



2024

Afstudeeronderzoek Amvest



EEN AFSTUDEERONDERZOEK NAAR
GEWENSTE BUURTVOORZIENINGEN BIJ
KOOP- EN HUURAPPARTEMENTEN IN G40-
STEDEN VOOR VERSCHILLENDE
KLANTSEGMENTEN

STAGAIR: OLIVER JONGBLOED PRAKTIJKBEGELEIDERS: BART LOUW EN
JEFFREY BOEREBACH SCHOOLBEGELEIDER: SANDER DE GROOT

Afstudeeronderzoek Amvest

Bedrijf:

Amvest Management BV – Vastgoedontwikkeling & Investment Management
Zeeburgerkade 1184, 1019 VK Amsterdam

Praktijkbegeleider 1:

Drs. Bart Louw
Manager Strategy & Research
blouw@amvest.nl
+31 610979067

Praktijkbegeleider 2:

Jeffrey Boerebach
Strategy & Research
jboerebach@amvest.nl
+31 613441483

Afstudeerder:

Oliver Jongbloed
Lichtenvoordsestraatweg 80 te 7121 RD Aalten
Vastgoedkunde
484795
484795@student.saxion.nl
+31615451172

Opleiding:

Vastgoedkunde
Saxion Hogeschool
Enschede

Publicatie:

19-04-2024

Versienummer:

Versie 2

Voorwoord

Voor de afronding van mijn studie Vastgoedkunde, gevolgd aan de Hogeschool Saxion in Enschede, heb ik een afstudeeronderzoek uitgevoerd. Het onderzoek heeft als uitkomst dit rapport waarin de gewenste buurtvoorzieningen bij koop- en huurappartementen in de G40 voor verschillende klantsegmenten zijn onderzocht. Hier is een conceptueel voorzieningsmodel uitgekomen om de gewenste buurtvoorzieningen en afstand tot buurtvoorzieningen in beeld te krijgen. Met het model is geprobeerd inzichtelijk te maken welke buurtvoorzieningen voor verschillende klantsegmenten ontwikkeld kunnen worden om bij te dragen aan de leefbaarheid van woongebieden en bewonerstevredenheid te vergroten.

De kans om dit onderzoek uit te voeren met de benodigde middelen zijn mij gegeven door praktijkbegeleiders Bart Louw en Jeffrey Boerebach van de afdeling Strategy & Research bij Amvest Management BV – Vastgoedontwikkeling & Investment Management. Bedankt voor de leerzame momenten, de feedbackgesprekken, de nieuwe inzichten en de rondleiding in het werkveld. Daarnaast wil ik ook schoolbegeleider Sander de Groot bedanken voor de feedback op de hoofdstukken in dit onderzoek en het sturen in de goede richting qua inhoud en structuur.

Verder wil ik iedereen graag bedanken die heeft bijgedragen aan mijn onderzoek. In het bijzonder mijn vriendin voor de taalkundige hulp, feedback en studiesessies samen, mijn vader voor de financiële middelen om wekelijks naar Amsterdam af en aan te reizen en mijn schoonfamilie voor het verblijf in het westen.

Veel leesplezier toegewenst!

Oliver Jongbloed

Amsterdam, April 2024

Samenvatting

In opdracht van vastgoedinvesteerder en ontwikkelaar Amvest is onderzoek gedaan naar de gewenste buurtvoorzieningen van verschillende klantsegmenten in koop- of huurappartementen binnen de G40. Op dit moment is Amvest bezig met ecologische en sociale doelstellingen om toekomstbestendige, groene en kwalitatief goede woningen en woongebieden te ontwikkelen. Amvest wil meer inzicht krijgen in welke voorzieningen een plek moeten krijgen in gebiedsontwikkelingen voor verschillende klantsegmenten. Dit om bij te dragen aan de leefbaarheid van woonwijken en de tevredenheid van bewoners te bevorderen.

De probleemstelling van dit onderzoek draait om het opstellen van een conceptueel voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor vastgoedontwikkelaars, waarbij gekeken wordt naar verschillende klantsegmenten. In dit model worden onafhankelijke en afhankelijke variabelen in een oorzaak-gevolgrelatie visueel weergegeven. De wens naar een voorziening (afhankelijke variabele) is afhankelijk van het klantsegment dat woont in een koop- of huurappartement met verschillende prijzen in de G40 (onafhankelijke variabelen). Om deze probleemstelling te beantwoorden zijn vijf deelvragen opgesteld. De eerste drie deelvragen dienen als theoretische dataverzameling, terwijl de vierde en vijfde de praktijk toetsen. Ten slotte omvat het laatste hoofdstuk een analyse met een conclusie, reflectie en aanbeveling.

De methodologie omvat zowel theoretische dataverzameling als praktijktoetsing. De theorie definieert kernbegrippen, zoals vastgoedontwikkelaars, G40, appartementen, buurtvoorzieningen, voorzieningsaspecten en klantsegmentatie. Aan de hand van deze kernbegrippen is het conceptuele model ontworpen. De praktijk toetst de afbakeningen, methodieken en meetbare variabelen uit de theorie door middel van interviews met experts. Uit deze interviews is feedback verzameld om aanpassingen toe te passen op het model. Hieruit is een aangepast model voortgekomen dat vervolgens in de praktijk is toegepast door middel van enquêtes onder Nederlandse huishoudens. Deze enquêtes hebben datagegevens gegenereerd om het model te vullen met waarden.

De bevindingen uit de theorie en praktijk hebben het definitieve conceptuele voorzieningsmodel opgesteld. Het model stelt eerst de voorwaarde dat een respondent woonachtig is in een koop- of huurappartement in de G40. Vervolgens wordt de respondent gesegmenteerd op basis van klantsegmenten die passen bij hun leef- en woonsituatie. Daarna worden ze verder gesegmenteerd op basis van koop- en huurprijsssegmenten. Na de segmentatiereeks worden de gewenste buurtvoorzieningen met de bijbehorende maximale afstand weergegeven. De wens naar buurtvoorzieningen zijn geschaald op punten van 0 tot 100 en de gewenste afstand in groepen in meters.

De data uit de praktijktoepassing bleek na de analyse vergelijkbaar voor alle segmenten en criteria. De buurtvoorzieningen die bij alle data sets het meest gewenst en tevens het dichtstbij moeten liggen zijn:

1. Reguliere supermarkten met 26 punten gemiddeld op een afstand tussen de 250 en 750 meter.
2. Openbaar vervoer met 12 punten gemiddeld op een afstand tussen de 250 tot 500 meter.
3. Levensmiddelen speciaalzaken met 12 punten gemiddeld op een afstand tussen de 250 en 750 meter.
4. Huisartsenpraktijken met 11 punten gemiddeld op een afstand tussen de 250 en 750 meter.
5. Gemakswinkels met 11 punten gemiddeld op een afstand tussen de 250 en 750 meter.
6. Persoonlijke verzorging met 11 punten gemiddeld op een afstand tussen de 500 en 750 meter.

De minder gewenste voorzieningen over alle data sets zijn fysiotherapie, tandarts, overige zorg, kinderopvang, basisonderwijs, sportvoorzieningen, semi-openbaar groen en culturele voorzieningen met punten tussen de 4,5 en 6,5 gemiddeld.

Dit model met waarden kan door vastgoedontwikkelaars worden gebruikt om bij huidige en toekomstige ontwikkelingen te bepalen welke voorzieningen gewenst zijn. Wanneer een ontwikkeling plaatsvindt kan opgezocht worden, na segmentering van klant en prijs, welke buurtvoorzieningen op de betreffende locaties gewenst zijn. Dit om de keuze bij gebiedsontwikkeling aan de hand van dit model te kunnen onderbouwen en daarmee bij te dragen aan de leefbaarheid van woongebieden en de tevredenheid van bewoners. De aanbeveling die op dit onderzoek wordt gedaan is om nader te onderzoeken hoe de gewenste buurtvoorzieningen en de gewenste afstand hieraan bijdragen. Dit om met zekerheid te kunnen zeggen dat een bepaalde gewenste voorziening ook daadwerkelijk ontwikkeld moet worden. Daarnaast doet dit onderzoek alleen een uitspraak over appartementen in de G40. Deze aspecten kunnen worden uitgebreid in een vervolgonderzoek.

Inhoud

Voorwoord	2
Samenvatting.....	3
1. Inleiding	7
1.1 Probleemomschrijving	7
1.1.1 Aanleiding	7
1.1.2 Probleemanalyse	9
1.1.3 Doelstellingen, probleemstelling en deelvragen	10
1.1.4 Onderzoeksmodel.....	11
1.2 Onderzoeksopzet	13
1.2.1 Onderzoeksaanpak	13
1.2.2 Kwaliteit van onderzoek	15
1.2.3 Leeswijzer	16
2. Vastgoedontwikkeling van appartementen in de G40.....	18
2.1 De vastgoedontwikkelaar.....	18
2.1.1 Werkzaamheden van vastgoedontwikkelaars.....	18
2.1.2 Soorten ontwikkelaars	19
2.2 De G40.....	19
2.2.1 Het G40-stedennetwerk	19
2.2.2 Afbakening G40 voor het onderzoek	20
2.3 Appartementen.....	21
2.3.1 Woningvoorraad.....	21
2.3.2 Woningsegmenten	22
2.3.3 Koop- en huurappartementen.....	23
2.4 Deelconclusie	25
3. Aspecten van buurtvoorzieningen voor klantsegmenten	26
3.1 Aspecten van buurtvoorzieningen.....	26
3.1.1 Samengestelde lijst aan voorzieningen	26
3.1.2 Aspecten van voorzieningen	30
3.1.3 Buurtvoorzieningen en voorzieningsaspecten	31
3.2 Klantsegmentatie.....	33
3.2.1 Klantsegmentatie methode.....	33
3.2.2 Whize klantsegmentering	34
3.3 Deelconclusie	37
4. Het conceptuele voorzieningsmodel.....	38
4.1 Combineren van de theorie	38
4.1.1 Afbakeningen van vastgoedontwikkelaars, G40 en koop- en huurappartementen.....	39

4.1.2 Afbakeningen van buurtvoorzieningen, voorzieningsaspecten en klantsegmenten	39
4.2 Vormgeving van het conceptuele voorzieningsmodel	41
4.3 Deelconclusie	45
5. Praktijkttoetsing.....	46
5.1 Interviewvragen voor de experts.....	46
5.1.1 Populatie praktijktoetsing	46
5.1.2 Experts praktijktoetsing	47
5.1.3 Structuur en methode praktijktoetsing	48
5.2 Resultaten interviews.....	51
5.2.1 Aanpassing 1: woonsituatie.....	51
5.2.2 Aanpassing 2: prijsklassen woningen.....	52
5.2.3 Aanpassing 3: voorzieningen	53
5.2.4 Aanpassing 4: voorzieningsaspecten	55
5.2.5 Niet doorgevoerde aanpassingen.....	56
5.2.6 Aangepaste conceptuele voorzieningsmodel	57
5.3 Deelconclusie	60
6. Praktijkttoepassing	61
6.1 Enquêtevragen voor de respondenten.....	61
6.1.1 Populatie praktijktoepassing.....	61
6.1.2 Respondenten praktijktoepassing	61
6.1.3 Structuur en methode praktijktoepassing	62
6.2 Resultaten enquêtes.....	64
6.2.1 Klantsegmentering en berekeningswijze	65
6.2.2 Gewenste voorzieningen en afstand	68
6.3 Deelconclusie	72
7. Conclusie, evaluatie en aanbeveling	73
7.1 Conclusie.....	73
7.1.1 Antwoord op de probleemstelling	73
7.2 Evaluatie.....	74
7.2.1 Zelfreflectie	74
7.2.2 Methodologische verantwoording.....	77
7.3 Aanbeveling.....	79
7.3.1 Aanbeveling aan de opdrachtgever (Amvest).....	80
7.3.2 Aanbeveling voor een vervolgonderzoek.....	80
7.3.3 Aanbeveling over de externe doelstelling	81
Bibliografie	81

1. Inleiding

In hoofdstuk 1 wordt het plan van aanpak beschreven met daarin het probleem en de opzet van dit afstudeeronderzoek. In de eerste paragraaf zal worden ingegaan op de probleemomschrijving. Onderwerpen als de aanleiding, probleemanalyse, doelstellingen, probleemstelling, deelvragen en onderzoeksmodel zullen kort toegelicht worden. Vervolgens zal in de tweede paragraaf de onderzoeksopzet aan bod komen. Hierin worden de algemene aanpak, aanpak van per deelvraag, kwaliteit van onderzoek en leeswijzer beschreven.

1.1 Probleemomschrijving

In deze paragraaf wordt de probleemstelling van het onderzoek beschreven. Door middel van de aanleiding, genoemd in deelparagraaf 1.1.1, zal de theorie omtrent dit onderzoek uitgezet worden. Daarnaast wordt het onderzoek in een kader geplaatst om het probleem inzichtelijk te maken. Vervolgens zullen in de probleemanalyse in deelparagraaf 1.1.2 de opdrachtgever, het probleem en het op te leveren product beschreven worden. Hieruit volgt een interne en externe doelstelling in deelparagraaf 1.1.3 met hierin het doel van de onderzoeker en het doel van het afstudeerbedrijf. Uit de gehele analyse komt een probleemstelling naar voren die door middel van een aantal deelvragen, beide omschreven in deelparagraaf 1.1.3, beantwoord zal worden. De paragraaf eindigt met het onderzoeksmodel in deelparagraaf 1.1.4 waar het verband uit de deelvragen schematisch weergegeven wordt in kernbegrippen. Aan de hand van het onderzoekmodel zal per deelvraag de aanpak toegelicht worden.

1.1.1 Aanleiding

Onroerend goed zijn gronden en alles wat daarmee verbonden is en niet makkelijk te verplaatsen is (van Gool et al., 2020). Onroerend goed is op te splitsen in verscheidene vastgoedmarkten, bestaande uit onder andere de kantorenmarkt, de winkelmarkt, de bedrijfsruimtemarkt en de woningmarkt. De markten verschillen in aspecten als functie, locatie, marktomvang, vraag en aanbod (Houben, 2020).

De woningmarkt omvat de vraag en het aanbod van woningen die huishoudens als primair doel voorzien van huisvesting. De vraag van huishoudens verandert door de tijd heen, wat kan leiden tot verschil in product op het gebied van grootte, ligging en type. In de woningmarkt kan onder andere onderscheid gemaakt worden tussen de huurwoningmarkt en koopwoningmarkt, die weer te onderscheiden zijn in één- en meergezinswoningen. Ook worden woningen ontwikkeld voor specifieke doelgroepen, zoals studenten en ouderen (van Gool et al., 2020).

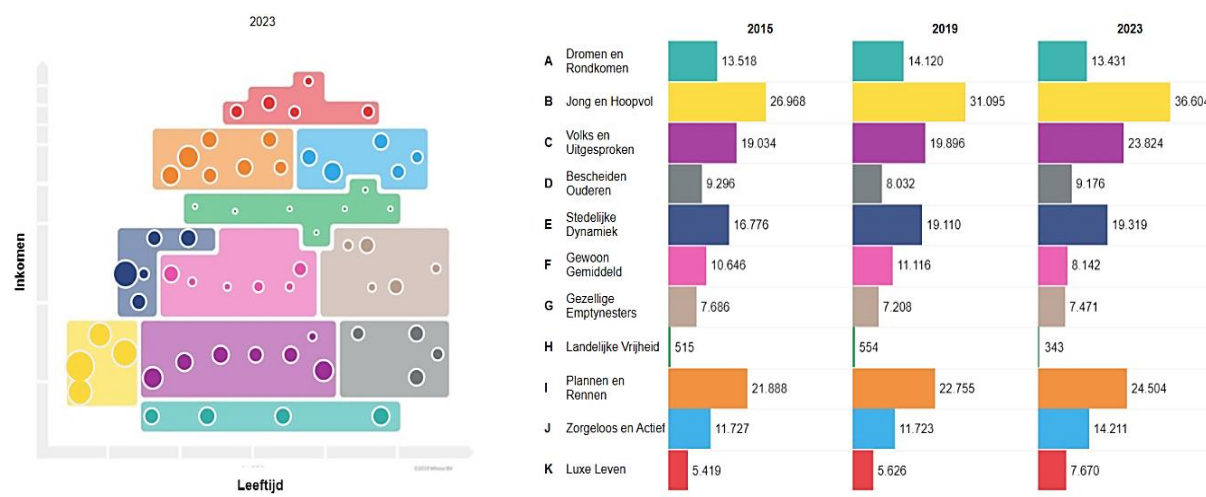
De huurwoningmarkt is onder te verdelen in de sociale huur, middenhuur en vrije sector huur (van Gool et al., 2020). In de sociale sector worden woningen betaalbaar aangeboden aan mensen met een lager inkomen door een maximale huurgrens, maximale verhoging, maximaal inkomen en (eventuele) huurtoeslag. In de (nieuwe) middenhuur sector worden woningen tot een bepaald huurpuntenaantal gereguleerd met een maximale huurprijs en huurbescherming (Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, 2023c). In de vrije huursector worden zelfstandige woningen verhuurd zonder maximale huurprijs. Sinds een paar jaar geldt wel maximale huurverhoging zonder huurtoeslag in deze sector (Rijksoverheid, 2023b).

Elke huursector heeft een eigen huurprijsklasse. De eerste en laagste huurprijsklasse is tot €808,06 als maximale sociale huurgrens, oftewel de liberalisatiegrens (Rijksoverheid, 2023a). De tweede is tot circa €1.100,- voor middenhuur bij woningen tot 186 WWS-punten vanaf 01-01-2024. WWS is het woningwaarderingssysteem die gebruikt wordt door de Nederlandse overheid om een huurprijsindicatie uit te geven (Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, 2023a). Het laatste segment is vanaf circa €1.100,- bij 187 WWS-punten (Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, 2023c). Dit laatste segment valt onder de vrije huursector.

De koopwoningmarkt is de vraag en het aanbod naar bestaande- en nieuwbouwkoopwoningen in een bepaald gebied. Een groot onderdeel van deze markt is de hypotheekmarkt. De samenhang in deze markt zijn de prijzen van de koopwoningen, het aantal transacties, de hypotheekaanvragen en de hypotheekrente. Deze indicatoren geven de stand van de koopwoningmarkt weer (CBS, 2020).

Huishoudens zijn op te delen in doelgroepen. Dit kan op verschillende manieren, zoals leeftijd, generatie, hoogte van het inkomen en levensfase (CBS, 2023b). Klantsegmentatie is een onderdeel van doelgroep bepaling waar individuen worden verdeeld in segmenten aan de hand van kenmerken (FourweekMBA, z.d.). Klantsegmentatie specialist Whize deelt de samenleving op in 11 segmenten. Dit resulteert in een classificatie van Nederlandse consumenten op het gebied van sociodemografie, levensstijl, cultuur, koopgedrag en mentaliteit. De belangrijkste variabelen hierin zijn leeftijd, huishoudenssamenstelling en vermogen. Deze klantsegmenten kunnen weer onderverdeeld worden in een aantal sub-segmenten passend bij de levensloop. Voorbeelden van een aantal klantsegmenten, zoals te zien in *Figuur 1.1: Whize segmenten* zijn: 'Dromen en rondkomen', 'Stedelijk dynamiek', 'Landelijke vrijheid' en 'Bescheiden ouderen' (Whize, 2023).

Figuur 1.1: Whize segmenten



Bron: (Whize, 2023)

Door de grote verschillen in de klantsegmenten waar binnen de woningmarkt rekening mee gehouden kan worden, is de vraag naar specifiek afgestemde woningen en woongebieden groot. Woningen en woongebieden worden tegenwoordig steeds meer ontwikkeld naar wensen van een specifieke doelgroep (van Gool et al., 2020). Dit kan betekenen dat gebieden en de bijbehorende voorzieningen daar eveneens op aangepast kunnen worden.

Binnen een gemeente zijn verschillende soorten voorzieningen te vinden. Een voorziening is in basis een grote groep van allerlei soorten functies die te onderscheiden zijn in verschillende groepen en soorten (CBS, 2023d). Voorzieningen kunnen op verschillende geografische niveaus ingedeeld worden, zo heb je: buurten, wijken, steden, gemeenten en regio's (Levels, 2024). Buurtvoorzieningen hebben als doel een buurt aantrekkelijk te maken en te voorzien in dagelijkse behoeften. Voorbeelden van voorzieningen hierin zijn supermarkten, horeca, busstations, basisscholen, huisartsenpraktijken, buurtcentra en sportfaciliteiten (Gemeente Arnhem, 2024). Een begrip dat ook in dit onderzoek veel terug zal komen, en wat vaak gebruikt wordt bij buurtvoorzieningen in de gebiedsontwikkeling is de "15-minuten-stad". Dit duidt op de afstand tot voorzieningen voor gebruikers; deze moeten te voet of per fiets binnen 15 minuten te bereiken zijn in een stedelijk gebied (Monster, 2021).

De komende jaren zullen nieuwbouwwontwikkelingen voornamelijk appartementen in (binnen)stedelijke locaties zijn. Trends als individualisering, migratie, schaarste aan ruimte en natuurbehoud zorgen ervoor dat 80% van de geplande projectlocaties binnenstedelijk zullen zijn en dat 65% van het woningaanbod uit appartementen zal bestaan (EIB, 2021). Een veelgebruikte term voor (hoog)stedelijke locaties is de G40. Dit is een netwerk bestaande uit 41 (middel)grote gemeenten in Nederland die elkaar adviseren in beleidsvoering (G40-stedennetwerk, 2023b).

In steden zijn vele onderzoeken gedaan naar een specifieke voorziening voor diverse doelgroepen of voorzieningsgroepen voor een specifieke doelgroep, zoals onderzoek naar vaste kerngetallen van gemeente voor voorzieningsontwikkelingen of onderzoek naar voorzieningen voor ouderen bij zorgvastgoed. Hierdoor is het nog niet mogelijk om een conceptueel voorzieningsmodel op te stellen met betrekking tot buurtvoorzieningen bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor een vastgoedontwikkelaar, waarbij gekeken wordt naar verschillende klantsegmenten. Dit om bij te dragen aan de leefbaarheid van woonwijken en de tevredenheid van bewoners te bevorderen. In dit conceptuele voorzieningsmodel is de wens naar een voorziening (afhankelijke variabele) afhankelijk van het klantsegment dat woont in een koop- of huurappartement met verschillende prijzen in de G40 (onafhankelijke variabelen) (Merkus, 2021).

1.1.2 Probleemanalyse

In deze deelparagraaf wordt de opdrachtgever, het probleem en het op te leveren product beschreven. Zo kan een duidelijk beeld worden geschept van het doel van het onderzoek en het doel van het beroepsproduct in de praktijk.

Amvest, gevestigd in Amsterdam, is een vastgoedontwikkelaar en investment manager op het gebied van woonvastgoed. De onderneming opereert als ontwikkelende belegger. Dit houdt in dat projecten, met gelden van derden, door Amvest ontwikkeld worden om later tijdens de exploitatie of verkoop rendement te creëren (Peek & Gehner, 2018). Met 100 werkende professionals en 25 investeerders, waaronder het pensioenfonds 'Zorg en Welzijn' en 'a.s.r.', beheert Amvest circa 22.000 woningen verdeeld over drie portefeuilles. Amvest ontwikkelt naast woningen sinds een aantal jaar ook zorgvastgoed, zoals particuliere woonzorgcomplexen (Amvest, 2023b). De professionals zijn verdeeld in de teams development, directie, investment management en staf. Staf is de ondersteunende tak van de organisatie. Hieronder valt de afdeling Strategy & Research, die binnen de organisatie onder andere onderzoek doet naar trends en ontwikkelingen van woon- en zorgvastgoed (Amvest, 2023b).

Op dit moment is Amvest bezig met ecologische en sociale doelstellingen om toekomstbestendige, groene en kwalitatief goede woningen en woongebieden te ontwikkelen. Door in te spelen op trends en ontwikkelingen is de focus gelegd op de volgende vier thema's: milieu-impact, klimaatadaptie, leefbaarheid en bewonerstevredenheid (Amvest, 2023a). Om bewonerstevredenheid te bevorderen heeft Amvest het sub-thema services en voorzieningen hieraan gekoppeld. Amvest ontwikkelt voornamelijk in binnenstedelijk gebied van grote steden. Echter is de kennis over welke voorzieningen het beste passen bij bepaalde doelgroepen en hoe die worden gewaardeerd, onderbelicht. Amvest wil meer inzicht krijgen in welke voorzieningen een plek moeten krijgen in de gebiedsontwikkelingen voor verschillende klantsegmenten. Dit om bij te dragen aan de leefbaarheid van woonwijken en de tevredenheid van bewoners te bevorderen (Amvest, 2023a).

Om meer inzicht te krijgen in de benodigde voorzieningen voor het verbeteren van de leefbaarheid van woonwijken en de tevredenheid van bewoners te bevorderen, wil Amvest laten onderzoeken welke buurtvoorzieningen bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor verschillende klantsegmenten nodig zijn. Amvest wil hiervoor een conceptueel voorzieningsmodel die bij koop- en huurappartementen in G40-steden inzichtelijk maakt welke buurtvoorzieningen per klantsegmenten het meest gewenst zijn.

1.1.3 Doelstellingen, probleemstelling en deelvragen

In deelparagraaf 1.1.3 worden de doelstellingen, de probleemstelling en de deelvragen uitgewerkt. De doelstellingen zijn verdeeld in de interne en externe doelstelling. De interne doelstelling bevat het doel van de onderzoeker en de externe doelstelling zal draaien om het doel van de opdrachtgever. De probleemstelling geeft de hoofdvraag van het onderzoek weer, die aan de hand van een aantal deelvragen beantwoord zal worden. In deze deelvragen zullen tevens begrippen en methoden afgebakend worden.

Interne doelstelling:

Het opstellen van een conceptueel voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor een vastgoedontwikkelaar, waarbij onderscheid wordt gemaakt tussen verschillende klantsegmenten.

Externe doelstelling

Door middel van een conceptueel voorzieningsmodel wil Amvest weten welke buurtvoorzieningen bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor verschillende klantsegmenten gewenst zijn, om bij te dragen aan de leefbaarheid van woonwijken en de tevredenheid van bewoners te bevorderen.

Probleemstelling

Welk conceptueel voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen bij koop- en huurappartementen in G40-steden kan worden opgesteld voor een vastgoedontwikkelaar, waarbij gekeken wordt naar verschillende klantsegmenten?

