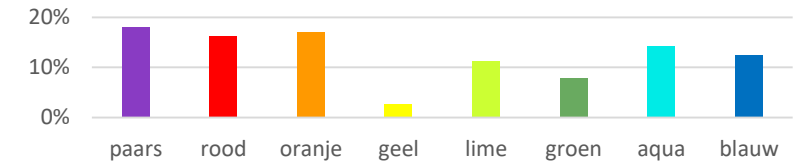
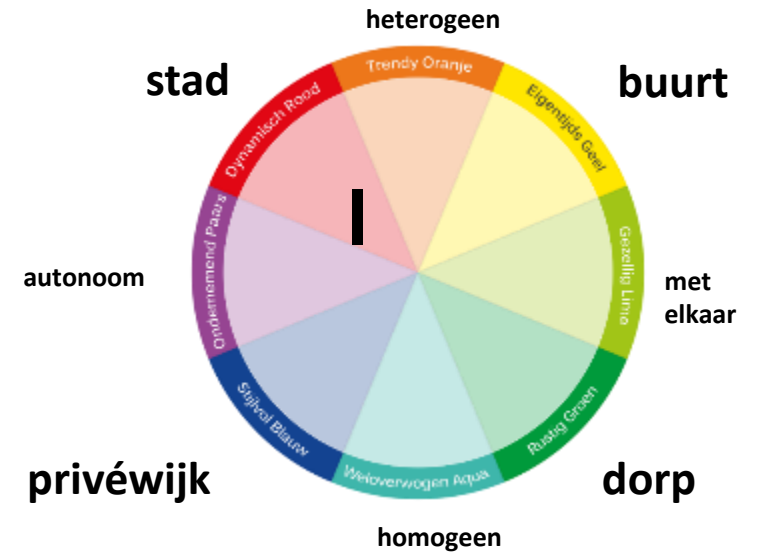


Groep I
 - Gezinnen
 - Inkomen > € 75.000
 - Voorkeur koopappartement of stadswoning
 In stedelijk woonmilieu
 - Koop > € 300.000

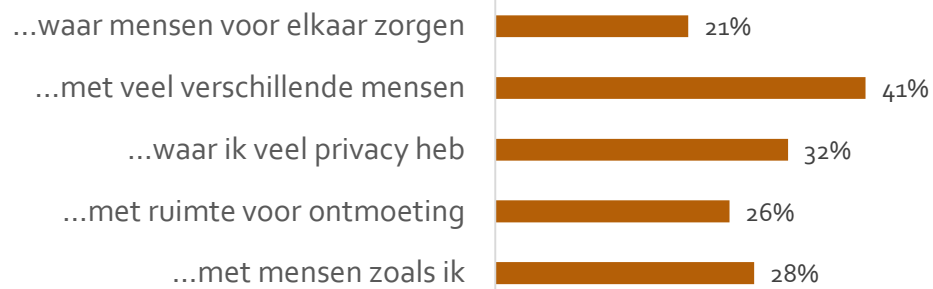
Aantrekkelijke bouwstijlen:
 - Design
 - Industrieel
 - Modern