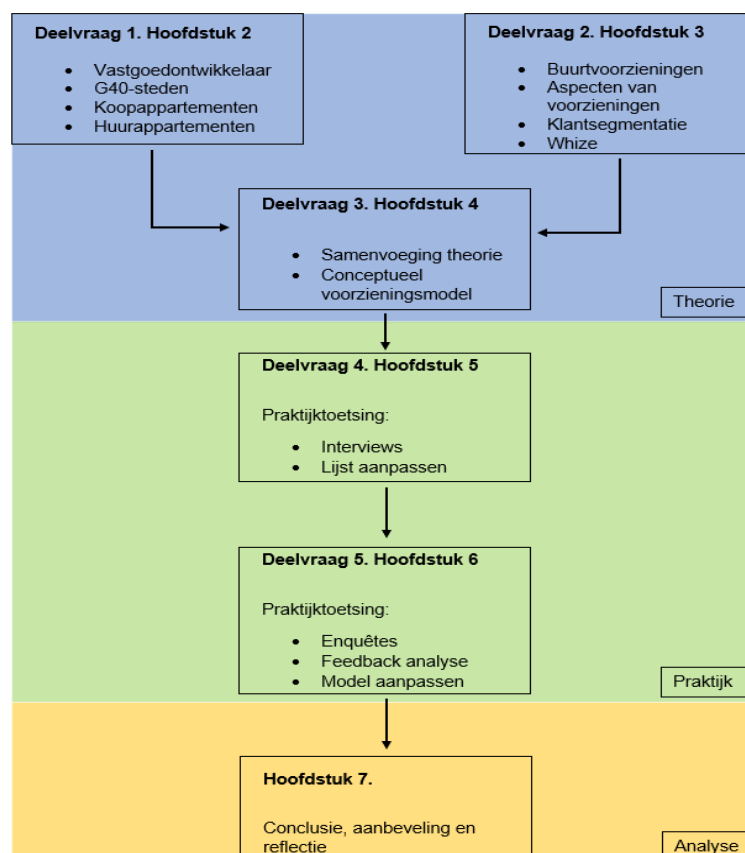
Deelvragen

1. Wat doet een vastgoedontwikkelaar in G40-steden die koop- en huurappartementen ontwikkelt?
2. Wat zijn buurtvoorzieningen en aspecten hiervan voor verschillende klantsegmenten?
3. Welk conceptueel voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen voor verschillende klantsegmenten kan worden opgesteld bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor een vastgoedontwikkelaar?
4. Op welke manier kan het conceptuele voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen voor verschillende klantsegmenten bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor een vastgoedontwikkelaar worden getoetst?
5. Op welke manier kan het conceptuele voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen voor verschillende klantsegmenten bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor een vastgoedontwikkelaar worden toegepast?

1.1.4 Onderzoeksmodel

In deelparagraaf 1.1.4 wordt het onderzoeksmodel weergegeven. Dit model geeft de verbanden tussen de verschillende deelvragen per hoofdstuk weer. Per deelvraag worden een aantal kernbegrippen gekoppeld die in het onderzoek behandeld zullen worden. Onder het model zal de opzet toegelicht worden.

Figuur 1.2: Onderzoeksmodel



Opmerking: Eigen ontwerp

Met het onderzoeksmodel in figuur 1.1.4 worden de onderlinge relaties van de onderzoeksvragen weergegeven. De vijf deelvragen zijn geschreven vanuit een TPA-structuur (Veenhoven, 2023). Dit houdt in dat het onderzoek start vanuit een theoretische aanpak waar begrippen onderzocht en afgebakend worden. Daarna zal deze theorie samengevoegd worden tot een theoretisch (concept)product. Vervolgens zal dit product getoetst en toegepast worden in de praktijk. Aan de hand van het (definitieve) product en de praktijktoetsing zal een conclusie en aanbeveling geschreven worden als analyse.

In deelvraag 1 zullen de begrippen vastgoedontwikkelaars, G40 en koop- en huurappartementen theoretisch afgebakend worden. Hierin wordt een beeld geschetst van de soorten ontwikkelaars en werkzaamheden, de verschillende appartementensegmenten en de betekenis van de G40. Dit om inzichtelijk te krijgen voor welke soorten ontwikkelaars dit model bruikbaar is, welke appartement soorten en segmenten worden meegenomen en welke G40-gemeenten geschikt zijn.

In deelvraag 2 zullen de begrippen op het gebied van buurtvoorzieningen, aspecten van voorzieningen en klantsegmentatie theoretisch afgebakend worden. Hier zal in kaart gebracht worden wat een buurtvoorziening is, wat het onderscheid is en met welke methode kan worden ingekaderd. Dit om te bepalen welke buurtvoorzieningen gebruikt kunnen worden in het beroepsproduct en de praktijktoepassing. Vervolgens zal gekeken worden of naast wens andere aspecten relevant zijn om inzichtelijk te krijgen. Verder zal de manier van doelgroep bepaling toegelicht worden door middel van klantsegmentering. Dit zullen de 11 klantsegmenten uit de Whize-database zijn door de harde segmentatie data zoals leeftijd, inkomen en huishoudenssamenstelling.

In deelvraag 3 worden de deelvragen 1 & 2 gekoppeld tot een (concept)product. De afgebakende begrippen met meetbare variabelen zullen verwerkt worden in een conceptueel voorzieningsmodel. Het model zal inzichtelijk maken welke onafhankelijke variabelen verschil brengt in de afhankelijke variabelen. Hierin zijn de klantsegmenten en appartement segmenten de onafhankelijke variabelen en de buurtvoorzieningen en voorzieningsaspecten de afhankelijke variabelen. In dit model zullen verder nog geen praktijkgegevens verwerkt worden.

In deelvraag 4 zal het conceptuele voorzieningsmodel uit deelvraag 3 getoetst worden. Door middel van interviews bij professionals zal een waardeoordeel met feedback over het model verzameld worden. De feedback zal vervolgens beoordeeld en mogelijk toegepast worden voor het verbeteren van het model. Deze toetsing is de hoofdpraktijktoetsing binnen dit onderzoek.

In deelvraag 5 zullen de wensen naar specifieke voorzieningen, bij verschillende klantsegmenten wonende in koop- en huurappartementen binnen de G40-steden, door middel van een eigen gemaakte enquête verzameld worden. Deze klantsegmenten krijgen vragen over persoonsgegevens en kunnen op een puntenschaal van 1 tot 5 (Likertschaal) invullen welke voorzieningen en voorzieningsaspecten het meeste voorkeur hebben (Verhoeven, 2022). Deze enquêtes zullen door een derde partij geprogrammeerd, verstuurd en verzameld worden. De resultaten in Excel uit de enquêtes zullen zelf geanalyseerd worden om te gebruiken voor het invullen van het model met waarden. Uit deze toepassing zal een definitief conceptueel voorzieningsmodel komen voor gebruik in de praktijk voor vastgoedontwikkelaars.

In het laatste hoofdstuk zal een conclusie, reflectie en aanbeveling gedaan worden met een antwoord op de hoofd- en deelvragen. Dit zal gaan over de toepassing, het gebruik en de methodische verantwoording van het conceptuele voorzieningsmodel voor de opdrachtgever en andere vastgoedontwikkelaars.

1.2 Onderzoeksopzet

In deze deelparagraaf zal de opzet van het onderzoek besproken worden. In de aanpak zal onderscheid gemaakt worden tussen een algemene aanpak met vaste activiteiten en een concrete aanpak met de methoden per deelvraag. Vervolgens zal de kwaliteit van onderzoek op het gebied van betrouwbaarheid, validiteit en bruikbaarheid toegelicht worden. De paragraaf sluit af met een leeswijzer waar de functie en indeling per hoofdstuk omschreven wordt.

1.2.1 Onderzoeksaanpak

Algemene aanpak

Om een beeld te kunnen schetsen van de vaste activiteiten en afspraken die binnen het onderzoek zullen plaatsvinden, worden algemene punten opgesomd. Deze afspraken komen in de loop van het onderzoek aan bod en dienen als leidraad voor de te ondernemen stappen. De algemene aanpak als volgt:

- Onderzoeksvoorstel opstellen door middel van vooronderzoek
- Na goedkeuring voorstel een uitdraai van EC's inleveren op Blackboard
- Aanvragen schoolbegeleider voor afstudeerperiode
- Plan van aanpak opmaken
- Startgesprek plannen met schoolbegeleider en externe opdrachtgever
- Plannen begeleidingsgesprekken met schoolbegeleider
- Bijhouden van logboeken gedurende afstudeerperiode
- Inleveren conceptversie(s) afstudeeronderzoek bij schoolbegeleider, tweede lezer en op Blackboard
- Bij goedkeuring onderzoek presentatie en verdediging houden voor schoolbegeleider en externe opdrachtgever

Concrete aanpak (per deelvraag)

Om een methodisch verantwoord onderzoek te kunnen opzetten zal per deelvraag beschreven worden welke methoden wordt gehanteerd. Hierin zal onderscheid gemaakt worden in dataverzamelingsmethode, omschrijving van de activiteit, mogelijk bruikbare bronnen en te gebruiken zoektermen (Verhoeven, 2022). De concrete aanpak ziet er als volgt uit:

Tabel 1.1: Concrete aanpak deelvraag 1 t/m 5

Deelvraag 1: Wat doet een vastgoedontwikkelaar in G40-steden die koop- en huurappartementen ontwikkelt?	
Dataverzamelingsmethode	Kwalitatieve en kwantitatieve deskresearch methode: Literatuuronderzoek
Activiteiten	Theoretisch onderzoek doen naar vastgoedontwikkelaars, de G40, koop- en huur appartementen en appartement segmenten. Deze theorie zal begrippen afbakenen om verwarring of verkeerde interpretatie te voorkomen.
Bronnen	(van Gool et al., 2020) (Peek & Gehner, 2018) (G40-stedennetwerk, 2023a)
Zoektermen	- Koop- en huurappartementen - Appartement segmenten - Vastgoedontwikkelaars - G40-steden
Deelvraag 2: Wat zijn buurtvoorzieningen en aspecten hiervan voor verschillende klantsegmenten?	
Dataverzamelingsmethode	Kwalitatieve en kwantitatieve deskresearch methode: Literatuuronderzoek
Activiteiten	Theoretisch onderzoek doen naar de afbakening van buurtvoorzieningen, aspecten van voorzieningen en de verschillende klantsegmenten van Whize. Deze theorie zal eveneens begrippen afbakenen om verwarring of verkeerde interpretatie te voorkomen.
Bronnen	(Whize, 2023) (CBS, 2023d) (Calcasa, 2018)
Zoektermen	- Soorten buurtvoorzieningen - Aspecten van voorzieningen - Klantsegmentatie Whize 15-minuten-stad
Deelvraag 3: Welk conceptueel voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen voor verschillende klantsegmenten kan worden opgesteld bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor een vastgoedontwikkelaar?	
Dataverzamelingsmethode	Kwantitatieve en kwalitatieve deskresearch methode: - Literatuuronderzoek - Brainstormen
Activiteiten	De resultaten uit het theoretische literatuuronderzoek zullen gekoppeld worden tot een conceptueel voorzieningsmodel. Dit model is een opzet om te toetsen in de praktijk. Het model zal alle relevante en logische aspecten uit de eerder behandelde theorie bevatten. Over de opmaak en vormgeving van het model zal gebrainstormd worden. Dit om het model zo bruikbaar en gebruiksvriendelijke mogelijk te maken in de praktijk.
Bronnen	(Scharwächter & Benders, 2022) (Merkus, 2021) (Martins, 2022)
Zoektermen	- Conceptueel voorzieningsmodel - Modeleren

Deelvraag 4:	Op welke manier kan het conceptuele voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen voor verschillende klantsegmenten bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor een vastgoedontwikkelaar worden getoetst?
Dataverzamelings-methode	Fieldresearch in de praktijk: • Surveyonderzoek: interviews
Activiteiten	Na het opmaken van het model zal deze in de praktijk getoetst worden door middel van interviews. De interviews zullen gehouden worden met professionals uit het vakgebied om een waardeoordeel met feedback te geven. Deze feedback zal vervolgens gebruikt worden op het model aan te passen.
Bronnen	• (Verhoeven, 2022) • Experts
Zoektermen	• Opmaken interview • Interviews uitvoeren en analyseren • Transcriberen • Model aanpassen
Deelvraag 5:	Op welke manier kan het conceptuele voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen voor verschillende klantsegmenten bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor een vastgoedontwikkelaar worden toegepast?
Dataverzamelings-methode	Fieldresearch in de praktijk: • Surveyonderzoek: internetenquêtes
Activiteiten	Na het uitvoeren van de interviews zal, bij voldoende tijd, een internet enquête verspreid worden. Deze enquête zal uitgevoerd worden om het conceptuele voorzieningsmodel in te vullen met praktijkgegevens. De enquêtes zullen door een derde partij rondgestuurd en verzameld worden. Diverse klantensegmenten zullen persoonsgegevens invullen om vervolgens de voorkeur voor verschillende buurtvoorzieningen en aspecten hiervan te beoordelen op een puntenschaal. Deze punten zullen geanalyseerd en overzichtelijk gemaakt worden per klantsegment, appartementssegment, soort voorziening en voorzieningsaspect. Aan de hand van de resultaten kunnen waarden aan de lijst toegekend worden.
Bronnen	• (Verhoeven, 2022) • Afstudeerbedrijf Amvest • The Choice Strategie + Research
Zoektermen	• Opmaken enquête • Verspreiden enquête • Verwerken enquêteresultaten in model

Opmerking: eigen tabel

1.2.2 Kwaliteit van onderzoek

In deze deelparagraaf wordt de betrouwbaarheid, validiteit en bruikbaarheid van het onderzoek besproken, om de kwaliteit te waarborgen. Onderzoeksresultaten zijn tijdens het onderzoeksproces in overmaat aanwezig. De kans dat hierin fouten zijn gemaakt is plausibel. Fouten in de opzet, gebruikte methoden, uitgevoerde analyses of vervulde praktijkonderzoeken maken een onderzoek van slechte kwaliteit (Verhoeven, 2022).

Betrouwbaarheid

Bij het onderdeel betrouwbaarheid wordt in het onderzoek nagegaan of toevallige fouten zijn voorgekomen. Deze fouten ontstaan door onverwachte en onberekenbare factoren. Door dit te testen moet gekeken worden of het onderzoek herhaalbaar is en of dit leidt tot dezelfde resultaten. Deze eis geldt ook wanneer het onderzoek op een andere tijd met een andere onderzoeker, andere proefpersonen en onder andere omstandigheden wordt uitgevoerd (Verhoeven, 2022).

In dit onderzoek zal de betrouwbaarheid gewaarborgd worden door triangulatie; het gebruik van verschillende methodes tijdens het onderzoeken (Verhoeven, 2022). Door literatuuronderzoek te doen en deze vervolgens te toetsen en toe te passen in de praktijk wordt betrouwbaarheid vergroot. Daarnaast wordt een logboek bijgehouden om het proces te kunnen overzien. Ook zal wekelijks een feedbackgesprek gehouden worden met een professional uit het researchteam van de opdrachtgever om de loop van het onderzoek te bespreken en valkuilen in beeld te brengen.

Validiteit

Bij het onderdeel validiteit wordt in het onderzoek de geldigheid of zuiverheid gewaarborgd door te kijken naar systematische fouten. Hierin is het onderscheid te maken in interne, externe en begripsvaliditeit. Interne validiteit is in hoeverre een zuivere conclusie getrokken mag worden. Externe validiteit is de mate waarin een steekproef op relevante kenmerken lijkt op de populatie. Begripsvaliditeit is of er gemeten wordt wat gemeten moet worden (Verhoeven, 2022).

In dit onderzoek zal de validiteit per onderverdeling gewaarborgd worden. Bij de interne validiteit zal dit gebeuren door in de praktijktoetsing met de interviews en enquêtes dezelfde vragen te hanteren en in het literatuuronderzoek actuele en relevante bronnen te gebruiken. Bij de externe validiteit wordt dit gedaan door het praktijkonderzoek alleen af te nemen bij de juiste doelgroep van het juiste vastgoed in het juiste gebied; klantsegment van koop- en huurappartementen in de G40. Daarnaast zullen ook de juiste experts met de juiste kennis, ervaring en werkzaamheden geïnterviewd worden. Bij de begripsvaliditeit zal dit gebeuren door het theoretisch afbakenen van verschillende termen, groepen, vastgoed, locaties en voorzieningen die uiteindelijk in het onderzoek verwerkt zullen worden.

Bruikbaarheid

Bij het onderdeel bruikbaarheid wordt gekeken of een onderzoek voor een opdrachtgever waardevol is. Dit kan zelfs wanneer het onderzoek niet betrouwbaar of valide is. Door de opdrachtgever te betrekken in de processen van het onderzoek en feedbackmomenten te plannen zal het onderzoek nog beter bruikbaar zijn voor de branche (Verhoeven, 2022). Wel zullen de afwegingen en keuzes binnen dit onderzoek door de onderzoeker zelf gemaakt worden om onafhankelijkheid te garanderen.

1.2.3 Leeswijzer

In deze leeswijzer staat de indeling en functie per hoofdstuk vermeld. Het onderzoek is in dit hoofdrapport weergegeven met afbakeningen en bevindingen. Naast dit onderzoeksrapport is een bijlagerapport geschreven met extra informatie, bronnen, uitwerkingen en toelichtingen.

In hoofdstuk 2 zijn begrippen afgebakend en is onderzoek gedaan naar de verschillende vastgoedontwikkelaars, de G40 en koop- en huurappartementen. Vastgoedontwikkelaars zijn beschreven aan de hand van werkzaamheden en soorten. De G40 is afgebakend aan de hand van de 40 grootste gemeenten met een grote woonplaats met een minimaal inwonersaantal. Koop- en huurappartementen zijn toegelicht aan de hand van segmenten, ligging en fysieke kenmerken. Deze afbakeningen beantwoorden samen de eerste deelvraag; "Wat doet een vastgoedontwikkelaar in G40-steden die koop- en huurappartementen ontwikkelt?".

In hoofdstuk 3 zijn begrippen afgebakend en is onderzoek gedaan naar buurtvoorzieningen, voorzieningsaspecten en klantsegmenten. Allereerst zijn, met een samengestelde lijst aan voorzieningen en het 15-minuten-principe, 24 verschillende buurtvoorzieningen afgebakend. Vervolgens zijn de aspecten in beeld gebracht die passen bij deze buurtvoorzieningen. De afstand en het gebruik van voorziening zijn naast de wens als extra aspect meegenomen in het onderzoek. Als laatste zijn klantsegmenten toegelicht en meetbaar gemaakt aan de hand van een aantal criteria. Met deze criteria worden de respondenten in hoofdstuk 6 gesegmenteerd. De afbakeningen in dit hoofdstuk beantwoorden de vraag; "Wat zijn buurtvoorzieningen en aspecten hiervan voor verschillende klantsegmenten?"

In hoofdstuk 4 zijn hoofdstuk 2 en 3 gecombineerd tot een beroepsproduct. Het hoofdstuk begint met een overzicht van alle onderwerpen met afbakeningen en bijbehorende meetbare criteria per hoofdstuk. Vervolgens zijn deze onderwerpen in een model verwerkt. Dit model geeft de wensen naar buurtvoorzieningen weer van de klantsegmenten in koop- en huurappartementen binnen de G40. Hiermee wordt de vraag; "Welk conceptueel voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen voor verschillende klantsegmenten kan worden opgesteld bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor een vastgoedontwikkelaar?" beantwoord.

In hoofdstuk 5 wordt het beroepsproduct uit hoofdstuk 4 getoetst bij experts. Deze experts zijn per hoofdonderwerp geïnterviewd. De hoofdonderwerpen zijn klantsegmenten, appartement segmenten en voorzieningen. Door per hoofdonderwerp experts te interviewen wordt getracht betrouwbare en relevante informatie te vergaren. Dit totdat theoretische saturatie opspeelt. De interviews met experts geeft antwoord op de vraag; "Op welke manier kan het conceptuele voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen voor verschillende klantsegmenten bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor een vastgoedontwikkelaar worden getoetst?".

In hoofdstuk 6 wordt het conceptuele voorzieningsmodel ingevuld met gegevens uit de praktijk. Deze gegevens zijn verzameld door middel van enquêtes. De enquêtes zijn uitgezet bij bewoners van koop- en huurappartementen binnen de G40. De respondenten in deze groep zijn vervolgens verdeeld in klantsegmenten en appartement prijssegment. Per verdeling is gevraagd naar de wens en de maximale afstand tot een afgebakende buurtvoorziening. Met deze data is het model ingevuld en is antwoord gegeven op de vraag; "Op welke manier kan het conceptuele voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen voor verschillende klantsegmenten bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor een vastgoedontwikkelaar worden toegepast?".

In hoofdstuk 7 zijn de conclusie, reflectie en aanbeveling uitgeschreven. Eerst wordt een conclusie getrokken over dit onderzoek met de antwoorden op de deelvragen en antwoord op de probleemstelling; "Welk conceptueel voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen bij koop- en huurappartementen in G40-steden kan worden opgesteld voor een vastgoedontwikkelaar, waarbij gekeken wordt naar verschillende klantsegmenten?". Vervolgens worden methoden, afbakeningen en processen geëvalueerd. Hiermee worden leerpunten opgesomd voor de onderzoeker. Het onderzoek wordt afgesloten met een aanbeveling voor de opdrachtgever, mogelijke vervolgonderzoeken en het behalen van de externe doelstelling.

2. Vastgoedontwikkeling van appartementen in de G40

In hoofdstuk 2 zal antwoord worden gegeven op de deelvraag “Wat doet een vastgoedontwikkelaar in G40-steden die koop- en huurappartementen ontwikkelt?”. Allereerst zullen de begrippen vastgoedontwikkelaar, G40, koop- en huurappartementen worden afgebakend. In de eerste paragraaf, 2.1, zullen de verschillende soorten vastgoedontwikkelaars met bijbehorende werkzaamheden besproken worden. Hierbij wordt de focus op stedelijke ontwikkeling gelegd. In de tweede paragraaf, 2.2, wordt de G40 omschreven en afgebakend. In de derde paragraaf, 2.3, worden de woningvoorraad en appartementen toegelicht. Dit om een beeld te krijgen van de woningsituatie in het afgebakende gebied en te trechteren naar appartementen. Aan het einde van het hoofdstuk zal in paragraaf 2.4 een conclusie getrokken worden met daarin een antwoord op de deelvraag.

2.1 De vastgoedontwikkelaar

In deze paragraaf zullen de facetten van vastgoedontwikkeling passend bij de werkzaamheden van verschillende soorten vastgoedontwikkelaar worden onderzocht. Door dit in kaart te brengen kan het eindproduct mogelijk beter aansluiten op de vraag en het doel van de ontwikkelaar. Beginnend bij het definiëren van een vastgoedontwikkelaar in deelparagraaf 2.1.1 met de bijbehorende werkzaamheden, ontwikkelingsfasen en trends. Dit om de focus te leggen op de (binnen)stedelijke locaties. Daarna zal in deelparagraaf 2.1.2 specifiek worden ingegaan op de soorten vastgoedontwikkelaars, om deze af te bakenen in dit onderzoek.

2.1.1 Werkzaamheden van vastgoedontwikkelaars

Vastgoedontwikkeling is het bij elkaar brengen van grond, geld, gebruikers en kennis om een bouwwerk te realiseren voor eigen rekening en risico. Dit heeft als doel winst maken voor continuïteit van de onderneming (Peek & Gehner, 2018). Dit onderzoek richt zich voornamelijk op de initiatieffase van vastgoedontwikkeling, waarin een gebruiksvraag wordt omgezet in een kansrijk concept (Peek & Gehner, 2018). Dit onderzoek maakt geen specifiek onderscheid tussen de fasen. In *bijlage A* is meer te lezen over de fasen waarin een ontwikkelaar te werk gaat, om een uitgebreider beeld te geven van het ontwikkelingsproces.

Vastgoedontwikkeling is onderhevig aan de economische conjunctuur. Nederland telt ongeveer 5.000 vastgoedontwikkelaars, dit aantal steeg in 2021 met 10,6%. Vastgoedontwikkeling gebeurt door heel Nederland. Meer dan 58% van alle vastgoedontwikkelaars in Nederland zijn gevestigd in de provincies Zuid-Holland, Noord-Holland en Noord-Brabant (Wiegerinck, 2021). Daarnaast blijkt uit de absolute cijfers van het CBS dat in deze provincies in 2023 veruit de meeste woningen zijn gebouwd (CBS, 2024). Dit onderzoek richt zich met name op dergelijke stedelijke gebieden, met bijbehorende regelgeving, waarbij het 15-minuten-principe een belangrijk focuspunt is.

2.1.2 Soorten ontwikkelaars

Een vastgoedontwikkelaar is een spin in het web van een proces waar vele verschillende partijen bij betrokken zijn (Peek & Gehner, 2018). De ontwikkelaar fungeert als professioneel opdrachtgever en streeft ernaar zijn doelstellingen te realiseren door kennis van de markt en inzicht in de maatschappelijke vraag te combineren. Bij het starten van een nieuw project is er vaak geen zekerheid over de verkoop van het project en de prijs die ervoor zal worden betaald. Een vastgoedontwikkelaar vervult dus diverse rollen binnen het ontwikkeling proces, maar is te allen tijde eindverantwoordelijk.

Binnen de vastgoedontwikkeling zijn diverse typen ondernemingen met verschillende ontstaansgeschiedenissen, doelstellingen, financieringsmethoden, activiteiten, verdienmodellen en de soort opdrachtgever te definiëren (Peek & Gehner, 2018). Alhoewel de opdrachtgever van dit onderzoek past in de groep ontwikkelende belegger, zal geen onderscheid gemaakt worden in ontwikkelaars binnen dit onderzoek. Het onderzoek zal bruikbaar en relevant zijn voor de gehele branche, omdat alle afbakeningen ervan aansluiten op de werkzaamheden van een ontwikkelaar en om het onderzoek zo breed mogelijk toepasbaar te laten zijn. Voor de lijst met alle soorten ontwikkelaars wordt verwezen naar *bijlage A*.

2.2 De G40

In deze paragraaf wordt de G40 afgebakend. In deelparagraaf 2.2.1 zal eerst worden gekeken naar wat het begrip G40 precies inhoudt. Vervolgens zal in deelparagraaf 2.2.2 onderzocht worden op welke wijze deze toe te passen is op dit onderzoek. De toepassing zal uiteindelijk als afbakening gebruikt worden om te bepalen op welke locaties dit onderzoek zich richt en of een respondent in de praktijktoepassing past binnen het onderzoek.

2.2.1 Het G40-stedennetwerk

Het G40-stedennetwerk is een netwerk bestaande uit 41 (middel)grote gemeenten in Nederland. Het doel van dit netwerk is het uitwisselen van kennis en het behartigen van belangen op het gebied van beleid (G40-stedennetwerk, 2023b). Ondanks dat het G40-stedennetwerk bekend staat als een verzameling van de 40 grootste gemeenten van Nederland is deze aanname niet correct. De vier grootste gemeenten (op basis van inwonersaantal) van Nederland, namelijk Amsterdam, Utrecht, Den Haag en Rotterdam, behoren namelijk niet tot het netwerk. Ook behoren gemeenten met daarin kleinere woonplaatsen, als Sittard en Oss, wel tot het netwerk. Door de focus van dit onderzoek op (hoog)stedelijke gebieden zal er in de volgende deelparagraaf een nieuwe afbakening van de G40 gemaakt worden.