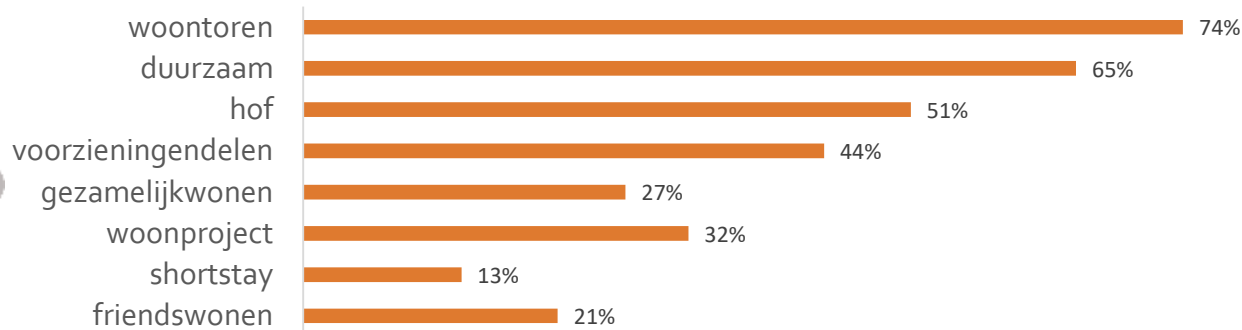
Voorkeur
 3 tot 5 kamers



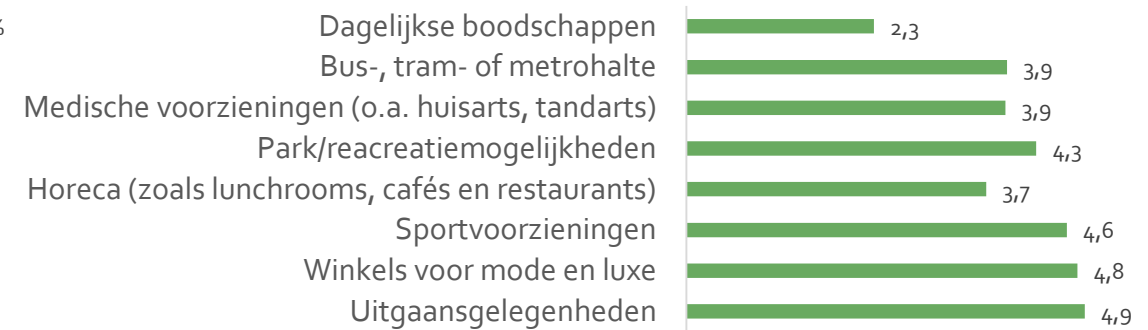
Ideale woonbuurt, een buurt ...



Aantrekkelijke woonconcepten



Belang voorzieningen (lagere waarde is groter belang)





Bijlagen

1. Toelichting woonmilieus
2. Toelichting leefstijlen
3. Effectieve vraagmethode
4. Bouwstijlen foto's bij vraag in enquête DGOT)



Binnenstad

*Deze buurt is gelegen in het centrum van de stad tussen winkels, kantoren en voorzieningen.
Het is druk op straat en er is veel te zien en te beleven.*

Ruimtelijke kenmerken

Bereikbaar met veel modaliteiten
Unieke voorzieningen nabij
24 uur per dag mensen op straat
Mix van bedrijvigheid, winkels en publieke voorzieningen
Veel gestapelde woonvormen
Gebouwd parkeren
Parkeren, plantsoenen en pleinen
Specifieke, markante gebouwen en diversiteit in architectuur
Winkels, werken en wonen
Hoge dichtheid van gebouwen
Bewoners en veel bezoekers op straat
In Nederland alleen in specifieke centrumgebieden in de grote steden

Bewoners

Alleenstaand, hoogopgeleid
Hoge verhuisintentie
Veel sociale stijgers
Groot aandeel huur
Rode leefstijl
Hecht aan O.V., cultuur en uitgaan



Levendige stadswijk

*Deze buurt is gelegen in een levendige omgeving met veel voorzieningen en veel verschillende soorten mensen.
De huizen staan dicht op elkaar, er zijn veel appartementen.*

Ruimtelijke kenmerken

Bereikbaar met veel modaliteiten
Functiemix met groot percentage wonen
Levendige straten, veel voetgangers en fietsers
Veel soorten winkels en bijzondere winkels
Wonen boven winkels
Groot percentage kleine woningen, veel appartementen
Klein percentage heeft een eigen tuin
Vaak vooroorlogse gebouwen
Vaak aaneengesloten gebouwen met een duidelijke rooilijn
Beperkte parkeerruimte in de straat, deels gebouwd parkeren
Pleinen, singels en plantsoenen
Straten, boulevards en avenues
Bewoners en bezoekers op straat
Nabij centrum, grotere stad

Bewoners

Hoog- naast laagopgeleid, jongeren en ouderen
Hoge verhuisintentie
Veel lage inkomens
Hechten aan cultuur, O.V., sport- en speelplaatsen
Rode en gele leefstijl



Rustige stadswijk

Deze buurt ligt in een rustige, groene woonwijk dichtbij het stadscentrum, maar buiten de drukte.