2.2.2 Afbakening G40 voor het onderzoek

Met het G40-stedennetwerk als uitgangspunt, zal per locatie worden onderzocht of deze past binnen de (hoog)stedelijke focus van dit onderzoek. Met behulp van de data van het CBS zijn de 40 grootste gemeenten in Nederland op basis van inwonersaantal overzichtelijk gemaakt. Het aantal inwoners biedt inzicht in de vraag en de urgentie naar woningen (CBS, 2022a). Echter, de grootte van bepaalde gemeenten kan door fusie van kleinere gemeenten een vertekend beeld geven. Om deze reden is naast het inwonersaantal per gemeente ook het inwonersaantal van de grootste woonplaats per gemeente weergegeven. De lijst van de 40 grootste gemeenten op basis van inwonersaantal met bijbehorende grootste woonplaats, is te zien in *bijlage B*.

Veel van de 40 grootste gemeenten zijn gelijknamig aan de grootste woonplaats in hun gemeente (zoals Amsterdam en Den Haag). Echter, voor een aantal gemeenten als Westland, Land van Cuijk en Súdwest-Fryslân is dat niet het geval. Dit soort gemeenten zullen alleen worden meegenomen in het onderzoek indien de grootste woonplaats voldoende omvang heeft (ca. 70.000 inwoners) en hierdoor past binnen de (hoog)stedelijke focus. Het minimum van 70.000 inwoners is gekozen omdat Venlo, de op 39 na grootste stad van Nederland, ongeveer 70.000 inwoners heeft.

Met deze grens vallen de gemeenten Westland, Emmen, Oss, Súdwest-Fryslân, Land van Cuijk en Sittard-Geleen in dit onderzoek af. Deze zullen vervangen moeten worden door een daaropvolgende grootste gemeente die wél voldoet aan de stedelijke inwonerseis van 70.000. Dit zijn Nissewaard, Lelystad, Hengelo (Overijssel) Schiedam, Gouda en Vlaardingen. De definitieve lijst voor de G40, zoals te zien in *Tabel 2.1: Definitieve G40 lijst*, als volgt:

Tabel 2.1: Definitieve G40 lijst

Gemeente	Inwoners gemeente	Inwoners grootste woonplaats	Gemeente	Inwoners gemeente	Inwoners grootste woonplaats
Amsterdam	918.117	895.810	Leeuwarden	127.073	95.895
Rotterdam	663.900	559.997	Zoetermeer	126.998	126.998
's-Gravenhage	562.839	562.839	Maastricht	122.734	122.734
Utrecht	367.947	316.693	Ede	122.012	79.435
Eindhoven	243.730	243.730	Dordrecht	121.434	121.434
Groningen	238.147	206.010	Alphen aan den Rijn	114.182	74.790
Tilburg	227.707	227.707	Alkmaar	111.834	92.821
Almere	222.825	222.825	Delft	106.086	106.086
Breda	186.438	151.763	Venlo	103.328	69.469
Nijmegen	182.480	169.075	Deventer	102.781	83.021
Apeldoorn	167.191	141.200	Helmond	94.898	94.898
Arnhem	165.770	165.770	Amstelveen	94.418	94.418
Haarlem	165.396	164.761	Purmerend	93.992	82.635
Haarlemmermeer	162.300	79.728	Hilversum	93.345	93.345
Enschede	161.235	161.235	Nissewaard	86.833	72.775
Amersfoort	160.759	145.700	Lelystad	83.033	83.033
Zaanstad	159.618	80.717	Hengelo (Overijssel)	82.311	82.311
's-Hertogenbosch	158.753	112.842	Schiedam	80.628	80.628
Zwolle	132.411	132.411	Gouda	75.316	75.316
Leiden	127.089	127.089	Vlaardingen	75.079	75.079

Bron: (CBS, 2023a) (*Allecijfers.nl*, 2023)

Met de definitieve lijst is voor dit onderzoek een nieuwe G40 opgesteld passend bij de (hoog)stedelijke gebieden en ontwikkelingen. Wanneer in dit onderzoek gerefereerd wordt naar de originele groep zal dit gedaan worden als het G40-stedennetwerk. Het stedennetwerk is hier gebruikt als startpunt en inspiratie voor vernieuwde lijst. In *bijlage C* is de geografische ligging en zijn bevolkingsontwikkelingen van de G40 weergegeven. Dit om de relevantie van de gekozen gebieden nogmaals te onderbouwen aan de hand van de ligging, omvang en groei tegenover de Niet-G40.

2.3 Appartementen

In deze paragraaf staat de afbakening van koop- en huurappartementen centraal. Allereerst zal de woningmarkt kort worden ingeleid. Dit is om begrippen af te bakenen en een beeld te krijgen van de markt waar koop- en huurappartementen toe behoren. Vervolgens zal de woningvoorraad verder worden gesegmenteerd in verschillende categorieën, om te onderzoeken welke segmenten naast koop- en huurappartementen nog meer relevant zijn voor dit onderzoek.

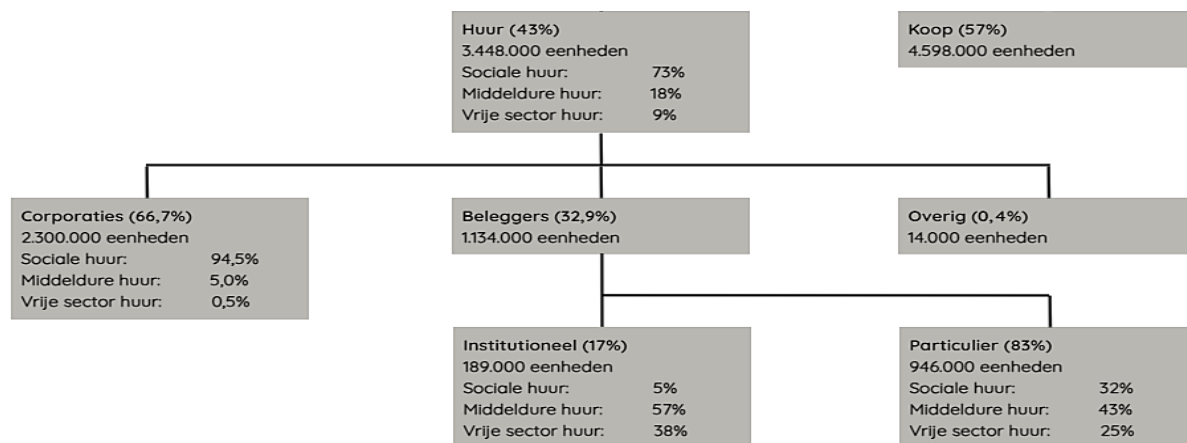
2.3.1 Woningvoorraad

De woningvoorraad zijn alle verblijfsobjecten met een woonfunctie die in gebruik zijn volgens de Basisregistratie Adressen en Gebouwen (ook wel BAG). Deze registratie stelt of een woning opgeleverd en bewoonbaar is (CBS, z.d.-d). De definitie van een woning is, volgens de handleiding woningdefinities van het CBS, een voor woondoeleinden bestemd verblijfsobject, ontsloten via een eigen weg, te betreden vanaf de openbare weg (CBS, 2015). Woningen in de voorraad kunnen een dubbelfunctie hebben, zoals bedrijfsruimte of opslag. Zolang een woning bewoonbaar is en de bouwkundige functie ongewijzigd blijft zal het tot de voorraad blijven behoren (CBS, z.d.-d).

Woningen zijn in te delen in ééngezinswoningen en meergezinswoningen (appartementen). Hier vormt het gebouw van een ééngezinswoning de gehele woning en bestaat het gebouw waarin een appartement zich bevindt, uit meerdere woningen (CBS, z.d.-c). De vraag naar en het aanbod van deze woningen maakt samen de woningmarkt. Deze woningmarkt is op te delen in de woningvoorraad met daarin de koopsector en de huursector (Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, 2023b). Voor extra informatie over algemene en specifieke groei van woningsoorten wordt doorverwezen naar *bijlage D*.

In Nederland bestaat 57% van de totale woningvoorraad uit koopwoningen, de andere 43% zijn huurwoningen. Binnen de huurmarkt kunnen verschillende eigendomsgroepen worden onderscheiden. Van de totale huurmarkt is 66,7% eigendom van woningcorporatie, 32,9% van belegger en 0,4% in eigendom van overige partijen. Deze verdeling is te zien in *Afbeelding 2.1: Opbouw van de koop- en huurvoorraad in Nederland*.

Afbeelding 2.1: Opbouw van de koop- en huurvoorraad in Nederland



Bron: (CapitalValue, 2023)

Volgens de afbeelding van Capital Value kunnen huurwoningen in eigendom van beleggers op worden gedeeld in 17% institutioneel en 83% particulier. Institutionele beleggers zijn instellingen zoals verzekeringsmaatschappijen, pensioenfondsen en beleggingsinstellingen die de beschikking krijgen over gelden om mee te beleggen (CBS, z.d.-a). Particuliere beleggers zijn niet verbonden aan een instelling en beleggen privé met eigen gelden (Beursgenoten, z.d.). In de huurwoningportefeuille van de belegger zitten woningen uit de sociale, midden- en vrije sector. De woningen van de woningcorporaties zijn voornamelijk sociale woningen (CapitalValue, 2023). De splitsing van woningen in segmenten zoals hierboven met huur gedaan is zal in de volgende deelparagraaf verder onderzocht worden.

2.3.2 Woningsegmenten

Nu de opbouw van de woningvoorraad in koop en huur inzichtelijk is, kan de voorraad verder afgebakend worden aan de hand van vastgoedsegmenten. Deze segmenten waar de woningvoorraad in kan worden onderverdeeld zijn weergegeven in *Tabel 2.2: Woningsegmenten* als volgt:

Tabel 2.2: Woningsegmenten

Segmenten	Soorten
Type	- Eengezinswoning - Appartementen
Eigendomssituatie	- Koopwoning - Huurwoning
Prijsklasse koop	Waarde in euro's
Prijsklasse huur	- Sociale huur - Midden huur (vanaf 2024) - Vrije huur
Grootte	Grootte in vierkante meters
Aantal kamers	Per extra kamer
Bouwjaar	In jaargroepen

Bron: (Calcasa, 2023a), (CBS, 2023e) en (Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, 2019)

Om te onderzoeken welke segmenten relevant zijn om mee te nemen in dit onderzoek is gekeken naar de segmenten die voornamelijk voorkomen in (hoog)stedelijke gebieden, zoals de G40. Wanneer bepaalde segmenten in grote mate aanwezig zijn in de G40 of een groot verschil in aantallen hebben in vergelijking de niet-G40, zal dit als afbakening meegenomen worden. In *bijlage E* zijn de vergelijkingen van segmenten tussen de G40 en niet-G40 te zien.

In dit onderzoek zijn appartementen in de koop- en huursector in hoofdstuk 1 al afgebakend, dus deze segmenten worden meegenomen. Als onderbouwing hierop zijn deze segmenten relevant door het hoge aantal appartementen binnen de G40 in vergelijking met de niet-G40. Daarnaast is er een gelijke verdeling tussen koop en huur binnen de G40, waardoor beide mogelijk relevant zijn voor dit onderzoeken.

De huursector is verder op te delen in sociaal, midden en vrij. De koopsector kan opgedeeld worden in verschillende waarden in euro's. Door het middelmatige verschil in de sociale en vrije huursector binnen de G40 (63%/37%) zullen beide huurprijssegmenten worden gebruikt. Ondanks beperkte beschikbare data voor de middenhuur sector, wordt deze wel meegenomen om de toekomstige wens naar buurtvoorzieningen hiervoor in kaart te brengen. Door het grote verschil in koopwoningprijzen tussen de G40 en niet-G40 en binnen de G40 zelf, zullen verschillende koopprijssegment eveneens meegenomen worden.

Met de vier genoemde segmenten zal in beeld gebracht worden wat het verschil in wens is per segment. Hoewel factoren zoals grootte, aantal kamers en bouwjaar sterk variëren per stad, lijkt het minder afhankelijk van de ligging en grootte. Ook worden deze niet meegenomen om het onderzoek overzichtelijk te houden en de praktijktoepassing te vereenvoudigen voor respondenten. (Calcasa, 2023a) (CBS, 2023e).

2.3.3 Koop- en huurappartementen

In deze deelparagraaf zullen de koop- en huurappartementen (zowel sociaal, midden en vrij) gedefinieerd en meetbaar gemaakt worden. Hierin zullen kenmerken van appartementen, de koopmarkt en de huurmarkt in verschillende prijssegmenten worden behandeld.

Soorten die binnen de categorie 'appartement' vallen zijn flats, galerijwoningen, portiekwoningen, maisonnettes, beneden- en bovenwoningen, studio's, bedrijfsbovenwoningen met toegangsdeur buiten de bedrijfsruimte, penthouses en studentenkamers (CBS, z.d.-b) (Calcasa, 2023a). Alle soorten zullen meegenomen worden om een uitgebreid beeld te krijgen bij de praktijktoepassing.

Om de prijsklasseselementen van appartementen meetbaar te maken zal per klasse bekeken worden welke prijzen gangbaar zijn. Sociale huur kent een begrensde huur die bepaald wordt door de kwaliteit van de woning. Op sociale huur geldt een maximale huurverhoging per jaar, een maximaal inkomen om er te mogen wonen en huurtoeslag wanneer de huur niet hoger is dan €808,06 in 2023 (Rijksoverheid, 2023b).

Voor de vrije sector gelden andere regels. Een vrij huurappartement moet een zelfstandige woning zijn, heeft geen huurgrens, heeft wel een maximale jaarlijkse huurverhoging en komt niet in aanmerking voor huurtoeslag. Verder wordt de huurmarkt door de overheid gereguleerd met prijscontroles en huurbescherming (Rijksoverheid, 2023b).

Vanuit de overheid ligt er het plan om vanaf ‘1 januari 2024’ een extra onderverdeling in te voeren; de middenhuur sector. De Wet betaalbare huur zal de prijzen in de middenhuur sector gaan reguleren aan de hand van de WWS-puntentelling, die al bestaat voor de sociale sector. Dit puntensysteem bepaalt de hoogte van de huurprijs door punten te toe te kennen aan bepaalde woningkenmerken, zoals kamer grootte, EPC-label, keuken, douche en WOZ-waarde. Woningen die tussen de 145 en 186 punten vallen, zullen huurderbescherming en een maximale huurprijs tussen de €880,- en €1.100,- krijgen (Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, 2023c).

De waarde van een koopwoning bepalen kan op een aantal manieren. Een buurtvergelijking, kadastraanvraag, online rapport, WOZ-waardering en taxatie kunnen de waarde bepalen (Vereniging eigen huis, z.d.). De WOZ-waarde is een gemeentelijke taxatie en wordt gedaan om belastingen, heffingen en eventuele huur hoogte te bepalen. Met een WOZ-waardering kan de waarde van een onroerende zaak eenvoudig digitaal opgevraagd worden en is voor iedereen toegankelijk. Om deze reden zal de koopprijs in WOZ-waarde worden uitgedrukt om eenvoudig kooprijzen te kunnen schalen en in hoofdstuk 6 de uitvraag naar kooprijzen begrijpelijker te kunnen doen voor respondenten.

Om het kooprijsegmenten op dezelfde manier te splitsen als huur in laag, midden en hoog is gezocht naar een bron of methode. Dit kan in de praktijk op vele manieren gedaan worden. Volgens de database van Calcasa, waar woningsoorten worden gesegmenteerd, zijn kooprijzen te splitsen in 5 segmenten (Calcasa, 2023b). Met de database kan specifiek gekeken worden naar de prijssegmenten van appartementen per gemeente. In het licht van dit onderzoek is gekeken naar het percentage van appartementen per prijssegment binnen de G40. De prijssegmenten en de verdeling van de appartementen in *Tabel 2.3: Prijsklassen koopappartementen* als volgt:

Tabel 2.3: Prijsklassen koopappartementen

Kooprijsegment in WOZ-waarde	Percentage appartementen per prijs segment
< €75.000,-	1,8%
€75.000,- tot €150.000,-	11,6%
€150.000,- tot €250.000,-	35,2%
€250.000,- tot €350.000,-	28,1%
€350.000,- tot €500.000,-	15,9%
> €500.000,-	7,4%

Bron: (Calcasa, 2023b)

Met de bovengenoemde data kan aan de hand van de WOZ-waarde 3 kooprijsegmenten opgesteld worden om te gebruiken in het beroepsproduct. Om een gelijke verdeling te krijgen per prijssegment is aan de hand van de percentages afgebakend. Het lage segment is nu lager dan €250.000,-, het middensegment ligt tussen de €250.000,- en €350.000,- en het hoge segment is hoger dan €350.000,-.

2.4 Deelconclusie

In deze paragraaf is antwoord gegeven op de deelvraag: "Wat doet een vastgoedontwikkelaar in G40-steden die koop- en huurappartementen ontwikkelt?". In dit hoofdstuk zijn een aantal kaders afgebakend aan de hand van de kernbegrippen uit de deelvraag.

Een vastgoedontwikkelaar, die onder te verdelen is in verschillende soorten, fungeert als cruciale schakel in het web van vastgoedontwikkelingen waarbij vele verschillende partijen betrokken zijn. Vastgoedontwikkelaars zijn actief in verschillende fasen van de ontwikkeling en zijn daarin voornamelijk actief in de (hoog)stedelijke gebieden, zoals de G40. De G40 zijn de 40 grootste gemeenten met een woonplaats met minimaal rond de 70.000 inwoners.

De soorten vastgoedontwikkelaars zijn te onderscheiden in manier van financieren, soort activiteiten die ze uitvoeren, het soort opdrachtgever en in hun verdienmodel.

De woningen waar deze vastgoedontwikkelaars onder andere mee te maken hebben kunnen onderverdeeld worden in koop- en huurappartementen met daarin weer verschillende segmenten.

Koopappartementen kunnen worden ontwikkeld in het lage segment, voor lager dan €250.000, in het middensegment, tussen de €250.000 en €350.000, en in het hoge segment, waar alles boven de €350.000 toe behoort. Huurappartementen kunnen ook op deze wijze onderverdeeld worden: in sociale huur, dat is onder de €808,06, middenhuur, dat zit tussen sociaal en hoog in, en hoge huur, deze klasse geldt voor alles boven de €1.100 per maand.

Met de meetbare afbakeningen zal, samen met hoofdstuk 3, in hoofdstuk 4 het beroepsproduct ontworpen worden voor vastgoedontwikkelaars. Dit om de wensen van bewoners van koop- en huurappartementen in verschillende prijzen in de G40 inzichtelijk te krijgen.

3. Aspecten van buurtvoorzieningen voor klantsegmenten

In hoofdstuk 3 worden begrippen afgebakend en wordt antwoord gegeven op de deelvraag: “Wat zijn buurtvoorzieningen en aspecten hiervan voor verschillende klantsegmenten?”. Het hoofdstuk is opgedeeld in 3 paragrafen. In paragraaf 3.1 worden buurtvoorzieningen afgebakend aan de hand van gegevens over de gemiddelde afstand tot bepaalde voorzieningen. Deze afstand geeft, met het in de aanleiding genoemde 15-minuten-principe, aan welke voorzieningen als buurtvoorzieningen kunnen worden beschouwd. Verder worden in deze paragraaf voorzieningsaspecten in kaart gebracht, waarmee wordt bepaald op welke manieren de wensen meetbaar zijn. In paragraaf 3.2 worden de verschillende klantsegmenten als doelgroep toegelicht om personen in een appartement in de G40 te kunnen verdelen. Met deze verdeling worden de wensen per klantsegment in kaart gebracht. Aan het einde van het hoofdstuk zal in paragraaf 3.3 een conclusie worden getrokken.

3.1 Aspecten van buurtvoorzieningen

In deze paragraaf zullen buurtvoorzieningen en verschillende aspecten van voorzieningen afgebakend worden. Eerst zal in deelparagraaf 3.1.1 de definitie van een voorziening, de indeelbare voorzieningsgroepen en alle mogelijke voorzieningen afgebakend worden. Dit om overzichtelijk te krijgen welke buurtvoorzieningen bestaan en welke in de praktijktoetsing bevraagd kunnen worden. Vervolgens zullen in deelparagraaf 3.1.2 de aspecten die invloed hebben op een voorziening in kaart gebracht worden. Hiermee wordt beoordeeld of er, naast de wens naar een voorziening, nog andere aspecten in het beroepsproduct passen. Als laatste zullen de buurtvoorzieningen en voorzieningsaspecten in deelparagraaf 3.1.3 als meetbare afbakening weergegeven worden voor de toepassing in het beroepsproduct.

3.1.1 Samengestelde lijst aan voorzieningen

Een voorziening is in basis een grote groep van allerlei soorten functies die te onderscheiden zijn in verschillende groepen en soorten (CBS, 2023d). Buurtvoorzieningen hebben als doel om een buurt aantrekkelijk te maken en om deze te voorzien in dagelijkse behoeften. Voorbeelden van voorzieningen zijn supermarkten, horeca, busstations, basisscholen, huisartsenpraktijken, buurtcentra en sportfaciliteiten (Gemeente Arnhem, 2024). Een begrip bij buurtvoorzieningen in de gebiedsontwikkeling door vastgoedontwikkelaars is de, het al in hoofdstuk 1 benoemde, 15-minuten-principe (Monster, 2021).

In Nederland zijn vele soorten voorzieningen te vinden. In *bijlage F* zijn voorzieningen van diverse bronnen opgesomd in meerdere lijsten. Aan de hand van alle bronnen is een samengestelde lijst opgesteld. Deze lijst bevat een opsomming en filtering in dubbel van alle verzamelde data. De lijst is ingedeeld in voorzieningsgroepen met de verschillende branches, voorzieningssoorten en onderverdelingen/kenmerken met specifieke voorzieningen die tot de voorzieningssoorten behoren. De samengestelde lijst is weergegeven in *Tabel 3.1: Samengestelde lijst van voorzieningen* als volgt:

Tabel 3.1: Samengestelde lijst van voorzieningen

Voorzieningsgroep	Voorzieningssoort	Onderverdeling/kenmerk	Bron
Gezondheidszorg en welzijn	Huisartsenpraktijken	• Praktijk • Post	(CBS, 2022c)
	Apotheken	incl. of excl. apotheekhoudende huisarts.	(CBS, 2022c)
	Ziekenhuizen	incl. of excl. Buitenpolikliniek.	(CBS, 2022c)
	Consultatiebureaus		(CBS, 2022c)
	Fysiotherapie		(CBS, 2022c)
	Geestelijke gezondheidszorg		(Sociaal en Cultureel planbureau, z.d.)
	Tandartsen		(Basismonitor Groningen, 2023)
	Verpleging en verzorging		(Sociaal en Cultureel planbureau, z.d.)
	Gehandicapte zorg		(Sociaal en Cultureel planbureau, z.d.)
Detailhandel	Jeugdzorg		(Sociaal en Cultureel planbureau, z.d.)
	Grote supermarkten	Winkels met een minimale oppervlakte van 150 m ² . Voorbeelden hiervan zijn Albert Heijn, Jumbo, Lidl en Aldi.	(CBS, 2022c)
	Levensmiddelen-zaken	Mini-supermarkten, toko's, nacht-winkels, reformwinkels, ziekenhuiswinkels, diepvriesartikelenwinkels, biologische levensmiddelenzaken, buitenlandse levensmiddelenzaken en tankstations.	(CBS, 2022c)
	Ambulante handel		(Retail Insider, z.d.)
	Foodspeciaalzaken	AGF-speciaalzaken/groenteboer, brood- en banketzaken, kaas- en delicatessewinkels, vlaaienwinkels, koffie/theewinkels, notenwinkels, snoep/zoetwarenwinkels, tabakswinkels, chocolaterieën poeliers, slagerijen, wijnwinkels/slijterijen en viswinkels.	(Retail Insider, z.d.)
	Consumenten-elektronica	Computershops, elektronicawinkels, fotozaken en telecomwinkels.	(Retail Insider, z.d.)
	Educatie & vrijetijd	Boekhandel, CD-winkels, kantoorboek- en vakhandel, muziekhandel, tabak en gemakszaken, speelgoedzaken en tweewielerspeciaalzaken.	(Retail Insider, z.d.)
	Huis & Tuin	Bloemenwinkels, bouw winkels en winkels met algemeen assortiment, dierenspeciaalzaken, houten tuin- en bouwmaterialen, huishoudelijke artikelenzaken, speciaalzaken in ijzerwaren en gereedschappen, tuincentra en verf en behangzaken.	(Retail Insider, z.d.)
	Kleding, schoenen & sport	Algemene textielzaken, baby- en kindermode, bodyfashion, dames- en herenmode, damesmode, herenmode, lederwarenzaken, modeartikelen en bijouterieën, sport- en kampeerszaken, schoenenzaken, textielsupermarkten.	(Retail Insider, z.d.)
	Persoonlijke verzorging	Drogisterijen, juweliers, optiekzaken en parfumerieën.	(Retail Insider, z.d.)
	Warenhuizen	De verkochte producten behoren tot 8 of meer branches, bv. de HEMA en de Bijenkorf	(Retail Insider, z.d.)
	Woninginrichting	Gemengde woonzaken, keuken- en badkamerzaken.	(Retail Insider, z.d.)

Onderwijs en opvang	Kinderopvang	Kinderen tussen 0 en 4.	(CBS, 2022c)
	Buitenschoolse opvang	Kinderen van basisschoolleeftijd.	(CBS, 2022c)
	Basisonderwijs		(CBS, 2022c)
	Voortgezet onderwijs	Vmbo en Havo/Vwo	(CBS, 2022c)
	Beroeps- en hoger onderwijs	MBO, hogeschool en Universiteit.	(Sociaal en Cultureel planbureau, z.d.)
Horeca	Cafés	Café, koffiehuis, coffeeshops, discotheken, seks/nachtclubs en partycentra.	(CBS, 2022c)
	Cafetaria	Fastfoodrestaurants, grillroom/shoarmazaken, lunchrooms, pannenkoekenhuizen en ijssalons.	(CBS, 2022c)
	Restaurants	Restaurants, café-restaurants en afhaal/thuisbezorging.	(CBS, 2022c)
Economische activiteiten	Landbouw, bosbouw en visserij		(CBS, 2022c)
	Nijverheid en energie	- Delftstof winning - Industrie - Bouwnijverheid - Productie en distributie van en handel in elektriciteit, aardgas, stoom en gekoelde lucht - Winning en distributie van water; afval en afvalwaterbeheer	(CBS, 2022c)
	Commerciële dienstverlening	- Groot en detailhandel; reparatie van auto's - Vervoer en opslag - Logies-, maaltijd- en drankverstrekking - Informatie en communicatie - Financiële instellingen - Verhuur van en handel in onroerend goed - Advisering, onderzoek en overige specialistische zakelijke dienstverlening - Verhuur van roerende goederen en overige zakelijke dienstverlening	(CBS, 2022c)
	Niet-commerciële dienstverlening	- Openbaar bestuur, overheidsdiensten, en verplichte sociale verzekeringen - Onderwijs - Gezondheids- en welzijnszorg - Cultuur, sport en recreatie - Overige dienstverlening - Huishoudens als werkgever; niet-gedifferentieerde productie van goederen en diensten door huishoudens voor eigen gebruik - Extraterritoriale organisaties en lichamen	(CBS, 2022c)
Vrije tijd en cultuur	Bibliotheek		(CBS, 2022c)
	Sportvoorzieningen	- Binnensport, sporthallen en fitness - Buitensport en sportvelden - Zwembad - Kunstijsbaan	(CBS, 2022c)/ (Basismonitor Groningen, 2023)
	Musea		(CBS, 2022c)
	Podiumkunsten	Poppodium	(CBS, 2022c)
	Bioscopen		(CBS, 2022c)
	Recreatief	- Sauna - Zonnebank - Attractie	(CBS, 2022c)
Openbare voorzieningen	Openbaar vervoer	Treinen, sneltrams, trams, metro, bussen, trolleybussen en schepen.	(Basismonitor Groningen, 2023)
	Openbaar groen	Park, plantsoen, dagrecreatief terrein, bos en open natuurlijk terrein.	(CBS, 2022c)
	Openbare ruimte	Buurthuizen, pleinen, culturele centra en straatmeubilair, voorzieningen voor jongeren/ouderen/beperkingen.	(CBS, 2022c)/ (Basismonitor Groningen, 2023)

Overheidsvoorzieningen	Veiligheid en justitie	Politie, openbaar ministerie, rechtspraak, penitentiaire inrichting, brandweer.	(Sociaal en Cultureel planbureau, z.d.)
	Belastingdienst		(Sociaal en Cultureel planbureau, z.d.)
	Publieke omroep		(Sociaal en Cultureel planbureau, z.d.)
Sociale voorzieningen	Uitvoeringsinstituut Werknemers-verzekering		(Sociaal en Cultureel planbureau, z.d.)
	Sociale Verzekeringsbank		(Sociaal en Cultureel planbureau, z.d.)
	Sociale werkvoorziening		(Sociaal en Cultureel planbureau, z.d.)