Ruimtelijke kenmerken

Bereikbaar met veel modaliteiten
Op loopafstand van winkelstraat
Rustige straten
Werken aan huis
Veel boven-beneden woningen
Stadswoningen
Kleine privétuin of collectieve tuin/hof
Vaak (omringd door) vooroorlogse bebouwing
Beperkte parkeerruimte in de straat, deels gebouwd parkeren
Pleinen, singels, plantsoenen
Vooral bewoners op straat
Nabij centrum, grotere stad

Bewoners

Mix van hoog- en laagopgeleid
Huur en koop evenredig
Netheid en sociale controle
Lage verhuisintentie, veelal binnen de wijk
O.V., cultuur en kinderopvang van belang
Alle leefstijlen vertegenwoordigd



Luxe stadswijk

Deze buurt ligt in een ruim opgezette, groene stadswijk en heeft veel grotere koopwoningen. De meeste mensen wonen er een beetje op zichzelf, er is veel privacy.

Ruimtelijke kenmerken

Bereikbaar met veel modaliteiten
Groene lanen, historische grachten
(Kantoor)villa's, exclusieve detailhandel: traiteur, galerie, mode
Grachtenpanden of villa's aan het park of aan de plas
Topsegment stedelijk wonen
Wonen op stand; De beste buurt van de stad
Volwassen groen: stadspark, singel, bomenlaan
Woningen op eigen kavel of zeer ruime appartementen op een toplocatie
Privéparkeergelegenheid
Nabij stadscentrum

Bewoners

Veel oudere tweepersoonshuishoudens
Zelfstandigen, in de VUT/AOW
Hoogopgeleid, hoog inkomen
Lage verhuisintentie
Veel koop
Exclusiviteit en luxe, op stand
Water, groen en autobereikbaarheid van belang



Woonwijk laag- en hoogbouw

Deze buurt ligt verder van het stadscentrum vandaan en kent veel appartementengebouwen en veel (openbaar) groen. De buurt heeft vaak een eigen winkelcentrum voor de dagelijkse boodschappen. Met het openbaar vervoer is de centrale stad snel bereikbaar.

Ruimtelijke kenmerken

Bereikbaar met meerdere modaliteiten. Ondanks bereikbaarheid met O.V. vaak auto-georiënteerd
Soms een tram of metro in de buurt, vaak een bus
Wederopbouwijken en Stempelbuurten
Veel appartementen
(Portiek)flats
Veel openbaar groen
Veel verkeersruimte en veel parkeervelden
Winkelcentrum, ziekenhuis, middelbare school in de wijk
Winkels voornamelijk voor eigen gebruik
Met name monofunctioneel
Aan de rand van stad of dorp
Beperkt percentage tuinen
Volwassen groen
Na-oorlogse uitleglocatie
(Nieuw) seniorenmilieu

Bewoners

Alleenstaanden, laag opgeleid, veel huur
Veiligheid van belang, op eigen woning gericht
Groene en gele leefstijl



Woonwijk laagbouw

Deze buurt kenmerkt zich door veel eengezinswoningen en is vaak aan de buitenkant van de stad gelegen. De buurt is rustig en ruim opgezet; kinderen kunnen er goed spelen.

Ruimtelijke kenmerken

Weinig modaliteiten
Auto-georiënteerd
Uitbreidingswijken van dorpen en steden, zoals VINEX-wijken, Groeikernen en Bloemkoolwijken
Winkelcentrum in de wijk
Basisvoorzieningen voor zorg en onderwijs
Aan de rand van de stad
Nabij recreatiegebieden
Veel rijtjeshuizen
Klein percentage appartementen
Parkeren voor de deur of op eigen kavel
Bijna iedereen een tuin
Veel kleinschalig groen
Veelal monofunctioneel
Veel gezinnen

Bewoners

Veel gezinnen, verschillende inkomens
Veel koop
Netheid en sociale controle
Blauwe en gele leefstijl



Luxe woonwijk

Deze ruim opgezette, groene buurt bestaat uit veel vrijstaande en ruime rijwoningen met een hoge mate van privacy. De buurt is vaak gelegen aan water of groen.