Opmerking: Samengestelde lijst aan de hand van bronnen uit de bijlage

Niet elke voorziening is een buurtvoorziening. Met de samengestelde lijst zal een afbakening gemaakt worden in buurtvoorzieningen. Uit de theorie is geen specifieke voorzieningslijst voor buurtvoorzieningen beschikbaar. Wel zijn de eerdergenoemde buurtvoorzieningssoorten, zoals supermarkten, horeca, busstations, basisscholen, huisartsenpraktijken, buurtcentra en sportfaciliteiten vastgesteld (Gemeente Arnhem, 2024). Deze worden met de onderverdelingen uit de lijst meegenomen. Verder zal de lijst tijdens de praktijktoetsing gebruikt worden om aan experts voor te leggen voor het aanvullen van het beroepsproduct.

De afbakening naar buurtvoorzieningen zal gebeuren aan de hand van de afstand tot een voorzieningen met het 15-minuten-principe. Het 15-minuten-principe drukt de afstand tot een voorziening uit in tijd. Volgens Google Maps kan met 15 minuten lopen een afstand van ongeveer 1 km afgelegd worden (Google Maps, 2024). De fietsbare voorzieningen zullen hierin achterwege gelaten worden, omdat in 15 minuten fietsen een afstand van 3 km afgelegd kan worden. Dit valt niet binnen het begrip buurtvoorziening.

Om de buurtvoorzieningen af te bakenen zijn in *Tabel 3.2: Afstand van voorzieningen tot gebruiker* de afstanden en aantallen van voorziening tot gebruiker per voorzieningssoort weergegeven. De afstand is in gemiddelde kilometers van voorziening tot woning in de G40. De aantallen zijn weergegeven in het gemiddelde aantal voorzieningen tot een woning in een straal van 1 kilometer in de G40. Beide kolommen worden gebruikt om te bepalen of een voorziening binnen het 15-minuten-principe past.

Tabel 3.2: Afstand van voorzieningen tot gebruiker

Voorzieningssoort	Gemiddelde afstand in km	Gemiddelde aantal in een straal van 1 km
Openbaar groen	0,46 km	-
Kinderdagverblijf	0,56 km	3,36
Fysiotherapie	0,60 km	2,95
Buitenschoolse opvang	0,63 km	2,57
Cafetaria en dergelijke	0,67 km	6,62
Overige dagelijkse levensmiddelen	0,69 km	8
Basisonderwijs	0,69 km	1,83
Restaurants	0,71 km	9,55
Grote supermarkten	0,77 km	2,06
Semi-openbaar groen	0,79 km	-
Huisartsenpraktijken	0,87 km	1,43
Apotheken	1,02 km	-
Cafés en dergelijke	1,28 km	3,71
Consultatiebureaus	1,33 km	-
Voorgezet onderwijs	1,68 km	1,69
Bibliotheek	1,96 km	-
Recreatief (sauna, zonnebank en attractie)	2,00 tot 5,89 km	0,38
Oprit hoofdverkeersweg	2,01 km	-
Hotels en dergelijke	2,10 km	3,09
Warenhuizen	2,20 km	0,58
Sport (zwembad)	2,90 km	-
Podiumkunst en poppodium	2,99 tot 4,90 km	0,69
Treinstations	3,22 km	-
Ziekenhuis (incl. poli.)	3,24 km	0,29
Musea	3,79 km	0,74
Bioscoop	4,03 km	0,35

Bron: (Calcasa, 2018) (CBS, 2022b)

De voorzieningssoorten die gekozen zijn om verder af te bakenen naar buurtvoorzieningen zijn in het groen aangegeven. Dit zijn voorzieningssoorten die passen in 15-minuten-principe, omdat het binnen een kilometer lopen is. Naast de afgebakende voorzieningssoorten in de tabel hierboven worden busstations, buurtcentra en sportfaciliteiten eveneens meegenomen. Deze soorten zijn eerder onderbouwd met bronnen en passen binnen het begrip buurtvoorziening.

Met de voorzieningssoorten afgebakend in buurtvoorzieningssoorten zal een verdere uitsplitsing worden gemaakt in specifieke buurtvoorzieningen aan de hand van de onderverdelingen uit de samengestelde lijst. Dit om met de praktijktoepassing specifieke voorbeelden van buurtvoorzieningen te kunnen geven per soort. De uitsplitsing zal gebeuren in paragraaf 3.1.3.

3.1.2 Aspecten van voorzieningen

Met het overzicht van de buurtvoorzieningssoorten zal onderzocht worden welke aspecten bij een voorziening van toepassing zijn. Deze aspecten kunnen gebruikt worden om de wensen naar buurtvoorzieningen scherper in beeld te krijgen of te onderbouwen.

Aspecten die van invloed zijn op een voorziening zijn kwaliteit, kwantiteit, spreiding, beschikbaarheid, bereikbaarheid, en toegankelijkheid. Deze aspecten dragen bij aan het sociaal-maatschappelijk functioneren van een gebied (Gemeente Rotterdam, 2020). Daarnaast zijn gebruiksintensiteit, bezoekersaantallen en overlast ook relevante kaders voor het beoordelen van voorzieningen (Overheid.nl, 2023). In *bijlage G* wordt elk aspect toegelicht.

Per aspect zal beoordeeld worden of deze de wens naar een voorziening van een gebruiker uit en/of het past in het 15-minuten-principe. De beoordeling is op arbitraire wijze uitgevoerd wegens het gebrek aan een specifieke informatie over buurtvoorzieningen. Deze wijze wordt echter wel getoetst bij experts in praktijk. Voor dit onderzoek worden de volgende aspecten gebruikt:

- **Beschikbaarheid:** om te bepalen welke voorzieningen het meest gewenst zijn in een buurt, wordt gekeken naar de beschikbaarheid ervan, gebaseerd op de wensen van de buurtbewoners.
- **Bereikbaarheid:** om inzicht te krijgen in de meest gewenste afstand tot een voorziening, wordt gekeken naar de bereikbaarheid ervan, wat helpt bij het bepalen van de maximale afstand tot voorzieningen.
- **Gebruiksintensiteit:** om het gebruik van voorzieningen te onderzoeken, wordt gekeken naar de frequentie waarmee buurtbewoners verschillende voorzieningen bezoeken binnen een bepaald tijdsbestek.

Aspecten zoals kwaliteit, kwantiteit, spreiding, toegankelijkheid en bezoekersaantallen worden niet meegenomen omdat ze zich voornamelijk richten op de voorziening zelf, de locatie ervan of de fysieke eigenschappen, en minder op de wensen van de bewoners. Overlast wordt ook niet meegenomen omdat dit voorzieningen meet die het minst gewenst zijn door de ondervonden hinder.

3.1.3 Buurtvoorzieningen en voorzieningsaspecten

Nu de voorzieningsaspecten en de afbakeningsmethode voor de buurtvoorzieningssoorten in kaart zijn gebracht, kan per onderdeel een overzicht worden gemaakt. In deze overzichten zullen de aspecten en voorzieningen meetbaar gemaakt worden om toe te kunnen passen in het beroepsproduct. In *Tabel 3.3: Buurtvoorzieningenlijst* is een overzicht gemaakt van de voorzieningssoorten passend binnen het 15-minuten-principe uit de vorige deelparagraaf in de eerste kolom. De voorzieningssoorten zijn vervolgens, aan de hand van de samengestelde lijst, in de tweede kolom opgedeeld in buurtvoorzieningen. De buurtvoorzieningen zijn in kolom drie verder onderbouwd aan de hand van bijbehorende onderverdeling of kenmerken.

Tabel 3.3: Buurtvoorzieningenlijst

Voorzieningssoort	Buurtvoorzieningen	Onderverdeling/kenmerk
Huisartsenpraktijk	Huisartsenpraktijken	
Apotheek	Apotheken	incl. en excl. apotheekhoudende huisarts.
Fysiotherapie	Fysiotherapie	
Grote supermarkten	Grote supermarkten	Winkels met een minimale oppervlakte van 150 m ² . Voorbeelden zijn Albert Heijn, Jumbo, Lidl en Aldi.
Overige dagelijkse levensmiddelen	Levensmiddelenzaken	Mini-supermarkten, toko's, nacht-winkels, reformwinkels, ziekenhuiswinkels, diepvriesartikelenwinkels, biologische levensmiddelenzaken en buitenlandse levensmiddelen zaken.

	Groenteboeren	AGF-speciaalzaken en groenteboeren.
	Bakkerijen	Brood- en banketzaken.
	Delicatessewinkels	Kaaswinkels, delicatessewinkels, vlaaiwinkels, koffie/theewinkels, notenwinkels, snoep/zoetwaren winkels en chocolaterieën.
	Tabakswinkels	Rookwaren, loten en dagbladen verkoop.
	Vlees- en viswinkels	Poeliers, slagerijen en viswinkels.
	Slijterijen	Wijnwinkels en slijterijen.
Cafés en dergelijke	Cafés	Cafés, koffiehuis, coffeeshops, discotheken en partycentra.
Cafetaria en dergelijke	Cafetaria	Fastfoodrestaurants, grillroom/shoarmazaken, lunchrooms, pannenkoekenhuizen en ijssalons.
Restaurants	Restaurants	Restaurants, café-restaurants en afhaal/thuisbezorging.
Hotels en dergelijke	Hotels	Hotels, hostels en hotel-restaurants.
Kinderdagverblijf	Kinderdagverblijf	Kinderen tussen 0 en 4.
Buitenschoolse opvang	Buitenschoolse opvang	Kinderen van basisschoolleeftijd
Basisonderwijs	Basisonderwijs	
Voortgezet onderwijs	Voortgezet onderwijs	Vmbo en Havo/Vwo
Sportfaciliteiten	Sportvoorzieningen	• Binnensport, sporthallen en fitness • Buitensport en sportvelden
Openbaar groen	Openbaar groen	Parken, plantsoenen, bossen en open natuurlijk terrein
Semi-openbaar groen	Semi-openbaar groen	Volkstuinen, verblijfrecreatief terrein en recreatief water
Buurtcentra	Openbare ruimte	Buurthuizen, pleinen, culturele centra en straatmeubilair, voorzieningen voor jongeren/ouderen/beperkingen.
Busstations	Openbaar vervoer	Treinen, sneltrams, trams, metro, bussen en trolleybussen.

Opmerking: Lijst opgesteld aan de hand van eerdere bronnen

Zoals te zien in *Tabel 3.3: Buurtvoorzieningenlijst* zijn de overige dagelijkse levensmiddelen in een aantal extra groepen onderverdeeld, omdat detailhandel uit de CBS-dataset in 2 groepen is verdeeld met meer dan 20 onderverdelingen. De nieuwe verdelingen zijn gedaan met behulp van de cijfers van het CBS en de samengestelde lijst. De overige dagelijkse levensmiddelen soort is nu opgedeeld in 7 buurtvoorzieningen met bijbehorende onderverdelingen. Ook zijn de buurtvoorzieningen busstations, buurtcentra en sportfaciliteiten toegevoegd. Deze buurtvoorzieningen zijn gegroepeerd in een overkoepelende voorzieningsgroep op basis van de samengestelde lijst, met een aantal onderverdelingen. Buurtcentra vallen onder de categorie openbare ruimte, sportfaciliteiten vallen onder sportvoorzieningen en busstations onder openbaar vervoer.

De opdelingen zijn arbitrair gedaan door de voorzieningssoorten te koppelen met vergelijkbare voorzieningen. Met deze koppeling kan een uitgebreider beeld verkregen worden van de wens in de praktijktoepassing. Daarnaast wordt de lijst met 24 voorzieningen overzichtelijk en begrijpelijk gehouden. De arbitraire werkwijze en uiteindelijke buurtvoorzieningenlijst wordt bij experts getoetst in hoofdstuk 5.

Naast de buurtvoorzieningen is onderzoek gedaan naar voorzieningsaspecten voor in het beroepsproduct. De voorzieningsaspecten die relevant zijn om toe te passen in de praktijk zijn beschikbaarheid, bereikbaarheid en gebruikersintensiteit. Door in de praktijk te vragen naar de wens naar, de maximale afstand tot en het gebruik van een voorziening in een bepaalde periode, kan een nog duidelijker beeld geschetst worden van de toegevoegde waarde van bepaalde buurtvoorzieningen.

Om beschikbaarheid meetbaar te maken wordt gevraagd naar hoe gewenst een voorziening is. Hier zal een schaal van 'helemaal niet' tot 'heel erg belangrijk' gebruikt worden. Voor het meetbaar maken van het aspect bereikbaarheid moeten afstandskeuzes geformuleerd worden. In het licht van het begrip 15-minuten-stad zal de gewenste afstand tussen 0 en >1 km bevestigd worden. Bij deze afstand is voor de verduidelijking de tijd die voor het overbruggen van een bepaalde afstand nodig is bijgevoegd. Het aspect gebruikersintensiteit zal bevestigd worden op dag- en weekbasis, om te meten of voorzieningen regelmatig bezocht worden. Deze aspecten zullen per voorziening bij respondenten uitgevraagd worden. Met de schaal van Likert, genoemd in hoofdstuk 1, moeten deze aspecten in 5 punten uit te drukken zijn (SurveyMonkey, z.d.). In *Tabel 3.4: Klantsegmenten kenmerken* de afgebakende keuzes als volgt geformuleerd:

Tabel 3.4: Schalen per aspect

Aspecten	Mogelijke keuzes
Wens naar buurtvoorzieningen	• Helemaal niet belangrijk
	• Niet belangrijk
	• Neutraal
	• Een beetje belangrijk
	• Heel erg belangrijk
Maximale afstand van voorziening tot een woning in meter en kilometers (benodigde tijd bij lopen en fietsen)	• Binnen 100 m (Minder dan 1,5 min lopen)
	• 100 m tot 250 m (1,5 tot 3,5 min lopen)
	• 250 m tot 500 m (3,5 tot 7,5 min lopen)
	• 500 m tot 1 km (7,5 tot 15 min lopen)
	• Buiten 1 km (Meer dan 15 min lopen)
Gebruik van de voorziening door een bewoner op dag- of weekbasis	• Meer dan 1 keer per dag
	• 1 keer per dag
	• Meer dan 1 keer per week
	• 1 keer per week
	• Minder dan 1 keer per week

Opmerking: eigen tabel (m=meter, km=kilometer, min=minuten)

3.2 Klantsegmentatie

In deze paragraaf zullen de doelgroepen vastgesteld worden aan de hand van klantsegmentatie. In deelparagraaf 3.2.1 zal allereerst de gekozen klantsegmentatie methode afgebakend worden om te gebruiken in dit onderzoek. Dit zal gedaan worden met een korte uitleg over de database en een overzicht van de klantsegmenten. Vervolgens zullen in deelparagraaf 3.2.2 de klantsegmenten meetbaar gemaakt worden voor in de praktijk, om deze te kunnen segmenteren.

3.2.1 Klantsegmentatie methode

Doelgroepen bepalen kan op verscheidene manieren. Een doelgroep is een groep mensen die in één of meer kenmerken onderscheiden kan worden (Market Response, 2020). Met een doelgroepanalyse wordt onderzoek gedaan naar huidige en toekomstige klanten (KVK, 2022). Klantsegmentatie is een markteringsmethode om verschillende soorten klanten te verdelen in subgroepen. Deze verdeling wordt eveneens gedaan aan de hand van een aantal kenmerken (FourweekMBA, z.d.). In *bijlage H* wordt uitgebreider in gegaan op de verschillende kenmerken binnen doelgroepen en klantsegmenten.

Klantsegmentatie kent verschillende methoden van diverse marketingorganisaties. Na het bestuderen van de verschillende methoden is te zien dat deze veel overeenkomsten met elkaar hebben. Het verschil per methode zit voornamelijk in het gebruik van leefstijlen, vrijetijdsbestedingen en koopgedrag. Dit is te zien in de omschreven segmenten in *bijlage I*. In dit onderzoek is gekozen om te werken met de Whize klantsegmentatie methode, omdat met deze methode hoofdzakelijk met specifieke demografische gegevens kan worden gesegmenteerd. Demografische gegevens staan vast, zoals leeftijd en huishoudenssamenstelling. Deze gegevens zijn eenvoudiger te verzamelen dan de psychografische gegevens over leefstijlen, vrijetijdsbestedingen en koopgedrag. Dit gaat voornamelijk over emotie en gedrag van klanten.

3.2.2 Whize klantsegmentering

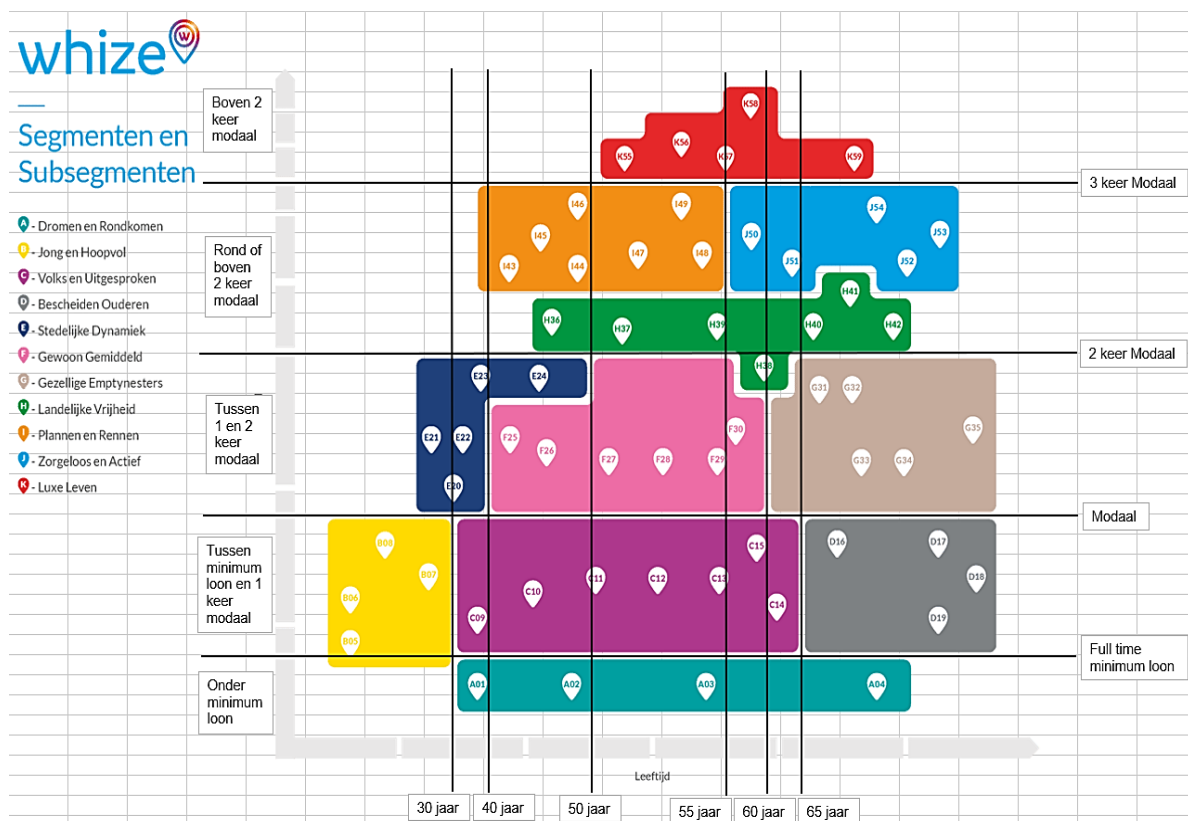
Volgens de klantsegmentatiemethode van Whize zijn Nederlandse huishoudens in te delen in 11 segmenten, onderverdeeld in 59 sub-segmenten. In dit onderzoek wordt gefocust op deze segmenten zonder de sub-segmenten te behandelen. De segmenten zijn gebaseerd op verschillende criteria zoals leeftijd, burgerlijke staat, inkomen en hobby's. Deze segmentatie helpt bij het begrijpen van sociodemografische kenmerken, levensstijl, koopgedrag en mentaliteit (Whize, 2023). De segmenten worden door Whize onderscheiden van A tot K in de criteria; leeftijd, burgerlijke staat, gezinssamenstelling, dienstverband, opleiding, inkomen, soort woning, soort vervoersmiddel en hobby's. Dit onderscheid per klantsegment is te vinden in *bijlage J*.

De Whize segmenten worden gebruikt om respondenten in de praktijktoepassing te onderscheiden. Het segment dat niet relevant is voor koop- en huurappartementen in de G40 is 'landelijke vrijheid', wat verwijst naar mensen die buitenaf in eengezinswoningen wonen. Alle andere segmenten zijn bruikbaar voor dit onderzoek. De belangrijkste criteria voor segmentatie binnen Whize zijn leeftijd en inkomen (Whize, z.d.). De grafiek van Whize met prijs en leeftijdsgrenslijnen, zoals te zien in *Afbeelding 3.1: Klantsegmenten grafiek*.

Door mogelijke overlapping in inkomen en leeftijd wordt in de praktijktoepassing naar additionele gegevens gevraagd om te segmenteren. Deze gegevens zijn aan de hand van de Whize criteria als volgt arbitrair beoordeeld en getest:

- Burgerlijke staat en gezinssamenstelling kan samengevoegd worden in huishoudenssamenstelling, dit maakt 4 opties om uit te kiezen.
- Opleiding en dienstverband zijn afgevallen vanwege de gelijke overlapping met inkomen.
- Het vervoersmiddel, specifiek de auto, is onderscheidend en makkelijk te bevragen, dus dit wordt behouden.
- Het soort woning is in het vorige hoofdstuk al afgebakend in koop- en huurappartementen, dus verdere onderscheiding is niet nodig.
- Hobby's worden niet gebruikt vanwege de beperkte relevantie en complexiteit in de praktijk

Afbeelding 3.1: Klantsegmenten grafiek



Bron: (Whooz, 2019)

Daarnaast kan ook het geslacht worden meegenomen om verschillen in wensen naar voorzieningen tussen man, vrouw of anders te onderzoeken. Alle genoemde criteria zijn afgebakend in meetbare variabelen, weergegeven in *Tabel 3.4: Klantsegmenten kenmerken*:

Tabel 3.4: Klantsegmenten kenmerken

Kenmerken	Variabelen
Geslacht	- Man - Vrouw - Anders
Leeftijd	Vanaf 18 jaar
Huishoudenssamenstelling	- Samenwonend zonder kinderen - Samenwonend met kinderen - Alleenstaand zonder kinderen - Alleenstaand met kinderen
Gezamenlijk inkomen (bruto per jaar)	- Lager dan €26.500,- (tot minimumloon) €26.500,- tot €44.000,- (tot modaal) €44.000,- tot €88.000,- (tot 2 keer modaal) €88.000,- tot €132.000,- (tot 3 keer modaal) - Hoger dan €132.000,- (boven 3 keer modaal)
Vervoersmiddel	- Geen auto 1 auto - Meer dan 1 auto

Bron: (Whooz, 2019) en (CBS, 2023c)

Voor het vereenvoudigen van de inkomensgroepen voor de praktijktoepassing is gezocht naar een andere methode dan Whize. In de tabel is gekozen om het inkomen in decielen te verdelen, omdat Whize inkomen in onder, op of boven modaal classificeert. Decielen zijn inkomensklassen per 10% van de Nederlandse bevolking (CBS, 2023c). De decielen zorgen voor een gelijke verdeling in mensen binnen bepaalde inkomensklassen. Deze zijn voor dit onderzoek samengevoegd en onderscheiden in de bedragen volgens de tabel hierboven. De bedragen in de tabel zijn bepaald met de gegevens uit *Afbeelding 3.1: Klantsegmenten grafiek*.

Met de meetbare variabelen binnen de gekozen criteria kan in de praktijk achterhaalt worden in welk klantsegment een persoon hoort om deze te verdelen in het beroepsproduct. De manier van verdelen aan de hand van de Whize segmenten, de Whize grafiek en meetbare variabelen in *Tabel 3.5: Indeling klantsegmenten* als volgt:

Tabel 3.5: Indeling klantsegmenten

Klantsegmenten	Leeftijd	Inkomen	Huishoudenssamenstelling	Vervoersmiddel
A: Dromen en Rondkomen	Alle leeftijden	Lager dan €26.500,-	Alleenstaand of samen met of zonder thuiswonende kinderen	Geen auto
B: Jong en Hoopvol	< 30	Lager dan €26.500,- en €26.500,- tot €44.000,-	Alleenstaand zonder thuiswonende kinderen	Geen auto
C: Volk en Uitgesproken	Alle leeftijden	€26.500,- tot €44.000,-	Alleenstaand of samen met of zonder thuiswonende kinderen	Geen auto
D: Bescheiden Ouderen	> 65	€26.500,- tot €44.000,-	Alleenstaand of samen zonder thuiswonende kinderen	Geen auto
E: Stedelijke Dynamiek	< 50	€44.000,- tot €88.000,-	Alleenstaand of samen voornamelijk zonder thuiswonende kinderen	Geen auto
F: Gewoon Gemiddeld	30 tot 60	€44.000,- tot €88.000,-	Alleenstaand of samen voornamelijk met thuiswonende kinderen	1 of meer dan 1 auto
G: Gezellige Emptynesters	> 60	€44.000,- tot €88.000,-	Samen zonder thuiswonende kinderen	1 auto
I: Plannen en Rennen	< 65	€88.000,- tot €132.000,-	Alleenstaand of samen met thuiswonende kinderen	1 of meer dan 1 auto
J: Zorgeloos en Actief	> 50	€44.000,- tot €88.000,- en €88.000,- tot €132.000,-	Alleenstaand of samen zonder thuiswonende kinderen	Geen, 1 of meer dan 1 auto
K: Luxe Leven	Alle leeftijden	Rond of boven dan €132.000,-	Alleenstaand of samen met of zonder thuiswonende kinderen	1 of meer dan 1 auto

Opmerking: Lijst opgesteld aan de hand van eerdere bronnen

3.3 Deelconclusie

In deze paragraaf wordt antwoord gegeven op de deelvraag: "Wat zijn buurtvoorzieningen en aspecten hiervan voor verschillende klantsegmenten?". Daarnaast wordt aan de hand van eerder besproken stukken een conclusie getrokken.

Een voorziening is in basis een grote groep van allerlei soorten functies die te onderscheiden zijn in verschillende groepen en soorten. Buurtvoorzieningen hebben als doel een buurt aantrekkelijk te maken en te voorzien in dagelijkse behoeften. Voorbeelden van voorzieningen hierin zijn supermarkten, horeca, busstations, basisscholen, huisartsenpraktijken, buurtcentra en sportfaciliteiten.

Buurtvoorzieningen, die aan de hand van het 15-minuten-principe binnen 1 km te bereiken zijn, hebben meerdere aspecten. Het 15-minuten-principe onderscheidt buurtvoorzieningen van andere geografisch niveaus door te kijken naar de afstand tussen voorziening en gebruiker. Dit principe wordt vaker gebruikt door vastgoedontwikkelaars. Aan de hand van deze methoden zijn 24 buurtvoorzieningen met een aantal onderverdelingen afgebakend. De soorten voorzieningsaspecten zijn kwaliteit, kwantiteit, spreiding, beschikbaarheid, bereikbaarheid, toegankelijkheid, gebruiksintensiteit, bezoekersaantallen. Hieruit zijn beschikbaarheid, bereikbaarheid en gebruiksintensiteit de aspecten die aansluiten op het in kaart brengen van gewenste voorzieningen voor een buurtbewoner. Deze 3 aspecten drukken zich uit in wens naar, afstand tot en gebruik van de buurtvoorzieningen.

De gebruikers van de buurtvoorzieningen zijn in te delen in verschillende klantsegmenten. Nederlandse huishoudens zijn volgens de Whize methode in te delen in 11 segmenten. De criteria in deze segmenten zijn leeftijd, burgerlijke staat, gezinssamenstelling, dienstverband, opleiding, inkomen, soort woning, soort vervoersmiddel en hobby's. In dit onderzoek zal de afbakening van de 10 gekozen klantsegmenten gebeuren aan de hand van leeftijd, inkomen, huishoudenssamenstelling en vervoersmiddel. Leeftijd en inkomen zijn de belangrijkste segmentatie criteria en huishoudenssamenstelling en vervoersmiddel kunnen overlap in segmenten onderscheiden. Geslacht wordt uitgevraagd als extra analyse

Het in kaart brengen van voorzieningsaspecten, afbakenen van buurtvoorzieningen en de begripsomschrijving van klantsegmentatie dienen samen met de afbakeningen uit hoofdstuk 2 als theoretische basis voor het beroepsproduct in het volgende hoofdstuk. De afbakening van de kernbegrippen uit beide hoofdstukken zullen in het product terugkomen.

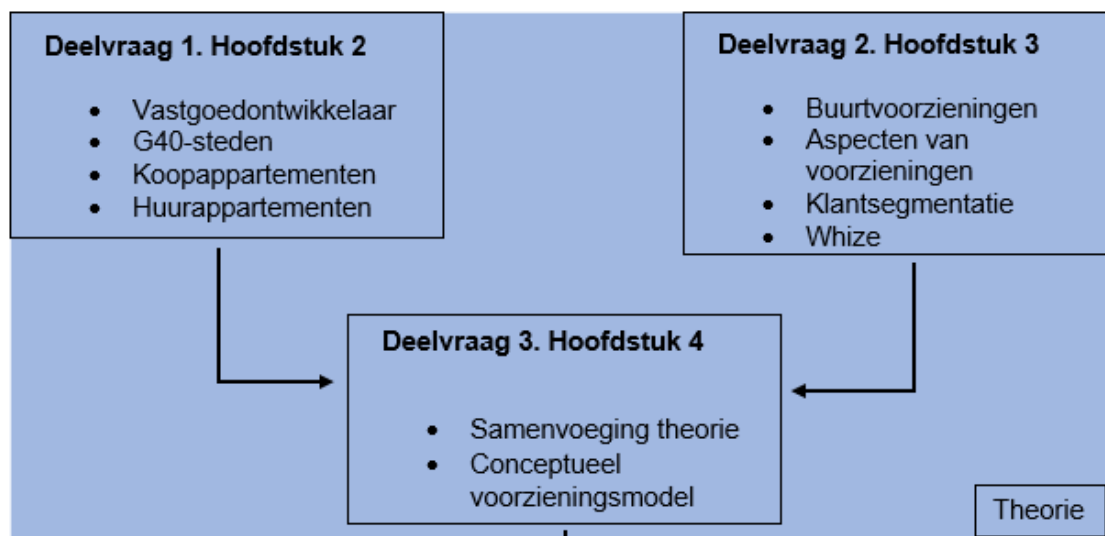
4. Het conceptuele voorzieningsmodel

In hoofdstuk 4 zal antwoord worden gegeven op de deelvraag. “Welk conceptueel voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen voor verschillende klantsegmenten kan worden opgesteld bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor een vastgoedontwikkelaar?”. In dit hoofdstuk zullen de omschrijvingen, afbakeningen en methoden uit hoofdstuk 2 en 3 gecombineerd worden tot een beroepsproduct. Dit hoofdstuk wordt in 3 paragrafen gedeeld. In paragraaf 4.1 worden alle meetbare afbakeningen opgesomd. In paragraaf 4.2 zullen de afbakeningen gecombineerd worden tot het conceptuele voorzieningsmodel. In de laatste paragraaf 4.3 wordt een conclusie over het hoofdstuk getrokken en antwoord gegeven op de deelvraag.

4.1 Combineren van de theorie

In deze paragraaf zullen de theoretische afbakeningen uit hoofdstuk 2 en 3 opgesomd worden. Met het combineren van de theorie zal het beroepsproduct gevormd worden. De paragraaf is opgedeeld in deelparagraaf 4.1.1 waar de theorie uit hoofdstuk 2 wordt toegelicht en 4.1.2 waar de theorie hoofdstuk 3 wordt toegelicht. De theoretische afbakeningen die gecombineerd moeten worden tot product zijn in *Figuur 4.1: Combinatie van begrippen tot beroepsproduct* hieronder schematisch weergegeven:

Figuur 4.1: Combinatie van begrippen tot beroepsproduct



Opmerking: Deel van eigen figuur uit hoofdstuk 1

De gecombineerde begrippen uit hoofdstuk 2 en 3 samen met het conceptuele voorzieningsmodel in hoofdstuk 4 vormen het theoretische kader van dit onderzoek. Met dit theoretische kader zal de praktijktoetsing en praktijktoepassing worden uitgevoerd in hoofdstuk 5 en 6.

4.1.1 Afbakeningen van vastgoedontwikkelaars, G40 en koop- en huurappartementen

In hoofdstuk 2 zijn een aantal begrippen omschreven en afgebakend. Dit zijn de begrippen vastgoedontwikkelaar, G40, koop- en huurappartementen. Het overzicht van alle kernbegrippen en afbakeningen uit hoofdstuk 2 zijn te lezen in *Tabel 4.1: Overzicht afbakeningen hoofdstuk 2* hieronder:

Tabel 4.1: Overzicht afbakeningen hoofdstuk 2

Begrippen	Afbakeningen
Vastgoedontwikkelaar	Alle soorten ontwikkelaars met de focus op stedelijke gebieden
G40 (gemeenten)	Amsterdam, Leeuwarden, Rotterdam, Zoetermeer, 's-Gravenhage, Maastricht, Utrecht, Ede, Eindhoven, Dordrecht, Groningen, Alphen aan den Rijn, Tilburg, Alkmaar, Almere, Delft, Breda, Venlo, Nijmegen, Deventer, Apeldoorn, Helmond, Arnhem, Amstelveen, Haarlem, Purmerend, Haarlemmermeer, Hilversum, Enschede, Nissewaard, Amersfoort, Lelystad, Zaanstad, Hengelo (Overijssel), 's-Hertogenbosch, Schiedam, Zwolle, Gouda, Leiden en Vlaardingen.
Soort appartementen	Flats, galerijwoningen, portiekwoningen, maisonnettes, beneden- en bovenwoningen, studio's, bedrijfsbovenwoningen met toegangsdeur buiten de bedrijfsruimte, penthouses en studentenkamers
Huurprijssegment	- Sociaal: < €808,06 - Midden: €808,06 tot €1.100,- - Hoog: > €1.100,-
Koopprijssegment	- Laag segment: < €250.000,- - Middensegment: tussen €250.000,- en €350.000,- - Hoog segment: > €350.000,-

Opmerking: eigen tabel

4.1.2 Afbakeningen van buurtvoorzieningen, voorzieningsaspecten en klantsegmenten

In hoofdstuk 3 zijn een aantal begrippen omschreven, afgebakend en gekozen. Dit zijn de begrippen buurtvoorzieningen, voorzieningsaspecten en klantsegmenten. Het overzicht van alle kernbegrippen en afbakeningen uit hoofdstuk 3 zijn hieronder te lezen in *Tabel 4.2: Overzicht afbakening hoofdstuk 3*:

Tabel 4.2: Overzicht afbakening hoofdstuk 3

Begrippen	Afbakeningen	Variabelen
Buurtvoorzieningen	Huisartsenpraktijken	
	Apotheken	incl. en excl. apotheekhoudende huisarts.
	Fysiotherapie	
	Grote supermarkten	Winkels met een minimale oppervlakte van 150 m ² . Voorbeelden zijn Albert Heijn, Jumbo, Lidl en Aldi.
	Levensmiddelenzaken	Mini-supermarkten, toko's, nacht-winkels, reformwinkels, ziekenhuiswinkels, diepvriesartikelenwinkels, biologische levensmiddelenzaken en buitenlandse levensmiddelenzaken.
	Groenteboeren	AGF-speciaalzaken en groenteboeren.
	Bakkerijen	Brood- en banketzaken.
	Delicatessewinkels	Kaaswinkels, delicatessewinkels, vlaaienwinkels, koffie/theewinkels, notenwinkels, snoep/zoetwarenwinkels en chocolaterieën.
	Tabakswinkels	Rookwaren, loten en dagbladen verkoop.
	Vlees- en viswinkels	Poeliers, slagerijen en viswinkels.
	Slijterijen	Wijnwinkels en slijterijen.
	Cafés	Cafés, koffiehuisen, coffeeshops, discotheken en partycentra.

	Cafetaria	Fastfoodrestaurants, grillrooms/shoarmazaken, lunchrooms, pannenkoekenhuizen en ijssalons.
	Restaurants	Restaurants, café-restaurants en afhaal/thuisbezorging.
	Hotels	Hotels, hostels en hotel-restaurants.
	Kinderdagverblijf	Kinderen tussen 0 en 4.
	Buitenschoolse opvang	Kinderen van basisschoolleeftijd
	Basisonderwijs	
	Voortgezet onderwijs	Vmbo en Havo/Vwo
	Sportvoorzieningen	- Binnensport, sporthallen en fitness - Buitsport en sportvelden
	Openbaar groen	Parken, plantsoenen, bossen en open natuurlijk terrein
	Semi-openbaar groen	Volkstuinen, verblijfrecreatief terrein en recreatief water
	Openbare ruimte	Buurthuizen, pleinen, culturele centra en straatmeubilair, voorzieningen voor jongeren/ouderen/beperkingen.
	Openbaar vervoer	Treinen, sneltrams, trams, metro, bussen en trolleybussen.
Voorzieningsaspecten	Beschikbaarheid	- Helemaal niet belangrijk - Niet belangrijk - Neutraal - Een beetje belangrijk - Heel erg belangrijk
	Beschikbaarheid	- Binnen 100 m (Minder dan 1,5 min lopen) 100 m tot 250 m (1,5 tot 3,5 min lopen) 250 m tot 500 m (3,5 tot 7,5 min lopen) 500 m tot 1 km (7,5 tot 15 min lopen) - Buiten 1 km (Meer dan 15 min lopen)
	Gebruikersintensiteit	- Meer dan 1 keer per dag 1 keer per dag - Meer dan 1 keer per week 1 keer per week - Minder dan 1 keer per week
Klantsegmenten A t/m K (zonder H) uit de Whize database	Geslacht	- Man - Vrouw - Anders
	Leeftijd	Vanaf 18 jaar
	Huishoudens samenstelling	- Samenwonend zonder kinderen - Samenwonend met kinderen - Alleenstaand zonder kinderen - Alleenstaand met kinderen
	Inkomen huishouden (bruto per jaar)	- Lager dan €26.500,- (tot minimumloon) €26.500,- tot €44.000,- (tot modaal) €44.000,- tot €88.000,- (tot 2 keer modaal) €88.000,- tot €132.000,- (tot 3 keer modaal) - Hoger dan €132.000,- (boven 3 keer modaal)
	Vervoersmiddel	- Geen auto 1 auto - Meer dan 1 auto

Opmerking: Lijst opgesteld aan de hand van eerdere bronnen

4.2 Vormgeving van het conceptuele voorzieningsmodel

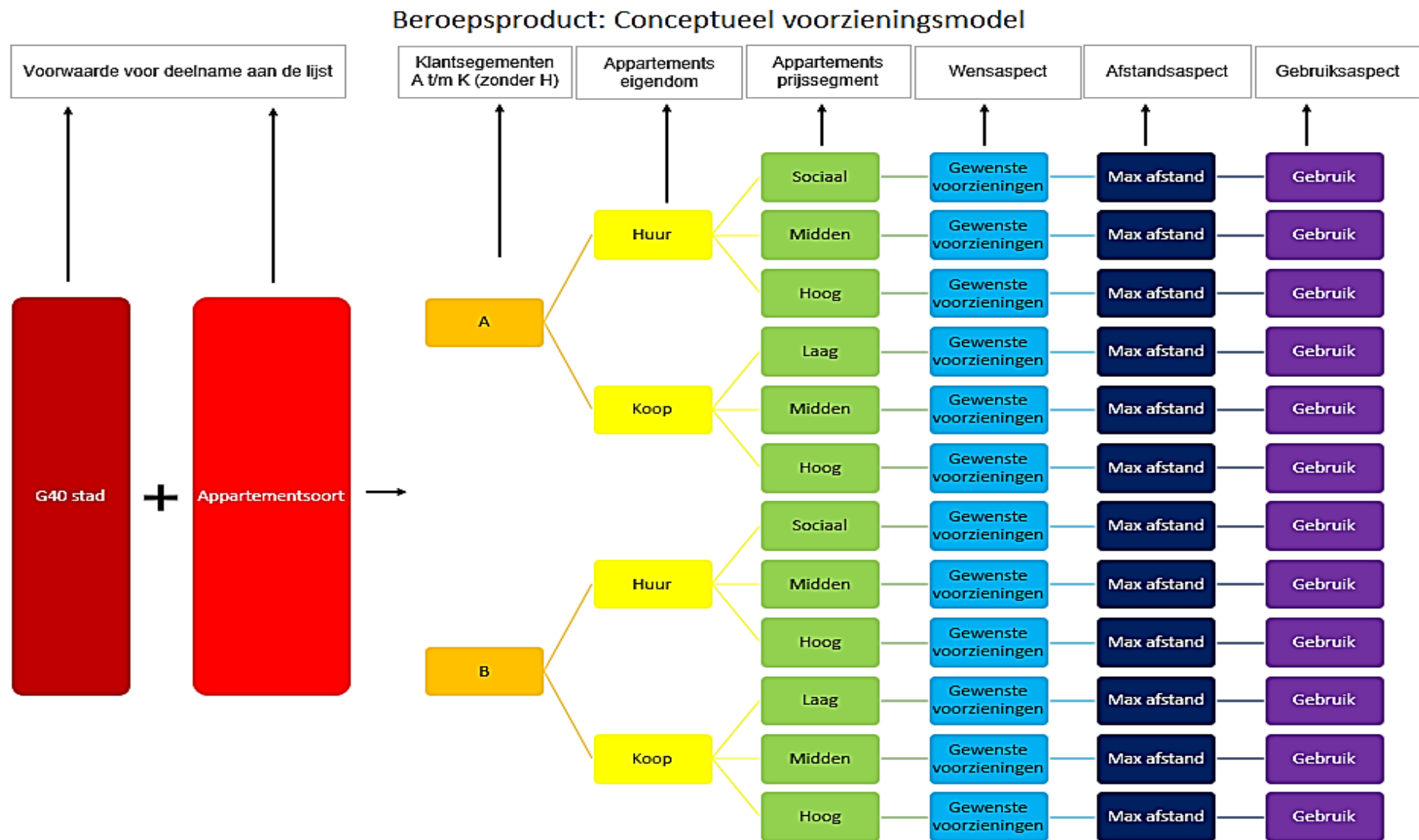
In de vorige paragrafen zijn de omschrijvingen, afbakeningen en methoden uit hoofdstuk 2 en 3 weergegeven voor het onderzoek naar de gewenste buurtvoorzieningen bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor een vastgoedontwikkelaar, waarbij onderscheid wordt gemaakt tussen verschillende klantsegmenten. Het conceptuele voorzieningsmodel passend bij deze theorie zullen in een tabel als criteria tegenover elkaar gezet worden.

De respondenten in dit onderzoek moeten allereerst voldoen aan de 2 criteria; woonachtig zijn in de G40 en wonen in een appartement. De G40 en appartementensoorten zijn voorwaarden en geen keuzes, dus deze bevatten geen splitsing in het voorzieningsmodel. Wanneer aan deze voorwaarden zijn voldaan zullen respondenten ingedeeld worden in klantsegmenten. Deze 10 klantsegmenten van A t/m K (zonder H) zijn elk een startpunt van het voorzieningsmodel. Segmentatie vindt plaats met persoonsgegevensvragen over leeftijd, huishoudenssamentelling, inkomen en vervoersmiddel. Geslacht is hierin een aparte analyse.

Na de indeling in de klantsegmenten kunnen respondenten eerst de keuze maken in appartementseigendom en daarna in appartementsprijs. Eigendom is gesplitst in huur of koop. Huurprijssegment is gesplitst in sociaal, midden en hoog. Koopprijssegment is gesplitst in laag, midden en hoog. Met de verdeling van de respondenten in klantsegmenten, appartementseigendom en appartement prijssegment kan gekeken worden naar de buurtvoorzieningen. In dit onderzoek wordt gevraagd naar de wens, de maximale afstand en het gebruik van buurtvoorzieningen door buurtbewoners. In het licht van dit onderzoek en de interne doelstelling is gekozen om als eerste de wens, dan de afstand en dan het gebruik van buurtvoorzieningen in het product weer te geven. De respondenten kunnen per aspect kiezen uit een 5 puntenschaal om de wens per buurtvoorziening te uiten.

Nu de indeling van het conceptuele voorzieningsmodel in kaart is gebracht kan een manier gevonden worden om het model vorm te geven. Door de verschillende keuzes die een respondent als klantsegment kan maken moet het model bij elke afbakening een splitsing kunnen maken in nieuwe criteria. Om deze indelingsmethode te hanteren is, aan de hand van Microsoft Excel, een conceptueel voorzieningsmodel ontworpen. Een conceptueel model is een visuele weergave van onafhankelijke en afhankelijke variabelen in een oorzaak-gevolgrelatie. In dit conceptuele model is wens naar een voorziening (afhankelijke variabele) afhankelijk van het klantsegment dat woont in een koop- of huurappartement met verschillende prijzen in de G40 (onafhankelijke variabelen) (Merkus, 2021). Met dit model kan bij elke afbakening een keuze gemaakt worden die doorstroomt naar een volgend criterium. In *Figuur 4.2: Indeling beroepsproduct* is het model met de indeling weergegeven.

Figuur 4.2: Indeling beroepsproduct



Opmerking: Conceptueel voorzieningsmodel opgezet met Microsoft Excel

De afgebakende en meetbare variabelen die bij het bovengenoemde model horen zijn per onderwerp met bijpassende kleurstelling weergegeven in *Tabel 4.3: Variabelen per onderwerp beroepsproduct* hieronder:

Tabel 4.3: Variabelen per onderwerp beroepsproduct

Onderwerp	Variabelen
G40 (gemeenten)	Amsterdam, Leeuwarden, Rotterdam, Zoetermeer, 's-Gravenhage, Maastricht, Utrecht, Ede, Eindhoven, Dordrecht, Groningen, Alphen aan den Rijn, Tilburg, Alkmaar, Almere, Delft, Breda, Venlo, Nijmegen, Deventer, Apeldoorn, Helmond, Arnhem, Amstelveen, Haarlem, Purmerend, Haarlemmermeer, Hilversum, Enschede, Nissewaard, Amersfoort, Lelystad, Zaanstad, Hengelo (Overijssel), 's-Hertogenbosch, Schiedam, Zwolle, Gouda, Leiden en Vlaardingen.
Soort appartementen	Flats, galerijwoningen, portiekwoningen, maisonnettes, beneden- en bovenwoningen, studio's, bedrijfsbovenwoningen met toegangsdeur buiten de bedrijfsruimte, penthouses en studentenkamers.
Klantsegmenten	- A: Dromen en Rondkomen - B: Jong en Hoopvol - C: Volk en Uitgesproken - D: Bescheiden Ouderen - E: Stedelijke Dynamiek - F: Gewoon Gemiddeld - G: Gezellige Emptynesters - I: Plannen en Rennen - J: Zorgeloos en Actief - K: Luxe Leven
Appartements-eigendom	- Huur - Koop
Prijssegment huur	- Sociaal: < €808,06 - Midden: €808,06 tot €1.100,- - Hoog: > €1.100,-
Prijssegment koop	- Laag segment: < €250.000,- - Middensegment: tussen €250.000,- en €350.000,- - Hoog segment: > €350.000,-
Buurt voorzieningen	Huisartsenpraktijken
	Apotheken: incl. en excl. apotheekhoudende huisarts
	Fysiotherapie
	Grote supermarkten: Winkels met een minimale oppervlakte van 150 m². Voorbeelden hiervan zijn Albert Heijn, Jumbo, Lidl en Aldi.
	Levensmiddelenzaken: Mini-supermarkten, toko's, nacht-winkels, reformwinkels, ziekenhuiswinkels, diepvriesartikelenwinkels, biologische levensmiddelenzaken en buitenlandse levensmiddelen zaken.
	Groenteboeren: AGF-speciaalzaken en groenteboeren
	Bakkerijen: Brood- en banketzaken
	Delicatessewinkels: Kaaswinkels, delicatessewinkels, vlaaienwinkels, koffie/theewinkels, notenwinkels, snoep/zoetwarenwinkels en chocolaterieën
	Tabakswinkels: Rookwaren, loten en dagbladen verkoop
	Vlees- en viswinkels: Poeliers, slagerijen en viswinkels
	Slijterijen: Wijnwinkels en slijterijen
	Cafés: Cafés, koffiehuisen, coffeeshops, discotheken en partycentra.
	Cafetaria: Fastfoodrestaurants, grillrooms/shoarmazaken, lunchrooms, pannenkoekenhuizen en ijssalons.

	Restaurants:
	• Restaurants, café-restaurants en afhaal/thuisbezorging.
	Hotels:
	• Hotels, hostels en hotel-restaurants.
	Kinderdagverblijf:
	• Kinderen tussen 0 en 4.
	Buitenschoolse opvang:
	• Kinderen van basisschoolleeftijd
	Basisonderwijs
	Voortgezet onderwijs:
	• Vmbo en Havo/Vwo
	Sportvoorzieningen:
	• Binnensport, sporthallen en fitness • Buitensport en sportvelden
Wens naar buurt voorzieningen	Openbaar groen:
	• Parken, plantsoenen, bossen en open natuurlijk terrein
	Semi-openbaar groen:
	• Volkstuinen, verblijfrecreatief terrein en recreatief water
	Openbare ruimte
Afstand tot buurt voorzieningen	• Buurthuizen, pleinen, culturele centra en straatmeubilair, voorzieningen voor jongeren/ouderen/beperkingen.
	Openbaar vervoer:
	• Treinen, sneltrams, trams, metro, bussen en trolleybussen.
	• 1 = helemaal niet belangrijk
	• 2 = niet belangrijk
Gebruik van buurt voorzieningen	• 3 = neutraal
	• 4 = een beetje belangrijk
	• 5 = heel erg belangrijk
	• 1 = Binnen 100 m (Minder dan 1,5 min lopen)
	• 2 = 100 m tot 250 m (1,5 tot 3,5 min lopen)
	• 3 = 251 m tot 500 m (3,5 tot 7,5 min lopen)
	• 4 = 501 m tot 1 km (7,5 tot 15 min lopen)
	• 5 = Buiten 1 km (Meer dan 15 min lopen)
	• 1 = Meer dan 1 keer per dag
	• 2 = 1 keer per dag
	• 3 = Meer dan 1 keer per week
	• 4 = 1 keer per week
	• 5 = Minder dan 1 keer per week

Opmerking: Lijst opgesteld aan de hand van eerdere bronnen

De uitvraag van de klantsegmenten aan de hand van meetbare variabelen in *Tabel 4.4: Meetbare variabelen voor klantsegmentatie* is hieronder te zien:

Tabel 4.4: Meetbare variabelen voor klantsegmentatie

Geslacht	• Man • Vrouw • Anders
Leeftijd	Vanaf 18 jaar
Huishoudens samenstelling	• Samenwonend zonder kinderen • Samenwonend met kinderen • Alleenstaand zonder kinderen • Alleenstaand met kinderen
Inkomen huishouden (bruto per jaar)	• Lager dan €26.500,- (tot minimumloon) • €26.500,- tot €44.000,- (tot modaal) • €44.000,- tot €88.000,- (tot 2 keer modaal) • €88.000,- tot €132.000,- (tot 3 keer modaal) • Hoger dan €132.000,- (boven 3 keer modaal)
Vervoersmiddel	• Geen auto • 1 auto • Meer dan 1 auto

Opmerking: Eigen tabel

4.3 Deelconclusie

In deze paragraaf wordt antwoord gegeven op de deelvraag: “Welk conceptueel voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen voor verschillende klantsegmenten kan worden opgesteld bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor een vastgoedontwikkelaar?”. Daarnaast wordt aan de hand van eerder besproken stukken een conclusie getrokken.

Het conceptuele voorzieningsmodel dat in dit hoofdstuk is opgezet is ontstaan aan de hand van de afbakeningen uit hoofdstuk 2 en 3. De afbakeningen die in de lijst terug te vinden zijn bestaan uit de onderwerpen klantsegmenten, appartementseigendom, appartement prijssegment en voorzieningsaspecten met daarin de kiesbare buurtvoorzieningen. De onderwerpen als volgt:

- Klantsegmentatie in 10 klantsegmenten van Whize.
- Eigendom in koop en huur.
- Prijs in laag, midden en hoog per eigendom.
- Aspecten in wens, afstand en gebruik.
- Buurtvoorzieningen in 24 voorzieningen gemiddeld binnen een kilometer afstand gelegen.