Ruimtelijke kenmerken

Topsegment suburbaan
Wonen op stand
Lage dichtheid
Veel groen: lanen, plantsoenen, singels
Bijzondere recreatieve voorzieningen (golfbaan, jachthaven, tennisclub)
Parkeren op eigen kavel
Vrijstaande of zeer ruime rijwoningen
Nabij of goed verbonden met buitengebied
'Gouden randen' van de stad
Villawijken

Bewoners

Veel oudere tweepersoonshuishoudens
Veel autochtonen
Hoog opgeleid, vaak uit het arbeidsproces
Exclusief, luxe wonen, vrij wonen van belang
Groen, water, bereikbaarheid per auto van belang
Veel blauwe leefstijl



Dorps

Deze buurt is echt een eigen buurtje op zichzelf en gelegen in een dorp of stad. Het is rustig en gemoedelijk.

Ruimtelijke kenmerken

Een gegroeid milieu met vaak een historisch karakter of nog bestaande historisch artefact of een suburbane wijk direct verbonden met dit milieu
Stratenpatronen zijn gebaseerd op het onderliggend landschap op historische verbindingen
Diverse architectuur bestaat naast elkaar, wanneer suburbaan dan kan deze wat eenvormiger zijn
Compact
Kleinschalig
Weinig voorzieningen
Oud naast nieuw
Matig bereikbaar
Parkeren voor de deur of geclusterd
Wonen naast bedrijven
Meerdere generaties, ons-kent-ons

Bewoners

Veel oudere bewoners
Veel gezinnen
Relatief hoog inkomen, uit arbeidsproces
Veel koop
Zeer honkvast
Blauwe leefstijl, daarnaast groen



Landelijk

De buurt wordt gekenmerkt door vrijstaande huizen en boerderijen in een rustige, landelijke omgeving. Er is veel privacy. Voorzieningen als winkels en openbaar vervoer bevinden zich op enige afstand.

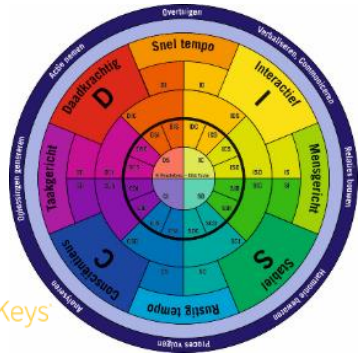
Ruimtelijke kenmerken

Buiten wonen
Vrijstaand
Uitzicht
Omringd door open landschap
Weinig voorzieningen
Relatie met landschap
Een duidelijke relatie met het agrarisch verleden
Ruimte voor hobby
Wonen in het groen
Afgelegen en stil

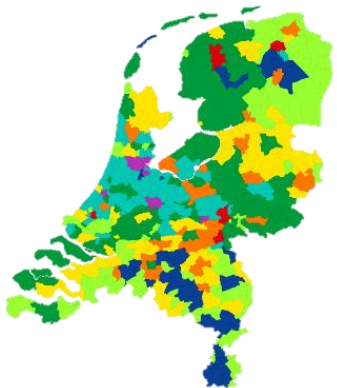
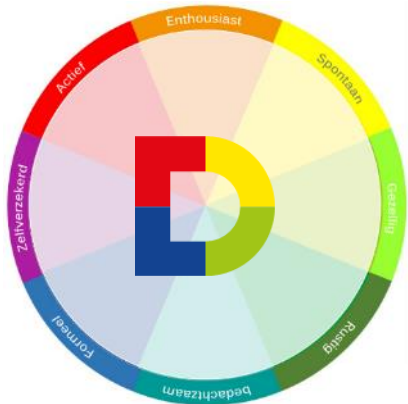
Bewoners

Oudere tweepersoonshuishoudens met hoog inkomen
Focus op wonen, voorzieningen minder van belang
Blauwe leefstijl

De DISC Marketing leefstijl segmentatie

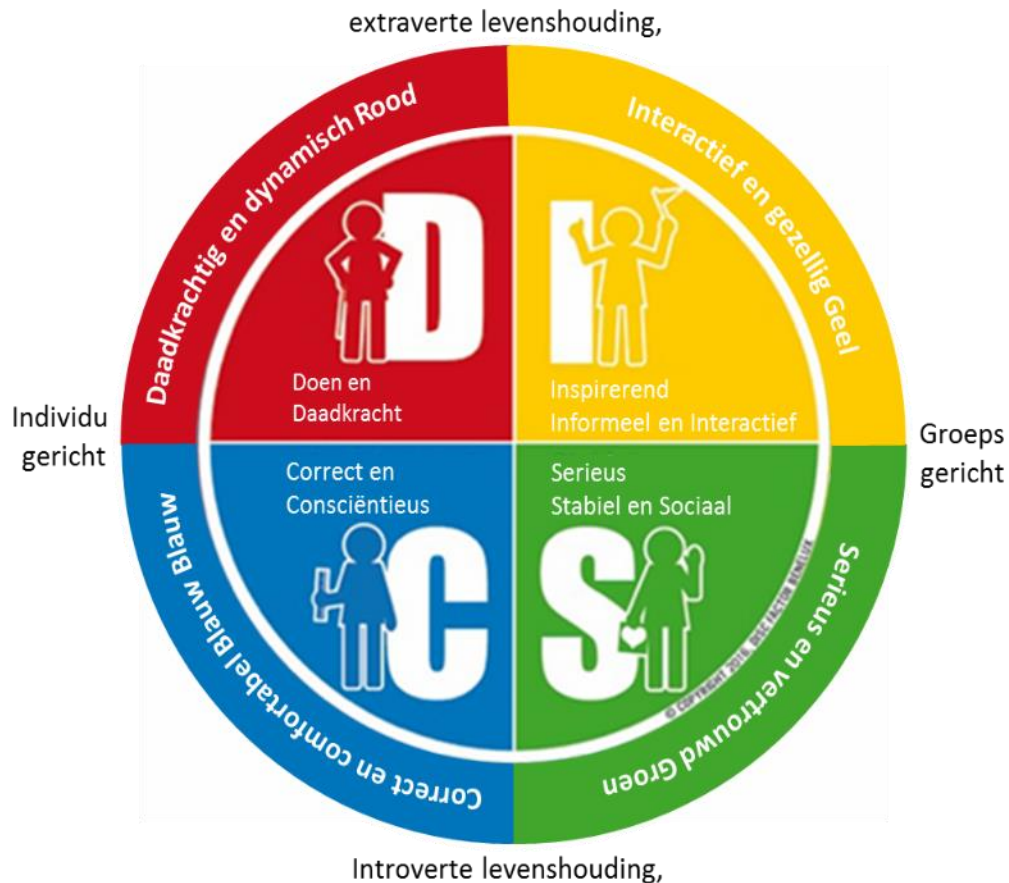


PeopleKeys



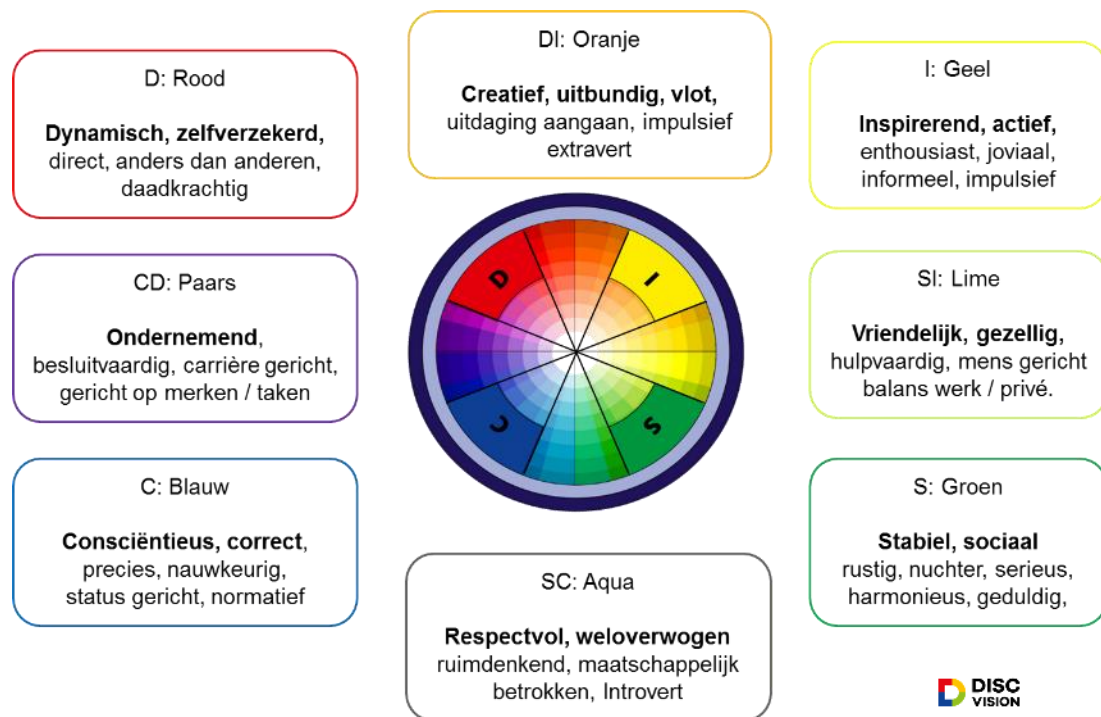
- Het DISC-model is ruim 90 jaar geleden ontwikkeld door William Marston en beschreven in zijn boek 'Emotions of Normal People' uit 1928. Marston was een tijdgenoot van Carl Jung die een basis legde voor het hedendaagse leefstijl onderzoek met het boek 'Psychological Types' (1921).
- De laatste decennia is het model verder ontwikkeld voor HRM toepassingen. Op dit moment maken jaarlijks meer dan één miljoen mensen wereldwijd gebruik van deze wetenschappelijk gevalideerde DISC methode om inzicht te krijgen in hun gedrag- en communicatieprofiel.
- De DISCvision marketing leefstijlsegmentatie is gebaseerd op het sociaal psychologische DISC model van PeopleKeys. De 40 persoonstyperingen uit het hrm model worden daarbij, afhankelijk van het domein, teruggebracht naar 4 – 8 marketing doelgroepen.
- Het DISC model kent verschillende toepassingen:
 - Profileren van verzorgingsgebieden, waar woont de doelgroep consument
 - Verrijking van klant databases met leefstijl informatie (de doelgroepen)
 - Onderzoek naar doelgroepen met de DISC marketing vragenmodule

De leefstijlen in het DISC model



In dit model wordt naar de doelgroep gekeken vanuit een leefstijl en demografisch perspectief. Het DISC model kent 2 assen, waarmee vier kwadranten worden onderscheiden:

- **Stijl (introvert vs. extravert), weergegeven op de Y-as:**
 - Mensen aan de bovenkant houden ervan om vlot te handelen. Zij zijn soms wat impulsief. Kenmerkend is hun extraverte manier van optreden. Dit zijn de 'doeners'.