Om deel te nemen aan het model zullen de respondenten allereerst woonachtig moeten zijn in een appartement in de G40. Wanneer dit het geval is zullen respondenten aan de hand van persoonsgegevens in één van de 10 verschillende klantsegmenten ingedeeld worden. De indeling wordt gedaan aan de hand van leeftijd, inkomen, huishoudenssamenstelling en soort vervoer. Deze criteria zijn tot stand gekomen aan de hand van de belangrijkste Whize criteria. De respondenten kunnen daarna kiezen tussen woonachtig in koop of huur appartement. Huur splitst verder in sociaal, midden of hoog en koop in laag, midden of hoog. Vervolgens zal aan de hand van deze indeling de gewenste voorzieningen, maximale afstand per voorzieningen en het gebruik per voorzieningen in kaart gebracht worden. Respondenten kunnen de wens per aspect door middel van 5 punten kenbaar maken.

Het uiteindelijk conceptuele voorzieningsmodel is relevant voor alle soorten vastgoedontwikkelaar in de praktijk. Hiermee kan bij huidige en toekomstige ontwikkelingen onderzocht worden welke buurtvoorzieningen gewenst zijn, om bij te dragen aan de leefbaarheid van woonwijken en de tevredenheid van bewoners te bevorderen.

5. Praktijkttoetsing

In hoofdstuk 5 zal antwoord worden gegeven op de deelvraag: "Op welke manier kan het conceptuele voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen voor verschillende klantsegmenten bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor een vastgoedontwikkelaar worden getoetst?". Om deze vraag te beantwoorden zijn experts geïnterviewd. Aan de experts zijn vragen gesteld over de verschillende onderwerpen binnen het conceptuele voorzieningsmodel. In paragraaf 5.1 worden de populatie, de bevraagde experts en de vragen aan de experts omschreven. In paragraaf 5.2 worden de resultaten besproken en de aanpassingen gedaan in het beroepsproduct aan de hand van de feedback uit de interviews. In de laatste paragraaf 5.3 wordt een conclusie getrokken en antwoord gegeven op de deelvraag.

5.1 Interviewvragen voor de experts

Om het beroepsproduct te toetsen zijn diverse experts bevraagd over de gemaakte keuzes en gehanteerde methodieken in de onderwerpen van het beroepsproduct. Dit is gedaan door middel van interviews. Interviews zijn vraaggesprekken met als doel informatie te verzamelen over verschillende onderwerpen (Verhoeven, 2022). Met de verzamelde informatie kunnen nodige aanpassingen doorgevoerd worden ter verbetering van het product. Het verbeterde product zal gebruikt worden om toe te passen in hoofdstuk 6.

5.1.1 Populatie praktijktoetsing

De populatie in dit onderzoek verwijst naar de groep mensen waarover uitspraken worden gedaan met betrekking tot de wensen van verschillende klantsegmenten voor vastgoedontwikkelaars in de praktijk. Om de populatie te bepalen, moet worden gekeken naar de omvang van de groep binnen het onderzoek en op welke manier een representatieve steekproef kan worden genomen (Verhoeven, 2022). Gezien de diverse en vernieuwende onderwerpen in dit onderzoek, zal specifiek gezocht moeten worden naar passende experts per onderwerp.

De experts op het gebied van klantsegmentatie, appartementensegmentatie en voorzieningen zullen elk een populatie vormen. Om als expert te worden geselecteerd voor dit onderzoek, is het een vereiste dat deze ten minste over één van de onderwerpen binnen het model onderbouwde uitspraken kan doen. Het is niet bekend hoe groot elke populatie per onderwerp precies is. Om het juiste deel van elke populatie te selecteren zal beoordeeld worden of deze aan de hand van werkzaamheden en expertise passen binnen de onderwerpen uit het beroepsproduct.

In dit onderzoek zal een selectieve steekproef worden gebruikt, waarbij specifieke experts worden gekozen op basis van de vereiste expertise. Deze methode is gekozen omdat het niet precies bekend is wie over de benodigde expertise beschikt, en om gericht de juiste experts te interviewen voor de optimale feedback.

In Tabel 5.1: *Benodigde experte en expertise* hieronder is een overzicht gemaakt van de onderwerpen die getoetst moeten worden en de expertise die voor benodigd is:

Tabel 5.1: *Benodigde experte en expertise*

Te toetsen onderwerpgroep	Gevraagde expertise	Soort expert/organisatie
Klantsegmentatie	Een expert die werkzaam is in dataverzameling en segmentering van verschillen doelgroepen in Nederland. Dit om een uitspraak te kunnen doen op de gekozen klantsegmentering.	• Een data-analist op het gebied van doelgroepen/klantsegmenten • Een expert op gebied van de Whize database • Een ontwerper van een doelgroep- of klantsegmenteringsmethode • Een wetenschapper in consumenten gedrag/segmentering
Appartementen	Een expert gespecialiseerd in de ontwikkeling van appartementen en verschillende prijssegmenten. De regulering van huur en WOZ-waardes zijn taken van overheidsinstanties. De ontwikkeling van appartementen gebeurt door ontwikkelaars in samenwerking met het ministerie en gemeenten.	• Een overheidsinstantie gespecialiseerd op het gebied van prijssegmentatie van vastgoed • Een ontwikkelaar met kennis en ervaring over appartementen en bijbehorende (prijs)segmenten • Een afdeling binnen een G40 gemeente met kennis en ervaring over woningontwikkeling en/of woning prijssegmentatie • Een wetenschapper op het gebied van geografie en planologie met een specialisme op woonvastgoed
Voorzieningen	Een expert met kennis en ervaring over gebieds- of conceptontwikkeling. Met deze expert kunnen de afbakeningen van buurtvoorzieningen en voorzieningsaspecten beoordeeld worden.	• Een gebieds- of conceptontwikkelaar gespecialiseerd in het indelen van woongebieden • Een afdeling binnen een G40 gemeente met kennis en ervaring over gebiedsontwikkeling • Een data-analist gespecialiseerd in verschillende voorzieningen • Een wetenschapper op het gebied van gebiedsontwikkeling met kennis en ervaring van ontwikkeling en transformatie vraagstukken

Opmerking: Lijst opgesteld aan de hand van brainstorming, bronnen uit dit onderzoek en gevonden experts

Omdat niet bekend is welke experts over de gevraagd expertise beschikken zijn experts met een aansluitende organisatie op de onderwerpen benaderd. Aan de hand van LinkedIn, vastgoedartikelen en contacten vanuit de opdrachtgever zijn experts benaderd. Aan deze experts is gevraagd of de expert zelf of iemand binnen de organisatie de kennis beschikt over 1 van de 3 onderwerpgroepen. Door middel van de sneeuwbalmethode, waarbij collega's van experts worden aangedragen, zijn alle experts telefonisch of via de mail benaderd.

5.1.2 Experts praktijktoetsing

De interviews zullen mondeling afgenomen worden om een open gesprek te kunnen voeren over de verschillende onderwerpen uit het beroepsproduct. Het mondeling gesprek kan zowel fysiek als digitaal plaatsvinden. Om het onderzoek tijd technisch haalbaar te maken is ervoor gekozen om in de eerste ronde per onderwerpgroep minimaal 3 experts te interviewen. Dit om theoretische saturatie te laten optreden, waarbij geen nieuwe informatie opgeleverd wordt. Dit komt uit op een minimaal aantal van 9 interviews. Wanneer saturatie niet optreedt zullen in de tweede ronde meer experts geïnterviewd moeten worden. Om deze reden zijn per onderwerpgroep 6 experts benaderd met een totaal van 18 experts.

Met behulp van het netwerk van Amvest Research & Strategy afdeling, LinkedIn, vastgoedartikelen en doorverwijzingen van diverse experts zijn de interviewkandidaten samengesteld aan de hand van de gevraagde expertise uit *Tabel 5.1: Benodigde experte en expertise*. De kandidaten zijn telefonisch of met de mail benaderd met de vraag om deel te nemen aan het onderzoek. De mail en de complete lijst van benaderde expert is terug te lezen in *bijlage K*. De experts die zijn geïnterviewd als volgt:

Tabel 5 2: Experts voor de interviews

Onderwerp groepen	Expert	Organisatie	Expertise/werkzaamheden
Klantsegmentatie	Tycho Levels	Springco	Data gedreven verzamelaar en adviseur op het gebied van gebiedsontwikkeling met thema's als sociale-impact, woningmarkt en zorgmarkt
Klantsegmentatie	Christiaan van Oordt + Jelle Sundermann	Geo-marktprofiel	Data-analisten gespecialiseerd in postcodesegmentatie en lifestyle marktonderzoeken. Nieuwe eigenaar van de Whize database en ontwikkelaar Geotypen.
Klantsegmentatie	Leon Pragt	Watson + Holmes	Data-analist van de vastgoedmarkt voor grote organisaties. Maken hierin gebruik van Whize.
Appartementen	Frans Schilder	Planbureau voor de leefomgeving	Woningmarktonderzoeker die onderzoek doet naar het functioneren van de woningmarkt op sociaal, financieel en economisch gebied.
Appartementen	David Evers + Like Bijlsma	Planbureau voor de leefomgeving	Gebiedsonderzoekers werkzaam bij een overheidsinstantie die onderzoek doen naar gebiedsontwikkeling en invulling.
Appartementen	Frans Wittenberg	BVNG	Planoloog, consultant en strategisch adviseur fysieke leefomgeving met kennis en ervaring in projectmanagement, woningmarkt en gebiedsontwikkeling.
Appartementen	Ellen Scholten	Sweco	Sociaalgeograaf en adviseur in winkelen, vrijetijd, wonen en werken met ervaring in stedelijk programmering en planning
Voorzieningen	Erwin van der Krabben	Professor gebieds-ontwikkeling	Professor gebiedsontwikkeling gespecialiseerd in ruimtelijke ordening, grondbeleid en financiering van vastgoed met kennis over waarde ontwikkelende aspecten van woningen, zoals voorzieningen.
Voorzieningen	Job Koop	Mooi lost op	Conceptontwikkelaar gespecialiseerd in niet-woonfuncties en plinteninrichting.
Voorzieningen	Maarten Vermeulen	Kern	Vastgoedonderzoeker, -strateeg, schrijver en herstructuringspecialist werkzaam bij een kennis- en visieontwikkelaar van concepten op het gebied van planmatige winkelcentra, voorzieningen en vitaliteit van steden.
Voorzieningen	Gertjan Slob	Locatus	Hoofdonderzoek bij een data analist gespecialiseerd in voorzieningen, woningbouw en kantoren. Vertaald data naar inhoudelijke informatie.

Opmerking: Eigen tabel

5.1.3 Structuur en methode praktijktoetsing

Het doel van de interviews is om het conceptuele voorzieningsmodel te toetsen met de kennis en ervaringen van experts. Interviews zijn er in verschillende soorten met ieder een eigen aanpak. Om de verschillende onderwerpen te bevragen en afbakeningen hierin te vergelijken, is gekozen voor het houden van zogenoemde “half-gestructureerde-interviews”. Dit zijn gesprekken aan de hand van een vragenlijst met zowel open als gesloten vragen. Voor deze aanpak is gekozen om een open gesprek te kunnen voeren over de onderwerpen in het product en vervolgens gesloten vragen te stellen over de methoden en een gekozen meetbare variabelen.

Met het interview wordt feedback verzameld over verschillende punten om in het beroepsproduct aan te passen. Wanneer alle gesprekken gevoerd zijn kan deze feedback toegepast worden om met het definitieve product en de vragenlijst voor de praktijktoepassing op te maken in het volgende hoofdstuk.

Voor de vragenlijst aan de expert is voor een gelijke opzet gekozen als het beroepsproduct. Dit zijn de afbakeningen binnen de volgende onderwerpen:

- G40
- Appartement soorten
- Klantsegmenten
- Appartementseigendom
- Appartement prijssegmenten
- Buurtvoorzieningen
- Wensaspect
- Afstandaspect
- Gebruikaspect

Ondanks dat de toetsing bij experts per onderwerpgroep plaatsvindt, zal door middel van een open gesprek ook gevraagd worden naar de kennis over de andere onderwerpen. Dit om optimaal gebruik te maken van de interviews en de expertise van de experts.

Het interview begint met een voorstelronde. Hierin wordt gevraagd naar de functie en dagelijkse werkzaamheden van de expert. Vervolgens zal het doel en de hoofdvraag van dit onderzoek kort toegelicht worden. Na deze toelichting wordt het verloop van het interview uitgelegd en gevraagd naar de kennis van zaken van de expert. Hierna zal open gevraagd worden welke methode, begrip of afbakening de expert zal gebruiken per onderwerp, om te toetsen of de correcte methode is toegepast. Op deze manier kan de expert blind antwoorden zonder enige voorkennis over het product. Vervolgens zal de toepassing van het onderwerp in het model weergegeven en onderbouwd worden. Daarmee zullen de afbakeningen, de gemaakte keuzes per afbakening en de meetbare variabelen bij de experts getoetst worden door middel van gesloten vragen. Op deze manier wordt een duidelijk beeld geschetst van de bedoeling van het beroepsproduct en kan daarnaast feedback vergaard worden om het product te verbeteren. De vragenlijst die is opgesteld in *Tabel 5 3: Interviewvragen* als volgt:

De open vragen over welke methode, begrip of afbakening de expert zal gebruiken per onderwerp zijn in de tabel groen gekleurd. De specifieke gesloten vragen die gesteld worden over de afbakeningen per onderwerp zijn in de tabel blauw gekleurd.

Tabel 5 3: Interviewvragen

Onderwerp per afbakening	Vragen aan de experts
Voorwaarde voor deelname: G40	Ik beperk mijn onderzoek tot de G40 omdat met name daar de toekomstige woningbouw en bevolkingsgroei zal plaatsvinden, en om het onderzoek behapbaar te houden. Wat vindt u daarvan?
	Is de huidige afbakening van de G40 relevant om te focussen op de grootste stedelijke gebieden van Nederland?
	Is de toegepaste methode (inwonerseis op de grootste woonplaats) een goede methode om de nieuwe G40 af te bakenen?
Voorwaarde voor deelname: Appartement soorten	Zijn de opgesomde fysieke appartementsoorten uitgebreid genoeg om alle soorten appartementen te onderzoeken?
Klantsegmenten	Welke methode zou u gebruiken om doelgroepen te segmenteren?
	Kan met klantsegmentatie van Whize een veelzijdig genoeg beeld gegeven worden van alle huishoudensgroepen in Nederland? (Sub-segmenten meenemen? Andere methode?)

	Zijn daarnaast alle klantsegmenten bruikbaar in dit onderzoek of moet hier nog in gefilterd worden? (Segmenten die volgens de database niet in appartementen wonen)
	Wat zijn volgens u de belangrijkste onderscheidende aspecten van de Whize klantsegmenten?
	Is het mogelijk om aan de hand van de gekozen variabelen respondenten in de praktijktoepassing te kunnen segmenteren? (Of moet naar meer persoonsgegevens vragen, zoals studie/werk?)
Appartementseigendom	Ik beperk mijn onderzoek tot bewoners van appartementen omdat dat woningtype dominant is in de nieuwbouw in de G40 en maak daarbij onderscheid naar huur en koop. Is dat in uw ogen een logische indeling?
	Zijn er andere segmenten die meegenomen moeten worden om kenmerken van appartement in te delen? (Andere segmenten laten zien)
Appartement prijssegment	Op welke manier of met welke methode zou u appartementsprijzen segmenteren?
	Binnen huur maak ik een onderscheid in sociaal, midden en vrije sector. Binnen koop in laag, midden en hoog aan de hand van WOZ-waarde. Is dat in uw ogen een logische indeling?
	Zijn de afgebakende meetbare variabelen binnen het prijssegment sterk genoeg om een gevarieerd beeld te krijgen van de woonsituatie binnen koop en huur?
Buurtvoorzieningen algemeen	Wat verstaat u onder buurtvoorzieningen en welke methode zou u gebruiken om buurtvoorzieningen onder dit begrip te schalen?
	Is het de gemiddelde loopbare afstand tot een voorziening binnen het 15-minuten-principe een goede manier om buurtvoorzieningen af te bakenen?
	Welke afgebakende buurtvoorziening mist u in de lijst of welke zou u juist niet meenemen?
Voorzieningsaspecten algemeen	Welke aspecten zou u gebruiken om de wens naar buurtvoorzieningen te meten of uit te drukken?
	Zijn naast de 3 gekozen aspecten andere aspecten relevant om te bevragen tijdens de praktijktoepassing? (Andere aspecten laten zien)
Wensaspect	Wat zegt de wens naar een buurtvoorziening over een bepaalde voorziening voor u? (Is het dan dagelijks? Is het nodig?)
	Hoe kan, naast een praktijktoepassing waar respondenten gevraagd worden, de wens naar buurtvoorzieningen nog meer gemeten worden?
	Kan met de opgestelde puntenschaal van 1 tot 5 de wens naar buurtvoorzieningen uitgebreid genoeg bevraagd worden? (Of moet dit op een andere manier?)
Afstandsaspect	Is de afstand tot een buurtvoorziening een relevant aspect om de meest gewenste voorziening in beeld te brengen?
	Zijn de afgebakende meetbare variabelen binnen het afstandsaspect divers genoeg om de wens naar buurtvoorzieningen weer te geven?
Gebruiksaspect	Is het gebruik van een buurtvoorziening een relevant aspect om weer te geven om de meest gewenste voorzieningen in beeld te brengen?
	Zijn de afgebakende meetbare variabelen binnen het gebruiksaspect divers genoeg om de wens naar buurtvoorzieningen weer te geven?

Opmerking: Eigen tabel

De interviewvragen zijn voor het gebruik in de praktijk eerst toegepast in een proefinterview. Dit proefinterview is uitgevoerd met de partner van de onderzoeker. Hierin zijn de volgende aspecten getest:

- De opname en transcriptie functie van Microsoft Teams en een telefoon.
- De schermdeel functie van Microsoft Teams in combinatie met Microsoft Word en PowerPoint.
- De opening en afsluiting van het interview.
- De vraagstelling en doorvraagmogelijkheden van de interviewvragen.

Aan de hand van deze proef is een PowerPoint bestand opgemaakt met een opening, relevante bestanden per onderwerp en een afsluiting. In de opening wordt een voorstelronde, toelichting van het onderzoek en toelichting van het interview gegeven. De relevante bestanden worden gebruikt om de vragen en meetbare variabelen extra toe te lichten. In de afsluiting wordt de expert bedankt, eventuele vragen gesteld of feedback gegeven op het interview.

5.2 Resultaten interviews

In deze paragraaf worden de resultaten uit de interviews weergegeven en geanalyseerd. De gehouden interviews zijn getranscribeerd, zoals te zien in *bijlage L*. Een transcriptie is een uitgeschreven tekst van een geluidsopname. Dit om de tekst te kunnen coderen of analyseren (Smits, 2019). Per transcriptie is daarnaast een samenvatting per vraag weergegeven. Deze samenvattingen zijn eveneens terug te lezen in *bijlage L*. De antwoorden en feedback uit de interviews zullen gebruikt worden om het beroepsproduct te verbeteren. De voorwaarde voor de toepassing en de uiteindelijke aanpassingen worden in deze paragraaf toegelicht.

Om de feedback consistent door te kunnen voeren en minder relevante of niet-haalbare feedback te filteren, zullen voorwaarden gesteld moeten worden. Gelijke feedback dat die door verschillende experts minimaal 3 keer per vraag gegeven is zal doorgevoerd worden. Dit door het feit dat alle experts binnen de onderwerpgroep hiermee instemmen. Daarnaast zal feedback dat minder dan 3 keer genoemd maar wel overeenkomt met gelijke feedback binnen een onderwerp ook bekeken worden. Wanneer deze feedback te clusteren is kan dit alsnog doorgevoerd worden.

Na 9 interviews was er weinig nieuwe informatie vergaard, wat duidt op theoretische saturatie. Om dit te bevestigen werden nog 2 extra interviews gehouden, maar deze leverden eveneens weinig nieuwe informatie op en bevestigden de bevindingen van de andere experts.

Na het afnemen van de 11 interviews is voor elk interview een samenvatting geschreven van de antwoorden op de vragen. Vervolgens zijn deze samenvattingen gebruikt om op dezelfde wijze een totaaloverzicht te maken van de aantal keren dat bepaalde feedback per vraag is gegeven. Hierin is geen aanpassing gedaan aan de verwoording of inhoud van de feedback, zodat geen informatie verloren is gegaan. De voorwaarden en het overzicht is leidende voor de aanpassingen in het product. Het totaaloverzicht van de feedback is terug te vinden in *bijlage M*.

De aanpassing voor het beroepsproduct zal per onderwerpgroep toegepast en toegelicht worden. Met de aanpassingen wordt het definitieve beroepsproduct gevormd om te gebruiken in de praktijktoepassing in hoofdstuk 6. Door de aanpassingen kan een theoretisch afgebakend en praktijk getoetst model opgesteld worden voor vastgoedontwikkelaars in de praktijk. De feedback van de expert zijn getoetst aan de voorwaarden om te beoordelen of deze relevant zijn om aan te passen. De aanpassingen per onderwerp in deelparagraaf 5.2.1 t/m 5.2.6 hieronder.

5.2.1 Aanpassing 1: woonsituatie

Allereerst zal een aanpassing gedaan worden binnen het onderwerp voorwaarde appartementen. Hierin zijn de fysieke appartementensoorten genoemd om te verbeteren. De aanpassing wordt gedaan, omdat 7 verschillende experts hebben aangegeven om het begrip “plat te slaan” en daarmee begrijpelijker te maken. Hiermee werd bedoeld om in plaats van een opsomming van soorten appartementen, een overkoepelend begrip te gebruiken voor appartementen. Dit om het voor de respondenten tijdens de praktijktoepassing begrijpelijker te maken of deze in een appartement wonen.

De appartementen zullen aan de hand van deze feedback eenvoudiger omschreven worden voor respondenten. Hierin is gekozen om in het volgende hoofdstuk bij de vraag; “woont u in een appartement?”, een aantal herkenbare keuzes voor te leggen. Deze keuzes zijn:

1. Nee, ik woon in een grondgebonden woning
2. Nee, ik ben thuiswonend
3. Ja, in een koopappartement
4. Ja, in een huurappartement

Deze aanpassing maakt het voor respondenten korter en begrijpelijker om in te vullen of deze woonachtig zijn in een appartement in plaats van te moeten zoeken in een lijst met verschillende appartement soorten.

5.2.2 Aanpassing 2: prijsklassen woningen

Vervolgens zal een aanpassing gedaan worden binnen het onderwerp appartement segmenten. Hierin zijn de appartement prijssegmenten bij koop en huur genoemd om te verbeteren. De aanpassing wordt gedaan, omdat 5 verschillende experts hebben gezegd dat het hoge segment van huur en koop de grote steden niet dekt. Hiermee wordt bedoeld om een extra prijssegment toe te voegen bij het hoge prijssegment om de grotere steden nauwkeuriger in te kunnen delen. Daarbij werd door sommige experts gesteld dat de prijssegmenten altijd samengevoegd kunnen worden bij te weinig respons.

Om bij huur een extra prijssegment toe te voegen zullen de afgebakende prijzen opnieuw bekeken moeten worden. Bij huur zijn de prijzen aan de hand van beleid vastgesteld. In *Tabel 4.3: Variabelen per onderwerp beroepsproduct* is te zien dat het hoge huursegment hoger dan €1.100,- per maand is.

De experts stellen dat het hoge segment in midden-hoog en hoog-hoog verdeeld zou kunnen worden. Om passende prijzen te bepalen is eerst aan de experts gevraagd welke huurprijs hier gehanteerd zou moeten worden. Hier kwamen verschillende reacties op, zoals hoger dan €1500 per maand, hoger dan €1800 per maand of te kijken in de theorie.

De feedback om te kijken in de theorie was hierin het grootst, dus dit is gedaan. Hier is toen gekeken naar de hoogste gemiddelde huurprijs binnen de G40-gemeenten. Uit cijfers van de NVM blijkt dat voor de duurste G40-stad Amsterdam gemiddeld €22,5 per m² per maand betaald wordt (Lee, 2023). Gemiddeld is de woonoppervlakte van een eenpersoonshuishouden in Amsterdam 61 m² wat uitkomt op ongeveer €1.370 per maand (CBS, 2018). Hier wordt afgerond op €1.400 per maand. Daarnaast is ook het beleid van 2024 toegepast op het sociale en middensegment (Rijksoverheid, 2024) (Nul20, 2024). De huurprijssegmenten zijn als volgt aangepast:

Tabel 5.4: Aangepast huurprijssegment

Prijssegment huur	• Sociaal: < €880,- • Midden: €880,- tot €1.125,- • Midden-hoog: €1.125,- tot €1.400,- • Hoog-hoog: > €1.400,-
-------------------	---

Opmerking: Eigen tabel

Bij koop zijn de prijzen aan de hand van de WOZ-waarde vastgesteld. In *Tabel 4.3: Variabelen per onderwerp beroepsproduct* is te zien dat het hoge koopsegment hoger dan €350.000,- is. De experts stellen ook hier dat het hoge segment in midden-hoog en hoog-hoog verdeeld zou kunnen worden. Om passende prijzen te bepalen is gevraagd aan de experts welke koopprijs hier gehanteerd zou moeten worden. Hier kwamen, net als bij huur, verschillende reacties op, zoals tussen de €450.000 en €550.000. In de gebruikte dataset, zoals beschreven in *Tabel 2.3: Prijsklassen koopappartementen*, zijn de percentages te zien van appartementen per WOZ-prijssegment binnen de G40.

In deze tabel is te lezen dat voornamelijk grotere steden, zoals Amsterdam, een hoog percentage in de > €500.000 klasse hebben. Om de klantsegmenten in de grotere steden beter te kunnen verdelen is gekozen om de koopprijssegmenten als volgt aan te passen:

Tabel 5.5: Aangepaste koopprijssegment

Prijssegment koop	• Laag segment: < €250.000,- • Middensegment: €250.000,- tot €350.000,- • Midden-hoog segment: €350.000,- tot €500.000,- • Hoog-hoog segment: > €500.000,-
-------------------	---

Opmerking: Eigen tabel

5.2.3 Aanpassing 3: voorzieningen

Ook zal een aanpassing gedaan worden binnen het onderwerp voorzieningen. In de interviews is gevraagd naar welke voorzieningen niet passen en missen in de voorzieningenlijst. Hier zijn door diverse experts verschillende feedback punten aangeleverd.

De huidige lijst bestaat uit 24 buurtvoorzieningen met een aantal onderverdelingen. Hiervan zijn verschillende buurtvoorzieningen genoemd om toe te voegen, te verwijderen of te clusteren. Omdat de uiteenlopende feedback vraagt om een herindeling van de voorzieningen en/of onderverdelingen, zal alles uit de huidige lijst opnieuw bekeken worden. Daarnaast is er ook een voorbeeldlijst verstrekt door de experts Springco als handvat voor de aanpassingen.