 - Daartegenover staan mensen die liever iets meer tijd nemen en hun beslissingen rustig overdenken. Kenmerkend is hun meer voorzichtige, serieuze en weloverwogen houding. Dit mensen zijn vaker introvert, hen kunnen we ook typeren als de 'denkers'.
- **Focus (individu- vs. mensgericht), weergegeven op de X-as:**
 - Mensen aan de linkerkant zijn meer op zichzelf gericht. Zij willen het liefst zelf de regie nemen (of houden) en structuur aanbrengen
 - De mensen aan de rechterkant zijn meer gericht op de groep om hun heen. Zij zien een gezamenlijke verantwoordelijkheid, waarin solidariteit en zorg voor elkaar centraal staan.



Op basis van een uitgebreide psychologische test wordt een profiel samengesteld. Vervolgens liggen vele 'harde' profielen ten grondslag aan een postcodesysteem, waarbij op basis van bewonerskenmerken profielen worden bepaald. We onderscheiden 8 kenmerkende profielen, die in het schema met kernwoorden zijn weergegeven.

Rood. Mensen met een rood profiel vinden het prettig om een dynamisch en actief leven te hebben, doelen te stellen en resultaten te behalen. Ze zijn zelfverzekerd, kunnen snel een situatie inschatten en bepalen hoe zij daarop willen reageren.

Oranje. Mensen met een oranje profiel combineren het directe en besluitvaardige van rood met de sociale oriëntatie van de gele groep. Mensen met een oranje profiel zijn energiek en zoeken daarbij vaker ook de samenwerking met anderen. Zij zijn enthousiast en creatief, en kunnen goed "out of the box" denken.