Een lijst met buurtvoorzieningen wordt volgens diverse experts arbitrair opgemaakt aan de hand van ervaring en het doel van de lijst. Om deze reden zal de nieuwe lijst in combinatie met de feedback arbitrair aangepast worden. De feedback punten en voorbeeldlijsten zijn terug te vinden in *bijlage M* en *bijlage N*. De vernieuwde lijst als volgt:

Tabel 5.6: Aangepast buurtvoorzieningenlijst

Voorzieningssoort	Buurtvoorzieningen	Onderverdeling/kenmerk
Huisartsenpraktijken	Huisartsenpraktijken	
Apotheken	Apotheken	
Fysiotherapie	Fysiotherapie	
Zorg	Tandartsen	
Zorg	Overige zorg	Verpleging, jeugdzorg, geestelijke gezondheidszorg, diëtisten en consultatiebureaus.
Grote supermarkten	Reguliere supermarkten	Voorbeelden hiervan zijn Albert Heijn, Jumbo, Lidl en Aldi.
Overige dagelijkse levensmiddelen	Overige supermarkten	Mini-supermarkten, toko's, nacht-winkels, reformwinkels, ziekenhuiswinkels, diepvriesartikelenwinkels, biologische levensmiddelenzaken en buitenlandse levensmiddelen zaken.

	Levensmiddelen speciaalzaken	• AGF-speciaalzaken en groenteboeren • Brood- en banketzaken • Kaaswinkels, delicatessewinkels, vlaaienwinkels, koffie/theewinkels, notenwinkels, snoep/zoetwarenwinkels en chocolaterieën • Poeliers, slagerijen en viswinkels • Slijterijen
	Gemakswinkels	Pakketpunten, rookwaren, loten en dagbladen verkoop en pinautomaten.
Dienstverlening	Niet-dagelijkse winkels	Kleding, schoenen, sportartikelen, elektronica, bloemisten, dierenwinkels, fietswinkels, doe-het-zelf winkels, juweliers, boekhandels, muziekhandels en speelgoedwinkels.
	Persoonlijke verzorging	Kappers, schoonheidsspecialisten, drogisterijen, opticien, audicien, zonnestudio's, nagelstudio's, tattoo en piercingstudio's en parfumerieën.
	Reparatie winkels	Fietsenmakers, ICT-reparatie, schoenmakers en sleutelmakers, witgoedreparaties, stomerijen en wasserettes, autogarages en kleermakers.
Cafés en dergelijke	Cafés	Cafés, koffiehuizen, koffiebars, brouwerijen, coffeeshops, discotheken en partycentra.
Cafetaria en dergelijke	Cafetaria	Fastfoodrestaurants, grillrooms/shoarmazaken, lunchrooms, pannenkoekenhuizen en ijssalons.
Restaurants	Restaurants	Restaurants, café-restaurants en afhaal/thuisbezorging.
Kinderdagverblijf	Kinderopvang	Kinderdagverblijf voor 0 tot 4 jaar en buitenschoolse opvang voor basisschoolleeftijd.
Basisonderwijs	Basisonderwijs	
Sportfaciliteiten	Sportvoorzieningen	• Binnensport, sporthallen en fitness • Buitensport en sportvelden
Openbaar groen	Openbare buitenruimte	Parken, plantsoenen, pleinen, straatmeubilair, bossen en open natuurlijk terrein
Semi-openbaar groen	Semi-openbaar groen	Volkstuinen, verblijfrecreatief terrein en recreatief water
Buurtcentra	Culturele voorzieningen	Buurthuizen, gebedshuizen, culturele centra, muziek, theater, musea en bibliotheken.
Busstations	Openbaar vervoer	Stations voor treinen, (snel)trams, metro en bussen

Opmerking: Lijst opgesteld aan de hand van eerdere bronnen

De aanpassingen aan de lijst zijn gedaan met de feedback van de experts, voorbeeldlijst van Springco. Hier zijn hotels eruit halen en dagelijkse levensmiddelen samenvoegen meer dan 3 keer genoemd. Verder zijn voorzieningen toegevoegd die in de feedback genoemd zijn en in de voorbeeldlijst terugkwamen. Hiermee zijn voorzieningen toegevoegd, verwijderd, geclusterd, gescheiden of naar de onderverdeling geschoven. Voorbeelden hiervan zijn de toevoeging van dienstverlening, samenvoeging van opvang, verwijderen van voorgezet onderwijs en het clusteren openbaar vervoersmiddelen. Hiermee is een nieuwe buurtvoorzieningslijst opgezet met 22 buurtvoorzieningen.

5.2.4 Aanpassing 4: voorzieningsaspecten

Als laatste zal een aanpassing gedaan worden binnen het onderwerp voorzieningsaspecten. Hierin is de overlapping van het wensaspect en het gebruikaspect genoemd om te verbeteren. De aanpassing wordt gedaan, omdat dit door 3 verschillende experts is benoemd. Volgens de 3 experts zullen respondenten vaker gebruik maken van gewenste voorzieningen. De voorgestelde aanpassing vanuit deze experts is om gebruik te behouden en wens te laten vallen voor de praktijktoepassing.

Verder hebben een 6-tal experts feedback gegeven op de uitvraag van het wensaspect. Hierin werd toegelicht dat met de schaal van Likert de kans aannemelijk is dat respondenten alle voorzieningen zullen wensen. De feedback was 2 keer om open vragen te hanteren, 2 keer om een conjoint analyse te gebruiken en 2 keer om met punten voorzieningen te ranken.

Bij dit onderwerp is gekozen om gebruik niet meer mee te nemen en wens door middel van een puntensysteem te rangorde. Dit omdat 3 experts gebruik en wens vonden overlappen met gebruik belangrijkste aspect, maar 6 andere experts de wens een andere wijze zouden uitvragen. Hier is uiteindelijk gekozen om 100 punten te verdelen over alle 22 voorzieningen. Dit om aan te geven welke waarde aan elke wens naar een buurtvoorziening gehangen kan worden. De uitvraag naar het wensaspect zal, zoals in *Tabel 5.7: Aangepast wensaspect*, als volgt aangepast worden:

Tabel 5.7: Aangepast wensaspect

Wens naar buurtvoorzieningen	100 punten mogen verdeeld worden over de alle 22 voorzieningen. Niet elke voorziening hoeft punten te ontvangen, echter moeten wel alle 100 punten toegekend worden.
------------------------------	--

Opmerking: Eigen tabel

Naast de bovengenoemde aanpassing hebben 7 experts aangegeven om het afstandsaspect anders in te delen en te verwoorden. Dit met de gedachten dat respondenten geen gevoel bij afstand hebben, maar wel bij tijd. De feedback was 3 keer om de afstanden onderling ruimer te maken, 2 keer om de minuten voor afstand te zetten en 2 keer om minuten af te ronden op hele getallen. Daarnaast is door 2 experts genoemd om fietsminuten te gebruiken, want mensen zouden eerder de fiets pakken dan dat ze gaan lopen. Deze fietsminuten zijn berekend door loopminuten te delen door 3 (Verkade, 2021). Aan de hand van de feedback is gekozen om de tijd af te ronden naar hele minuten met een andere indeling per schaal en fietsminuten toe te voegen. De aspecten in *Tabel 5.8: Aangepaste afstandsaspect* als volgt:

Tabel 5.8: Aangepaste afstandsaspect

Afstand tot buurtvoorzieningen	• < 4 min. lopen en < 1 min. fietsen (< 250 meter) • 4-8 min. lopen en 1-3 min. fietsen (250 tot 500 meter) • 8-12 min. lopen en 3-4 min. fietsen (500 tot 750 meter) • 12-15 min. lopen en 4-5 min. fietsen (750 tot 1000 meter) • > 15 min. lopen en > 5 min. fietsen (> 1000 meter)
--------------------------------	--

Opmerking: Eigen tabel

5.2.5 Niet doorgevoerde aanpassingen

Naast de aanpassingen die zijn doorgevoerd aan de hand van de voorwaarden zijn er ook bepaalde feedback punten die niet meegenomen worden. Dit met de reden dat de feedback niet haalbaar is in de gesteld tijd, gestelde budget, de gekozen route van het onderzoek en/of de uitvraag in de praktijktoepassing. Deze feedback punten zullen hieronder in *Tabel 5.9: Niet doorgevoerde aanpassingen* opgesomd en toegelicht worden:

Tabel 5.9: Niet doorgevoerde aanpassingen

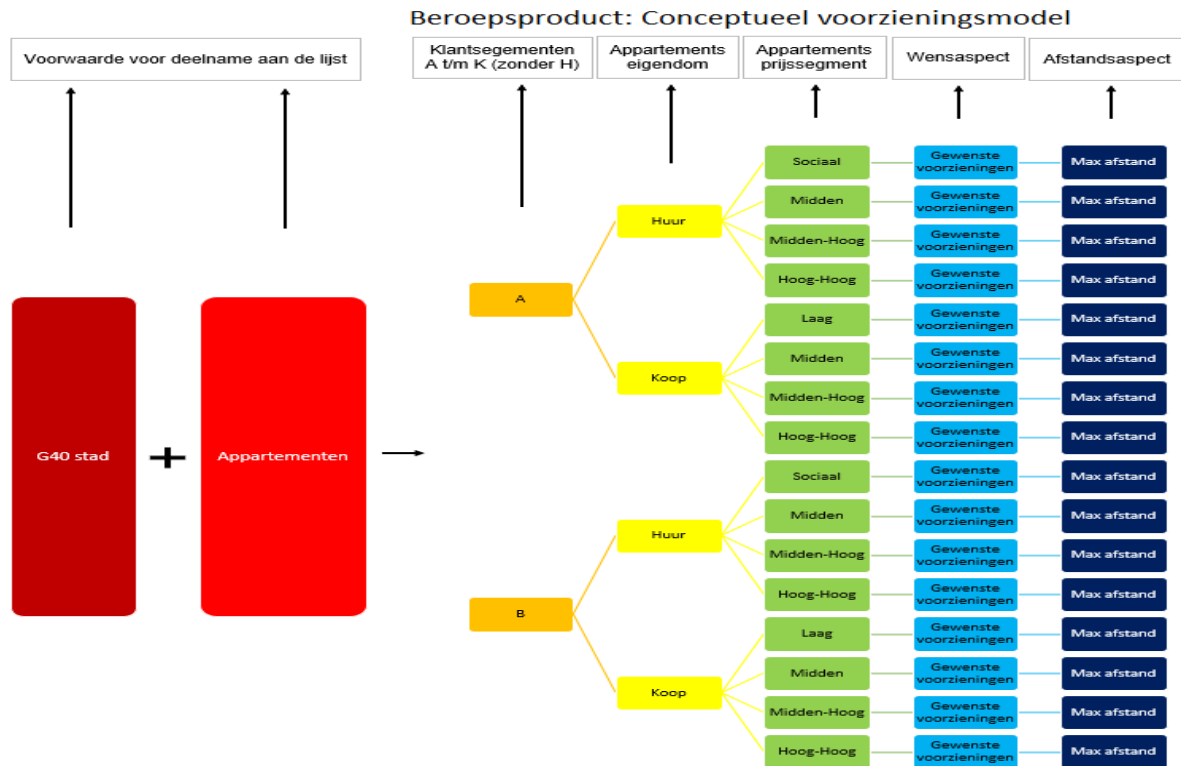
Feedbackpunt	#	Manier van doorvoeren	Toelichting
De G40 bevat te veel (diverse) gemeenten om een eerlijke uitspraak te kunnen doen over elke gemeente individueel.	3x	De G40 zou kleiner gemaakt moeten worden met gemeenten en steden die minder ver uit elkaar liggen qua formaat en inwoners.	Hier is gekozen om de G40 niet te verkleinen en in de enquête uit te vragen naar stad en postcode om de gemeenten en steden individueel of per groep te kunnen analyseren.
In de klantsegmentatie zou meer gekeken moeten worden naar leefstijlen in plaats van naar alleen demografische gegevens.	5x	Door vragen te stellen over hobby's, vrijetijdsbesteding en/of politieke voorkeur.	Na bekijken van de mogelijkheden voor toepassing is gekozen om geen uitvraag te doen naar leefstijl kenmerken. Dit met de reden dat de klantsegmentatie van Whize de vooraf afgebakende methode is om respondenten te segmenteren in dit onderzoek. Daarnaast zijn leefstijlen lastig te bevragen en zijn leefstijlen lastig te combineren met de Whize methode zelf.
Voor Whize zou een andere segmentatie methode gebruikt kunnen worden, zoals Discvision.	5x	De klantsegmentatie van Whize verwijderen en respondenten segmenteren door middel van Discvision.	In de inleiding van dit onderzoek is de keuze gemaakt voor de segmentatie methode van Whize. Daarnaast kijkt Discvision meer naar kenmerken passend bij de retail, zoals merkgevoeligheid en koopgedrag. Een andere segmentatie methode is niet haalbaar binnen de resterende tijd van dit onderzoek.
Kwantiteit meten als voorzieningsaspect om te kijken hoeveel van een bepaalde voorziening gewenst is.	4x	Meetcriteria en vragen toevoegen over hoeveel van een bepaalde voorziening gewenst is voor bewoners van een buurt.	Na bekijken van de mogelijkheden voor toepassing is gekozen om kwantiteit niet te meten. Dit met de reden dat kwantiteit lastig te bevragen is, omdat dit per voorziening zich anders kan uiten. Een voorbeeld hiervan de hoeveelheid van een soort supermarkt, zoals Albert Heijn en Lidl.
Kwaliteit meten als voorzieningsaspect om te kijken hoe goed een bepaalde voorziening moet zijn.	4x	Meetcriteria en vragen toevoegen over hoe goed een bepaalde voorziening moet zijn voor bewoners van een buurt.	Na bekijken van de mogelijkheden voor toepassing is gekozen om kwaliteit niet te meten, omdat de kwaliteit over verschillende onderdelen van een voorzieningen kan gaan en voor elke bewoner anders wordt geïnterpreteerd.
Spreiding meten als voorzieningsaspect om te kijken welke voorzieningen geclusterd kunnen worden in een buurt.	3x	Meetcriteria en vragen toevoegen over welke voorzieningen gewenst zijn om te clusteren voor bewoners van een buurt.	Na bekijken van de mogelijkheden voor toepassing is gekozen om spreiding niet te meten. Dit met de reden dat het clusteren van voorzieningen niet past bij het doel van dit onderzoek: het in kaart brengen van gewenste voorzieningen.

Opmerking: Eigen tabel

5.2.6 Aangepaste conceptuele voorzieningsmodel

Met alle aanpassingen besproken en onderbouwd het aangepaste conceptuele voorzieningsmodel in *Figuur 5.1: Aangepaste conceptuele voorzieningsmodel* als volgt:

Figuur 5.1: Aangepaste conceptuele voorzieningsmodel



Opmerking: Eigen model

De afgebakende meetbare variabelen die bij het bovengenoemde model horen zijn per onderwerp met bijpassende kleurstelling weergegeven in *Tabel 5.10: Aangepaste meetbare variabelen* als volgt:

Tabel 5.10: Aangepaste meetbare variabelen

Onderwerp	Variabelen
G40 (gemeenten)	Amsterdam, Leeuwarden, Rotterdam, Zoetermeer, 's-Gravenhage, Maastricht, Utrecht, Ede, Eindhoven, Dordrecht, Groningen, Alphen aan den Rijn, Tilburg, Alkmaar, Almere, Delft, Breda, Venlo, Nijmegen, Deventer, Apeldoorn, Helmond, Arnhem, Amstelveen, Haarlem, Purmerend, Haarlemmermeer, Hilversum, Enschede, Nissewaard, Amersfoort, Lelystad, Zaanstad, Hengelo (Overijssel), 's-Hertogenbosch, Schiedam, Zwolle, Gouda, Leiden en Vlaardingse.
Appartementen	- In een grondgebonden woning - Thuiswonend - Een koopappartement - Een huurappartement
Klantsegmenten	- A: Dromen en Rondkomen - B: Jong en Hoopvol - C: Volk en Uitgesproken - D: Bescheiden Ouderen - E: Stedelijke Dynamiek - F: Gewoon Gemiddeld - G: Gezellige Emptynesters - I: Plannen en Rennen - J: Zorgeloos en Actief - K: Luxe Leven

Appartements-eigendom	- Huur - Koop
Prijssegment huur	- Sociaal: < €880,- - Midden: €880,- tot €1.125,- - Midden-hoog: €1.125,- tot €1.400,- - Hoog-hoog: > €1.400,-
Prijssegment koop	- Laag segment: < €250.000,- - Middensegment: €250.000,- tot €350.000,- - Midden-hoog segment: €350.000,- tot €500.000,- - Hoog-hoog segment: > €500.000,-
Buurtvoorzieningen	Huisartsenpraktijken
	Apotheken
	Fysiotherapie
	Tandartsen
	Overige zorg Verpleging, jeugdzorg, geestelijke gezondheidszorg, diëtisten en consultatiebureaus
	Grote supermarkten: Winkels met een minimale oppervlakte van 150 m². Voorbeelden hiervan zijn Albert Heijn, Jumbo, Lidl en Aldi.
	Overige supermarkten Mini-supermarkten, toko's, nacht-winkels, reformwinkels, ziekenhuiswinkels, diepvriesartikelenwinkels, biologische levensmiddelenzaken en buitenlandse levensmiddelen zaken.
	Levensmiddelen speciaalzaken - AGF-speciaalzaken en groenteboeren - Brood- en banketzaken - Kaaswinkels, delicatessewinkels, vlaaienwinkels, koffie/theewinkels, notenwinkels, snoep/zoetwarenwinkels en chocolaterieën - Poeliers, slagerijen en viswinkels - Slijterijen
	Gemakswinkels Pakketpunten, rookwaren, loten en dagbladen verkoop en pinautomaten
	Niet-dagelijkse winkels Kleding, schoenen, sportartikelen, elektronica, bloemisten, dierenwinkels, fietswinkels, doe-het-zelf winkels, juweliers, boekhandels, muziekhandels en speelgoedwinkels
	Persoonlijke verzorging Kappers, schoonheidsspecialisten, drogisterijen, opticiens, audiciens, zonnestudio's, nagelstudio's, tattoo en piercingstudio's en parfumerieën.
	Reparaties winkels Fietsenmakers, ICT-reparaties, schoenmakers en sleutelmakers, witgoedreparaties, stomerijen en wasserettes, autogarages en kleermakers
	Cafés: Cafés, koffiehuisen, koffiebars, brouwerijen, coffeeshops, discotheken en partycentra.
	Cafetaria: Fastfoodrestaurants, grillrooms/shoarmazaken, lunchrooms, pannenkoekenhuizen en ijsalons.
	Restaurants: Restaurants, café-restaurants en afhaal/thuisbezorging.
	Kinderopvang Kinderdagverblijf voor 0 tot 4 jaar en buitenschoolse opvang voor basisschoolleeftijd.
	Basisonderwijs
	Voortgezet onderwijs: Vmbo en Havo/Vwo
	Sportvoorzieningen: - Binnensport, sporthallen en fitness - Buitensport en sportvelden
	Openbare buitenruimte Parken, plantsoenen, pleinen, straatmeubilair, bossen en open natuurlijk terrein
	Semi-openbaar groen: Volkstuinen, verblijfrecreatief terrein en recreatief water

	Culturele voorzieningen Buurthuizen, gebedshuizen, culturele centra, muziek, theater, musea en bibliotheken.
	Openbaar vervoer: Stations voor treinen, (snel)trams, metro en bussen
Wens naar buurtvoorzieningen	100 punten mogen verdeeld worden over de alle 22 voorzieningen. Niet elke voorziening hoeft een puntenaantal te ontvangen, echter moeten wel alle 100 punten toegekend worden.
Afstand tot buurtvoorzieningen	< 4 min. lopen en < 1 min. fietsen (< 250 meter) 4-8 min. lopen en 1-3 min. fietsen (250 tot 500 meter) 8-12 min. lopen en 3-4 min. fietsen (500 tot 750 meter) 12-15 min. lopen en 4-5 min. fietsen (750 tot 1000 meter) > 15 min. lopen en > 5 min. fietsen (> 1000 meter)

Opmerking: Eigen tabel

De uitvraag van de klantsegmenten aan de hand van meetbare variabelen in *Tabel 5.11: Aangepaste meetbare variabelen voor klantsegmentatie*, zoals hieronder te zien:

Tabel 5.11: Aangepaste meetbare variabelen voor klantsegmentatie

Geslacht	- Man - Vrouw - Anders
Leeftijd	Vanaf 18 jaar
Huishoudens samenstelling	- Samenwonend/gehuwd zonder kinderen - Samenwonend/gehuwd met thuiswonende kinderen - Alleenstaand zonder kinderen - Alleenstaand met thuiswonende kinderen
Inkomen (bruto per jaar)	- Lager dan €26.500,- (tot minimumloon) €26.500,- tot €44.000,- (tot modaal) €44.000,- tot €88.000,- (tot 2 keer modaal) €88.000,- tot €132.000,- (tot 3 keer modaal) - Hoger dan €132.000,- (boven 3 keer modaal)
Vervoersmiddel	- Geen auto 1 auto - Meer dan 1 auto

Opmerking: Eigen tabel

5.3 Deelconclusie

In deze paragraaf wordt antwoord gegeven op de deelvraag: "Op welke manier kan het conceptuele voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen voor verschillende klantsegmenten bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor een vastgoedontwikkelaar worden getoetst?". Daarnaast wordt aan de hand van de toetsing een conclusie getrokken.

Het beroepsproduct is, in de voorgaande hoofdstukken, ontwikkeld op basis van theoretische afbakeningen. Om het te verbeteren is het getoetst in de praktijk door middel van interviews met diverse experts. De experts zijn geselecteerd op basis van criteria, zoals de vereiste expertise en de benodigde organisatie. De selectie werd gedaan met behulp van de opdrachtgever, LinkedIn en vastgoedartikelen. Door potentiële experts persoonlijk te benaderen en de sneeuwbalmethode toe te passen, werden de juiste experts gevonden. De onderwerpen die werden getoetst zijn klantsegmentatie, appartementssegmentatie en voorzieningen. Sommige experts konden meerdere onderwerpen behandelen. In de interviews werden zowel open als gesloten vragen gesteld over methoden en afbakeningen. Na 9 interviews was er weinig nieuwe informatie vergaard, wat duidt op theoretische saturatie. Om dit te bevestigen werden nog 2 extra interviews gehouden, maar deze leverden weinig nieuwe informatie op en bevestigden de bevindingen van de andere experts.

De doorgevoerde aanpassingen zijn geselecteerd aan de hand van de voorwaarden dat de feedback minimaal 3 keer is genoemd of dat vergelijkbare feedback geclusterd moet kunnen worden tot minimaal 3. De doorgevoerde aanpassingen aan de hand van de feedback uit de toetsing als volgt:

1. Platslaan van de omschrijving van appartementen door aan de hand van vragen de woonsituatie in beeld te brengen.
2. Het toevoegen van een hoger prijssegmenten bij koop en huur door hoog te splitsen in midden-hoog en hoog-hoog.
3. Het herindelen van de lijst met buurtvoorzieningen door voorzieningen toe te voegen, te verwijderen, te clusteren, te scheiden of naar de onderverdeling te schuiven.
4. Het aanpassen van het wensaspect door het uitdelen van punten in plaats van kiezen uit een 5 punten schaal.
5. Het aanpassen van het afstandsaspect door minuten vooraan te zetten en fietsminuten toe te voegen.
6. Het verwijderen van het gebruiksaspect door overlap met wens.

Hieruit kan de conclusie getrokken worden dat interviews een effectieve manier is geweest om het conceptuele voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen voor verschillende klantsegmenten te toetsen. De beperking aan deze methode is dat de vragen mogelijk niet genoeg diepgang hebben gecreëerd of dat de experts niet de juiste kennis of ervaringen had om een uitspraak te doen. Om deze reden is de manier van interviewen geweest om de onderwerpen in 3 groepen te knippen en daarbij passende experts te vinden. Op deze manier kon de meest betrouwbare feedback verzameld worden om het beroepsproduct aan te passen. Dit is eveneens het antwoord op de deelvraag.

6. Praktijktoeepassing

In hoofdstuk 6 zal antwoord worden gegeven op de deelvraag. "Op welke manier kan het conceptuele voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen voor verschillende klantsegmenten bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor een vastgoedontwikkelaar worden toegepast?". Om deze vraag te beantwoorden zijn enquêtes afgenomen. Hier zijn de respondenten bevraagd over de verschillende onderwerpen uit de het conceptuele voorzieningsmodel. In paragraaf 6.1 worden de populatie, de respondenten, de vragen voor de enquêtes en methode van uitzetten weergegeven. In paragraaf 6.2 zijn de resultaten uit de enquêtes geanalyseerd en verwerkt in het conceptuele voorzieningsmodel. In de laatste paragraaf 6.3 wordt een conclusie getrokken en antwoord gegeven op de deelvraag.

6.1 Enquêtevragen voor de respondenten

Om de inhoudelijke data voor dit onderzoek te verzamelen en het beroepsproduct in te kunnen vullen, zijn huishoudens in Nederlands gevraagd naar de gewenste buurtvoorzieningen. Dit wordt gedaan door middel van enquêtes, om zo numerieke gegevens te verzamelen (Verhoeven, 2022). Deze zullen geanalyseerd worden om voor vastgoedontwikkelaars in kaart te brengen welke buurtvoorzieningen op welke afstand gewenst zijn voor elk appartement prijssegment per klantsegment.

6.1.1 Populatie praktijktoepassing

De populatie, dus de groep waar in dit onderzoek een uitspraak over wordt gedaan, zijn de Nederlandse huishoudens verdeeld in 10 verschillende klantsegmenten woonachtig in een appartement binnen de G40 (Verhoeven, 2022). De grootte van deze populatie is echter niet precies bekend. Wel is bekend dat zich in de G40 1.849.100 appartementen bevinden (Calcasa, 2023a). Dit is echter niet specifiek genoeg. Door de onbekende grootte van de populatie zijn de enquêtes open door Nederland uitgezet met de vraag of de respondent woont in een appartement binnen de G40. Wanneer dit het geval is kan de respondent de enquête doorlopen. Is dit niet het geval dan zal de respondent de enquête niet verder kunnen invullen.

6.1.2 Respondenten praktijktoepassing

Voor de praktijktoepassing in dit onderzoek is in overleg met de opdrachtgever en een derde partij ervoor gekozen om 1000 respondenten te bevragen. Dit zal mogelijk niet groot genoeg zijn om een conclusie te kunnen trekken voor alle 80 uitkomsten, echter was dit het maximale besteedbare budget. De derde partij zal de enquêtes aselekt uitzetten bij bewoners van appartement in de G40 boven de 18 jaar. Deze groep wordt ingedeeld in 10 klantsegmenten. De segmentering vindt plaats door vragen naar geslacht, leeftijd, huishoudenssamenstelling, inkomen en vervoersmiddel.

6.1.3 Structuur en methode praktijktoepassing

Een enquête is, door de vragenlijst hierin, een (half)gestructureerde dataverzamelmethode. Binnen dit onderzoek is er gebruik gemaakt van digitale enquêtes, deze worden via het internet of via smartphone met een vragenlijst afgenomen bij de respondenten.