Geel. Mensen met een geel profiel zoeken graag de interactie met anderen. Zij genieten van de sociale contacten met de mensen in de wereld om hun heen. Deze groep is van nature joviaal, enthousiast en optimistisch. Zij staan midden in de maatschappij en hebben vaak een druk sociaal leven. Hun energie werkt aanstekelijk en inspirerend op de mensen om hun heen.

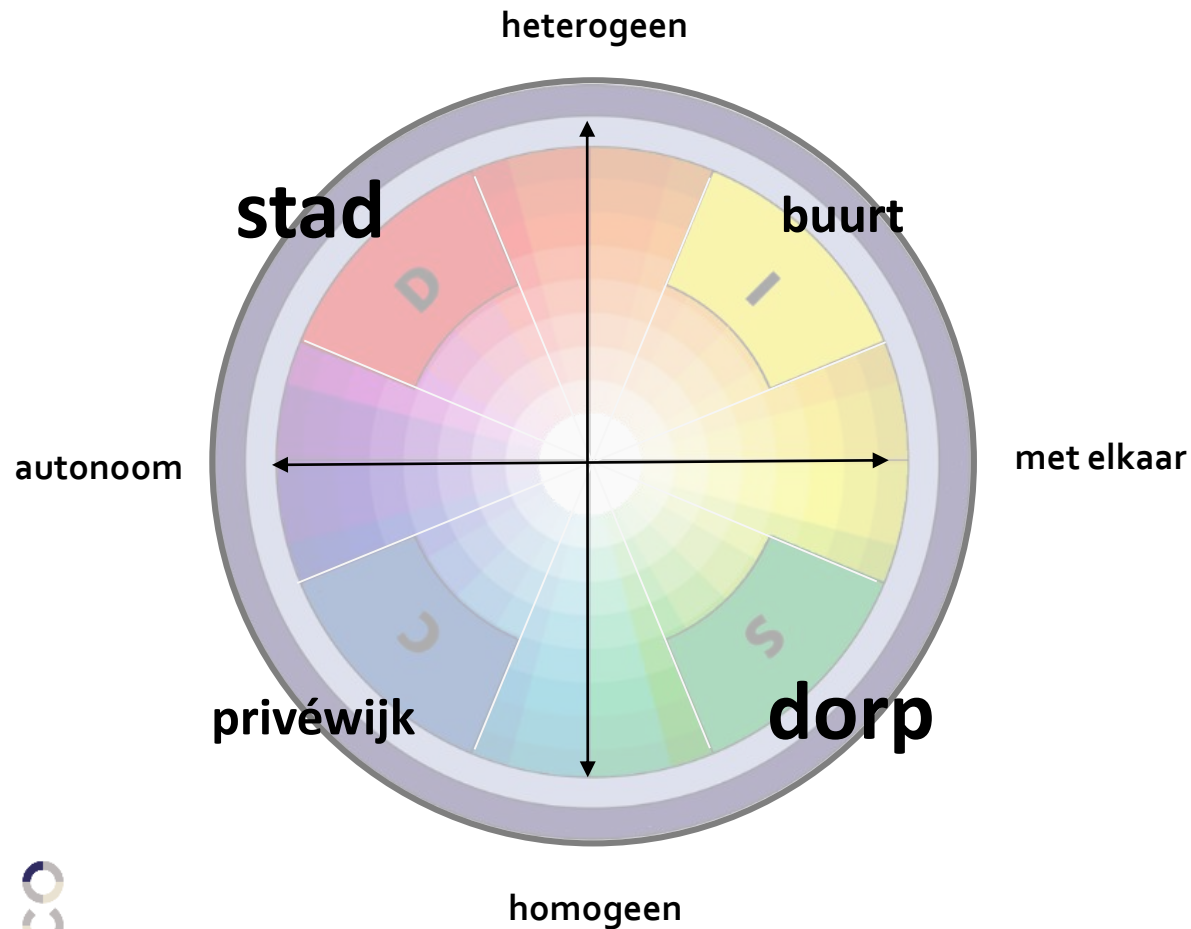
Lime. Mensen met een lime profiel hechten aan goede en langer durende relaties. Zij hebben een goede balans tussen zelfvertrouwen en bescheidenheid. We kunnen hen kenschetsen als vriendelijk, hulpvaardig, ontspannen en hartelijk. Zij hechten aan een goede balans tussen werk en privé en zijn huiselijke en zorgzame familiemensen. Zij zijn praktisch en plichtsgetrouw.

Groen. Mensen met een groen profiel zijn serieus en rustig. Ze treden niet graag op de voorgrond. Zij zijn gehecht aan hun privacy. Ze werken graag planmatig, met duidelijke procedures en bewezen systemen. Trends en nieuwe ontwikkelingen pakken zij op, nadat deze zich ook bewezen hebben. Zij leven graag in een vertrouwde omgeving.

Aqua. Mensen met een aqua profiel kunnen we omschrijven als maatschappelijk betrokken, weloverwogen en ruimdenkend. Deze groep hecht vaak aan historie en traditie, en is gesteld op goede omgangsvormen. Hun betrokkenheid bij de maatschappelijke ontwikkelingen zien we vaak terug in hun inzet in het verenigingswerk, het openbaar bestuur of bij maatschappelijke organisaties.

Blauw. Mensen met een blauw profiel kunnen we het beste omschrijven met de begrippen correct en nauwkeurig. Zij zijn analytisch, zakelijk, ambitieus en gericht op een maatschappelijke carrière. Zij hechten meer dan gemiddeld aan normen en waarden en waarderen het zeer als mensen om hun heen gevoel hebben voor stijl en goede omgangsvormen.

Paars. Mensen met een paars profiel kunnen we omschrijven als ondernemend, besluitvaardig, prestatie gericht en competitief. Zij hebben een duidelijk doel in hun leven. Zij hechten veel waarde aan een goede maatschappelijke positie, maar hebben daarnaast ook een duidelijke drive om vernieuwend bezig te zijn. Dit zien we terug in hun oog voor kunst en design.



Samenleven

We kunnen verschillende thema's beschouwen vanuit het DISC-model. Een van de meest relevante voor de toekomstige stad is de wijze waarop men met de ander wil samenleven. Het gaat hier over de behoefte aan specifieke vormen van community.

Op basis van kwantitatief en kwalitatief onderzoek zien we dat het achterliggende motivationeel zich laat vertalen naar nieuwe dimensies. De eerste dimensie geeft de mate aan waarin je jezelf identificeert met de ander en je gedrag daarop aanpast. De psychologische dimensie vertaalt zich in de behoefte aan heterogeniteit of homogeniteit.

Hier overheen is een diagonale projectie weergegeven van samenlevingsvormen. Deze zijn symbolisch weergegeven met de termen stad – dorp – buurt en privé-wijk. De stad staat voor dynamiek en verrassing. Het dorp staat voor de intieme mini-samenleving. De privé-wijk kent een maximale controle (gedrag, waardebehoud). De buurt staat voor diversiteit. Deze begrippen geven het spanningsveld weer waarbinnen mensen keuzes maken ten aanzien van de wijze waarop zij willen leven.

Overigens moet hier niet uit worden afgeleid dat rood per definitie voor de stad kiest. Stad fungeert hier vooral als metafoor. De stad vormt de biotoop, waarbinnen rood uitstekend z'n eigen werkelijkheid kan maken. Maar pionieren op het platteland hoort eveneens bij deze groep.

Vraaganalyse – methodiek Effectieve vraag



Stap 0: data

Wij beschikken over gedetailleerde gevalideerde data voor elk huishouden en elke woning in Nederland, gebaseerd op 'big data analyse' van diverse bronnen, o.a. ook verhuisdata van 2012-2018.

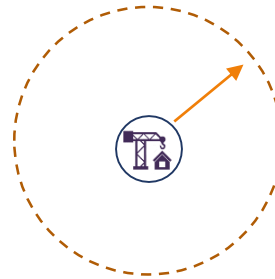
Per huishouden bepalen we een verhuiskans (de kans dat men gaat verhuizen) en een verhuisrichting (de kans naar wat voor woning en naar welk woonmilieu men gaat verhuizen).



Stap 1: selectie brongegevens

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

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



Stap 2: bepaling vraag

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



Stap 3: specificatie vraag

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



Stap 4: specificatie doelgroep

De doelgroep die de Effectieve Vraag uitoefent, is nu bekend. Daarmee kunnen wij ook de achterliggende kenmerken van deze doelgroep uitlezen. Wat zijn de kenmerken?

Bouwstijlen