De enquêtes zijn, zoals in hoofdstuk 1 besproken, uitgezet door een derde partij. Deze partij heet *'The Choice Insights + Strategy'* en is gespecialiseerd in dataverzameling bij een breed publiek. Het doel van deze enquêtes is om het beroepsproduct te kunnen voorzien van data. Met deze data kan voor vastgoedontwikkelaars in kaart gebracht worden wat de gewenste buurtvoorziening en afstand bij koop- en huurappartementen in de G40 zijn.

De enquêtes zijn aan de hand van de onderwerpen uit het beroepsproduct samengesteld. Allereerst zal bij het openen van de enquête toegelicht worden wat het doel van het onderzoek is. Daaropvolgend zal bij het starten van de enquête gevraagd worden naar persoonsgegevens en de woonsituatie om de huishoudens te kunnen segmenteren in de analyse. Deze vragen met antwoord mogelijkheden in *Tabel 6.1: Enquêtevragen over persoonsgegevens en woonsituatie* hieronder:

Tabel 6.1: Enquêtevragen over persoonsgegevens en woonsituatie

Enquêtevragen	Antwoord mogelijkheden
Wat is de postcode van uw woning? (Moet woonachtig zijn in een van de afgebakende G40 gemeenten, anders is deelname niet toegestaan)	Postcode en stad invullen
Woont u in een appartement? (Moet woonachtig zijn in een koop- of huurappartement, anders is deelname niet toegestaan)	• Nee, ik woon in een grondgebonden woning • Nee, ik ben thuiswonend • Ja, in een koopappartement • Ja, in een huurappartement
Bij een huurappartement, wat is uw kale huurprijs per maand? (Zonder service kosten en gas/water/licht) (Niet invullen wanneer niet van toepassing)	• < €880,- • €880,- tot €1.125,- • €1.125,- tot €1.400,- • > €1.400,- • Zeg ik liever niet
Bij een koopappartement, wat is de hoogte van uw WOZ-waarde? (Niet invullen wanneer niet van toepassing)	• < €250.000,- • €250.000,- tot €350.000,- • €350.000,- tot €500.000,- • > €500.000,- • Zeg ik liever niet
Wat is uw geslacht?	• Man • Vrouw • Anders
Wat is uw leeftijd in jaren? (Open vraag)	• Vanaf 18 jaar
Wat is uw huishoudenssamenstelling?	• Samenwonend/gehuwd zonder kinderen • Samenwonend/gehuwd met thuiswonende kinderen • Alleenstaand zonder kinderen • Alleenstaand met thuiswonende kinderen
Wat is uw bruto jaarlijks inkomen van uw huishouden?	• Lager dan €26.500,- • €26.500,- tot €44.000,- • €44.000,- tot €88.000,- • €88.000,- tot €132.000,- • Hoger dan €132.000,- • Zeg ik liever niet
Beschikt u over een auto?	• Geen auto • 1 auto • Meer dan 1 auto

Opmerking: Eigen tabel

Na het verzamelen van de persoonsgegevens en gegevens over de woonsituatie zal gevraagd worden naar de gewenste buurtvoorzieningen en de maximale afstand die de respondent hiervoor wil afleggen. Op aanraden van de 'The Choice' is een andere tactiek bedacht om de voorzieningen ten opzichte van elkaar te ranken.

Eerst zijn de buurtvoorzieningen verdeeld in een aantal categorieën passend bij de voorzieningen hierin. Deze 6 categorieën zijn opgemaakt aan de hand van de samengestelde lijst uit hoofdstuk 3. Omdat sommige categorieën 2 of 3 buurtvoorzieningen bevat, kunnen deze na de ranking moeilijk onderling vergeleken worden. De 6 categorieën zijn daarom verder verdeeld in 2 groepen. Deze groepen zijn commerciële voorzieningen en maatschappelijke voorzieningen. Bij commercieel zijn de categorieën geschaald die diensten en producten aanbieden met winstoogmerk. Bij maatschappelijk zijn overheidsvoorzieningen en non-profit voorzieningen geschaald. De lijst met groepen en categorieën zijn te vinden in *bijlage O*.

Respondenten zullen eerst de 10 buurtvoorzieningen in de commerciële groep ten opzichte van elkaar rangschikken en vervolgens de 12 buurtvoorzieningen in de maatschappelijk groep. Vervolgens zullen de respondenten de 2 groepen ten opzichte van elkaar rangschikken, om aan te geven welke meer gewenst is. Alle rangordeningen gebeuren op basis van het toe kennen van 100 punten.

Om de buurtvoorzieningen toe te lichten zijn een aantal onderverdeling tussen haakjes toegevoegd. Die onderverdelingen die hiervoor zijn gekozen geven de reikwijdte van de buurtvoorziening weer, zoals bakker (brood) en slijterij (alcohol) bij levensmiddelen speciaalzaken. De uitvraag van wens in *Tabel 6.2: Uitvraag van de wens* als volgt:

Tabel 6.2: Uitvraag van de wens

Vraag	Puntenschaal van 100
Hoe belangrijk vindt u deze commerciële voorzieningen voor u in de buurt?	1. Reguliere supermarkten (zoals de Albert Heijn, Jumbo en Lidl) 2. Overige supermarkten (zoals toko's, nachtwinkels en biologische levensmiddelenzaken) 3. Levensmiddelen speciaalzaken (zoals de groenteboer, bakker, slager en slijterij) 4. Gemakswinkels (zoals pakketpunten, pinautomaten, rookwaren en loten) 5. Niet-dagelijkse winkels (zoals kleding, bloemen, dieren, boeken en speelgoed) 6. Persoonlijke verzorging (zoals kappers, opticiens, drogisterijen en schoonheidsspecialisten) 7. Reparatie winkels (zoals schoenmakers, stomerijen, fietsenmakers en ICT-reparatie) 8. Cafés (zoals cafés, koffiehuisen en partycentra) 9. Cafeteria (zoals fastfood-restaurants, lunchrooms en ijssalons) 10. Restaurants
Hoe belangrijk vindt u deze maatschappelijke voorzieningen voor u in de buurt?	1. Huisartsenpraktijk 2. Apotheek 3. Fysiotherapie 4. Tandarts 5. Overige zorg (zoals verpleging, jeugdzorg, diëtist en geestelijke gezondheidszorg) 6. Kinderopvang (zoals kinderdagverblijf tot 4 jaar en buitenschoolse opvang) 7. Basisonderwijs 8. Sportvoorzieningen (zoals sportvelden, sporthallen en fitness) 9. Openbare buitenruimte (zoals parken, pleinen, bossen en straatmeubilair) 10. Semi-openbaar groen (zoals volkstuin en recreatief water) 11. Culturele voorzieningen (zoals buurthuizen, gebedshuizen en bibliotheken) 12. Openbaar vervoer (zoals stations voor treinen, bussen en metro's)

Hoe belangrijk vindt u deze voorzieningengroep voor u in de buurt?	1. Commerciële buurtvoorzieningen • Dagelijkse levensmiddelen (zoals supermarkten en levensmiddelen speciaalzaken) • Niet-dagelijkse winkels (zoals pakketpunten, kledingwinkels, kappers en fietsenmakers) • Horeca (zoals cafés, cafetaria's en restaurants) 2. Maatschappelijke buurtvoorzieningen • Zorg (zoals huisartsen, fysiotherapie, tandartsen en verpleging) • Onderwijs en opvang (zoals kinderopvang en basisonderwijs) • Openbare voorzieningen (zoals sporthallen, parken, buurthuizen en openbaar vervoer)
--	--

Opmerking: Eigen tabel

Na het uitvragen van de wens zal naar de maximale gewenste afstand tot voorziening gevraagd worden. Dit zal per buurt voorziening gebeuren, maar wel in clusters per categorie. Respondenten zien dan bijvoorbeeld eerst: wat is de maximale gewenste afstand tot dagelijkse levensmiddelen met hierin 3 buurtvoorzieningen die achter elkaar doorschuiven. De keuzemogelijkheden zijn, zoals eerder genoemd, aan de hand van de schaal van Likert opgezet. Hierin kunnen 5 keuzes gemaakt worden en de extra keuze "geen voorkeur". De uitvaart van afstand in *Tabel 6.3: Uitvraag van de afstand* als volgt:

Tabel 6.3: Uitvraag van de afstand

Vraag	Schaal van Likert
Hoe ver mag een buurtvoorziening weg liggen?	• < 4 min. lopen en < 1 min. fietsen (< 250 meter) • 4-8 min. lopen en 1-3 min. fietsen (250 tot 500 meter) • 8-12 min. lopen en 3-4 min. fietsen (500 tot 750 meter) • 12-15 min. lopen en 4-5 min. fietsen (750 tot 1000 meter) • > 15 min. lopen en > 5 min. fietsen (> 1000 meter) • Geen voorkeur

Opmerking: Eigen tabel

Na het opzetten van de vragen is de enquête door de 'The Choice' geprogrammeerd en uitgezet bij bewoners van koop- en huurappartementen in de G40. Na 1 tot 2 weken moet alle data verzameld zijn in datasets om te analyseren. In deze analyse zullen respondenten in klantsegmenten en prijssegmenten ingedeeld worden om hier uit de meest gewenste buurtvoorziening en afstand in kaart te brengen.

6.2 Resultaten enquêtes

In deze paragraaf worden de resultaten uit de enquêtes weergegeven en geanalyseerd. Na het uitzetten van de enquêtes zijn binnen 5 dagen 1075 ingevulde enquêtes ontvangen. Het panel sloot na dit aantal automatisch. Van deze 1075 enquêtes zijn 71 versies door de derde partij uitgefilterd vanwege ongeregeldeheden. Dit brengt het totaalresultaat op 1004 enquêtes. Deze zijn met behulp van Excel geanalyseerd. Een van de verkregen datasets bevatte een aantal vergelijkingsanalyses. Deze vergelijkingsanalyses zijn:

- Profielanalyse met percentages per geslacht, leeftijd, huishoudinkomen, huishoudsamenstelling, autobezit en gemeente
- Woonsituatie-analyse met percentages in woningeigendom, huurprijs en WOZ-waarde
- Belang van alle commerciële buurtvoorzieningen in relatief punten gemiddelde per geslacht, leeftijd en woningeigendom
- Belang van alle maatschappelijke buurtvoorzieningen in relatief punten gemiddelde per geslacht, leeftijd en woningeigendom
- Belang van commerciële voorzieningen tegenover maatschappelijke buurtvoorzieningen in relatief punten gemiddelde per geslacht, leeftijd en woningeigendom
- Afstand-analyse van alle buurtvoorzieningen per geslacht, leeftijd en woningeigendom

Aan de hand van deze 6 vergelijkingsanalyses zijn de volgende bijzonderheden op het totaal te zien:

- Een ondervertegenwoordiging van hoge inkomens boven de €88.000,- met 9%.
- Een oververtegenwoordiging van huishoudens zonder kinderen met 45% alleenstaande zonder kinderen en 34% samenwonend zonder kinderen.
- De meeste respondenten komen uit de gemeente Amsterdam met 14% en Rotterdam met 12%.
- Een oververtegenwoordiging van sociale huur over alle leeftijdsgroepen met 66% op alle huurprijssegmenten.
- De meeste koopappartementen liggen tussen de €250.000,- tot €350.000, en de €350.000,- tot €500.000,- met 35% en 37% op alle koopprijssegmenten.
- Commerciële voorzieningen worden op het totaal aantal respondenten belangrijker gevonden dan maatschappelijke voorzieningen met 53,1 tegenover 46,9 punten.
- De reguliere supermarkten zijn veruit de belangrijkste buurtvoorzieningen binnen de commerciële voorzieningengroep met 24,1 van de 100 punten op het totaal aantal respondenten. Nummer 2 zijn levensmiddelen speciaalzaken met 10,8 punten en op nummer 3 gemakswinkels met 10,1 punten. Dit is voor het doorberekenen van de meest gewenste groep.
- Bij de maatschappelijke voorzieningengroep is openbaar vervoer het belangrijkste met 13,6 van de 100 punten op het totaal aantal respondenten. Op nummer 2 zijn dit huisartsenpraktijken met 13,5 punten en nummer 3 met 13,6 punten openbare buitenruimte. Dit is voor het doorberekenen van de meest gewenste groep.
- Openbaar vervoer is het dichtstbij gewenst van alle voorzieningen, gevolgd door reguliere supermarkten en levensmiddelen speciaalzaken.

Voor een totaalbeeld van de verzamelde gegevens, de bovengenoemde vergelijkingsanalyses en de bijzonderheden in de tabel wordt verwezen naar *bijlage P*.

6.2.1 Klantsegmentering en berekeningswijze

Om het conceptuele voorzieningsmodel in te vullen zijn de klanten in deze deelparagraaf gesegmenteerd. Hier is bekeken welke buurtvoorzieningen het meest gewenst zijn en welke afstand hierbij gewenst is. Om te klanten te kunnen segmenteren aan de hand van de gestelde kaders uit *Tabel 3.5: Indeling klantsegmenten* is de segmenteringswijze met voorwaarden uitgetekend. Deze voorwaarden overzichtelijk in *Tabel 6.4: Segmentatiewijze* als volgt:

Tabel 6.4: Segmentatiewijze

Inkomen	Passende klantsegmenten	Voorwaarden			
1. Lager dan €26.500,-	A	< 30 Rest	> 30		
	B	< 30 AZk	-		
2. €26.500,- tot €44.000,-	B	< 30 AZk	-	-	
	C	< 30 Rest	30 - 65	> 65 Mk	
	D	-	-	> 65 Zk	
3. €44.000,- tot €88.000,-	C	-	-	-	Uitz. > 60 Mk + Za
	E	< 30	30 - 50 Za	-	-
	F	-	30 - 50 Ma	50 - 65 Mk	Uitz. > 60 Mk + Ma
	G	-	-	-	> 60 SZk + 1 Auto
	J	-	-	50 - 65 Zk	> 60 AZk en Za of > 1
4. €88.000,- tot €132.000,-	E	< 50 Zk + Za	-	-	
	I	< 50 Mk	50 - 65 Mk	-	
	J	-	50 - 65 Zk en Zk + Za	> 65 Zk en Za	
	K	< 50 Zk + Ma	-	> 65 Mk	
5. Rond of boven dan €132.000,-	K	Alles			
Begrippenlijst:	Mk = met kinderen Zk= zonder kinderen				
	S = samen A = alleenstaand				
	Za = zonder auto Ma = met auto				
	< = jonger dan > = ouder dan				
	+ = combinatie en = apart				
	Uitz. = Uitzondering op de variabelen				

Opmerking: Eigen tabel

Zoals te zien in de tabel is gekozen om voorwaarden te hanteren aan de hand van de verschillende inkomens. Inkomen en leeftijd zijn bij de segmentatie leidend, dus deze zijn tegenover elkaar gezet. Verder zijn de overlappende inkomens en leeftijden gecorrigeerd met huishoudenssamenstelling en het hebben van een auto. Door de kleine overlap in inkomen zijn sommige segmenten bij een inkomen toegevoegd, zoals C en E bij een hoger segment. Whize omschrijft deze inkomens in modaal, dus deze werkwijze past bij de methode. Daarnaast zijn 2 uitzonderingen gehanteerd voor respondenten die niet passen binnen de gestelde kaders. Deze uitzonderingen zijn toegepast omdat niet alle segmenten toereikend genoeg zijn. De uitzondering per klantsegment als volgt:

- C bij inkomen 3 om > 60 met kinderen zonder auto te verklaren
- F bij leeftijd > 60 om > 60 met kinderen zonder auto te verklaren

Respondenten zonder inkomen of andere onverklaarbare gevallen zijn naar overige geplaatst. Deze respondenten zijn alleen meegenomen in de totaal analyse.

Met de gestelde segmentatiewijze zijn in Tabel 6.5: Totaal aantal klantsegmenten de aantallen per klantsegment weergegeven. Naast een analyse op de verschillende klantsegmenten kunnen ook een individuele analyses op de gegevens uit de enquêtes worden gedaan. De aantallen respondenten per individueel segment in Tabel 6.6: Aantal respondenten per segment.

Tabel 6.5: Totaal aantal klantsegmenten

Klant-segment	Aantal	Huur Sociaal	Huur Midden	Huur Midden-Hoog	Huur Hoog-Hoog	Koop Laag	Koop Midden	Koop Midden-Hoog	Koop Hoog-Hoog	Zeg ik liever niet huur	Zeg ik liever niet koop
A	174	136	7	1	4	7	15	3	0	0	1
B	75	47	12	2	7	1	3	2	0	0	1
C	147	72	20	3	3	11	22	12	2	0	2
D	99	49	8	2	0	5	17	13	5	0	0
E	93	16	25	13	2	4	13	19	1	0	0
F	78	9	5	4	4	5	28	15	8	0	0
G	39	5	5	4	2	0	6	14	3	0	0
I	18	4	2	1	0	1	3	5	2	0	0
J	98	19	7	3	2	4	22	24	16	1	0
K	47	3	5	8	0	1	7	14	8	1	0
Overig	136	43	15	4	5	2	7	16	6	25	13
Totaal	1004	403	111	45	29	41	143	137	51	27	17

Opmerking: Eigen tabel

Tabel 6.6: Aantal respondenten per segment

Geslacht	Aantal
Man	457
Vrouw	541
Anders	6
Samenstelling	Aantal
Alleenstaand met thuiswonende kinderen	43
Alleenstaand zonder kinderen	447
Samenwonend/gehuwd met thuiswonende kinderen	169
Samenwonend/gehuwd zonder kinderen	345
Eigendom	Aantal
Huur	615
Koop	389

Huurprijssegment	Aantal
Sociaal	403
Midden	111
Midden-Hoog	45
Hoog-Hoog	29
Koopprijssegment	Aantal
Laag	41
Midden	143
Midden-Hoog	137
Hoog-Hoog	51
Steden	Aantal
G5	432
G10	580
G20	751
G40	1004

Opmerking: Eigen analyse tabel met Excel

Om het beroepsproduct in te vullen wordt naast de segmentering ook de berekeningswijze toegelicht. Vervolgens zijn de verschillende analyses uitgevoerd en gekeken wat de gewenste voorzieningen op de gewenste afstanden zijn. Dit is gedaan door bij zowel wens als afstand de gemiddelde waarde te nemen. Door het gemiddelde te nemen van beide aspecten is bij wens de waarde overzichtelijk te zien en bij afstand is te zien tussen welke gewenste afstanden de voorziening ligt. Verder zijn bij wens de waarden eerst vermenigvuldigd met of gedeeld door de waarden van de meeste gewenste voorzieningengroep (commercieel of maatschappelijk) om een eerlijke vergelijking te krijgen. Hieruit komt het wenscijfer per voorziening. Bij afstand zijn de 5 Likert schalen in tekst omgezet in nummers. Hier krijgt 'kleiner dan 250 meter' de waarde 1 tot 'groter dan 1.000 meter' met waarde 5. De keuze 'geen voorkeur' krijgt geen waarde om foutieve doorberekeningen te voorkomen.

6.2.2 Gewenste voorzieningen en afstand

Zoals te zien in *Tabel 6.5: Totaal aantal klantsegmenten* zijn niet alle prijssegmenten per klantsegment gevuld. Hierdoor kan mogelijk niet voor elke groep een eerlijke conclusie getrokken worden. Om deze reden is ervoor gekozen om eerst alle gegevens per klantsegment te laten zien, dan per prijssegmenten en als laatste een aantal individuele analyses met gegevens uit de enquêtes. Dit met het doel om een uitgebreid beeld te schetsen van de gewenste buurtvoorzieningen en gewenste afstanden.

Gewenste buurtvoorzieningen per klantsegment

Door eerst te kijken naar de wens per klantsegment is de respons per groep groter en kan een eerlijker beeld geschetst worden. Alle wens- en afstandswaarden per klantsegmenten zijn te zien in *Tabel 6.7: Wenswaarden per klantsegment* en *Tabel 6.8: Afstandswaarden per klantsegment*. De wenswaarden zijn de gemiddelde toegekende punten per klantsegment op een totaal van 100 punten. De afstandswaarden is op een schaal van 1 tot 5, waarbij 1 dichterbij en 5 verder weg is. Bij deze tabellen worden de bijzonderheden toegelicht.

Tabel 6.7: Wenswaarden per klantsegment

Klantsegmenten	Overige supermarkten	Levensmiddelen speciaalzaken	Gemakswinkels	Niet-dagelijkse winkels	Persoonlijke verzorging	Reparatie winkels	Cafés	Cafetaria	Restaurants	Reguliere supermarkten
A: Dromen en Rondkomen	7,5	10,2	11,8	7,8	9,2	7,9	7,2	10,0	7,9	32,7
B: Jong en Hoopvol	9,1	11,1	8,9	10,3	14,5	10,7	8,8	12,0	9,8	21,7
C: Volk en Uitgesproken	8,2	12,0	10,8	9,4	10,9	8,0	8,7	10,6	9,4	24,4
D: Bescheiden Ouderen	6,9	13,6	10,3	9,0	11,8	8,2	5,6	7,6	6,9	30,6
E: Stedelijke Dynamiek	9,0	12,3	11,4	10,4	10,8	8,7	10,7	9,3	12,6	21,3
F: Gewoon Gemiddeld	9,1	13,9	15,2	8,9	9,4	7,0	8,7	8,5	9,8	23,2
G: Gezellige Emptynesters	5,7	14,8	9,7	7,7	8,7	7,1	6,0	6,8	8,7	38,0
I: Plannen en Rennen	10,3	10,3	7,2	9,5	7,2	8,2	4,9	10,4	8,8	16,6
J: Zorgeloos en Actief	6,2	14,4	11,4	8,4	12,2	8,5	6,4	7,4	10,8	30,2
K: Luxe Leven	11,2	12,4	10,7	8,9	12,1	8,1	9,9	9,5	12,9	24,3
Totaal	8,0	12,3	11,4	8,8	10,8	8,1	7,7	9,3	9,4	27,3

Klantsegmenten	Huisartsenpraktijk	Apotheek	Fysiotherapie	Tandarts	Overige zorg	Kinderopvang	Basisonderwijs	Sportvoorzieningen	Openbare buitenruimte	Semi-openbaar groen	Culturele voorzieningen	Openbaar vervoer
A: Dromen en Rondkomen	15,7	10,1	6,0	6,8	5,3	3,7	4,2	4,5	9,4	5,9	5,6	11,9
B: Jong en Hoopvol	7,0	7,7	6,2	8,2	4,8	3,8	4,6	9,2	8,6	7,5	4,5	13,3
C: Volk en Uitgesproken	10,3	8,7	6,9	6,3	5,8	5,6	5,5	6,5	9,4	6,6	6,9	10,6
D: Bescheiden Ouderen	14,9	11,8	7,1	6,1	6,5	2,3	4,0	3,9	9,3	5,1	6,1	13,4
E: Stedelijke Dynamiek	7,9	6,5	5,9	7,5	5,1	5,6	8,6	6,9	8,4	6,4	6,4	10,5
F: Gewoon Gemiddeld	9,8	6,2	5,9	6,0	4,3	7,0	8,3	7,2	10,0	7,0	6,3	10,0
G: Gezellige Emptynesters	16,5	12,5	6,2	7,9	4,9	1,7	2,5	4,7	10,7	3,8	4,1	12,8
I: Plannen en Rennen	8,3	5,2	9,5	6,8	8,7	7,5	17,1	13,4	7,2	6,1	8,0	9,1
J: Zorgeloos en Actief	12,2	10,5	6,6	7,0	4,6	2,6	2,9	3,8	12,0	4,4	6,2	13,8
K: Luxe Leven	8,2	7,7	6,3	6,2	5,5	4,8	6,6	5,6	9,7	6,3	4,8	11,7
Totaal	11,9	9,1	6,5	6,9	5,3	4,1	5,2	5,9	9,6	5,9	5,9	12,0

Opmerking: Eigen analyse tabel met Excel

De klantsegmentanalyse levert bij de wens de volgende bijzonderheden op:

- Bij **segment A: dromen en rondkomen** is een piek te zien in huisartsenpraktijken ten opzichte van de meeste segmenten met 15,7 punten.
- Bij **segment B: jong en hoopvol** is een piek in persoonlijke verzorging en cafetaria ten opzichte van de andere segmenten met 14,5 en 12,0 punten te zien.
- Bij **segment D: bescheiden ouderen** en **segment G: gezellige emptynesters** is zowel een piek te zien in huisartsenpraktijken en apotheken met 14,9 en 11,8 punten ten opzichte van de andere segmenten.
- Bij **segment E: stedelijke dynamiek** en **segment K: luxe leven** is een piek in restaurants te zien met 12,6 en 12,9 punten ten opzichten van de andere segmenten.
- Bij **segment F: gewoon gemiddeld** piekt gemakswinkels het meest van elk segment met 15,2 punten.
- Bij **segment I: plannen en Rennen** ligt de wens naar basisonderwijs en sportvoorzieningen hoger met 17,1 en 13,4 punten en de wens naar reguliere supermarkten, openbaar vervoer en gemakswinkels lager ten opzichte van de andere segmenten met 16,6, 9,1 en 7,2 punten.
- Bij **segment J: zorgeloos actief** is een kleine piek te zien bij openbare buitenruimte ten opzichte van de andere segmenten met 12,0 punten.
- Alle segmenten** wensen reguliere supermarkten met 16,6 tot 38,0 punten en levensmiddelen speciaalzaken met 10,2 tot 14,8 punten. Het grootste deel wenst ook gemakswinkels, persoonlijke verzorging en huisartsenpraktijken allemaal rond de 11 punten gemiddeld. De minst gewenste buurtvoorzieningen zijn fysiotherapie, tandarts, overige zorg, kinderopvang, basisonderwijs en sportvoorzieningen, semi-openbaar groen en culturele voorzieningen met punten tussen de 4,4 en 6,5 gemiddeld.

Tabel 6.8: Afstandswaarden per klantsegment

Klantsegmenten	Huisartsenpraktijk	Apotheek	Fysiotherapie	Tandarts	Overige zorg	Reguliere supermarkten	Levensmiddelen speciaalzaken	Overige supermarkten	Gemakswinkels	Niet-dagelijkse winkels	Persoonlijke verzorging
A: Dromen en Rondkomen	2,8	2,7	3,0	3,3	3,4	2,5	2,8	3,2	2,8	3,5	3,2
B: Jong en Hoopvol	3,1	2,9	3,3	3,4	3,5	2,1	2,5	2,9	2,5	3,4	3,1
C: Volk en Uitgesproken	2,8	2,6	3,1	3,2	3,5	2,2	2,6	3,0	2,6	3,3	3,0
D: Bescheiden Ouderen	2,6	2,5	2,8	3,1	3,4	2,4	2,6	3,1	2,8	3,3	3,1
E: Stedelijke Dynamiek	3,0	2,9	3,2	3,1	3,6	2,1	2,5	2,9	2,6	3,5	3,1
F: Gewoon Gemiddeld	2,8	2,9	3,1	3,3	3,4	2,3	2,6	2,8	2,5	3,2	3,2
G: Gezellige Emptynesters	2,8	2,7	2,6	3,1	3,1	2,5	2,6	3,3	2,8	3,3	3,1
I: Plannen en Rennen	3,1	3,3	3,4	3,2	3,6	2,6	2,8	3,2	2,9	3,4	3,2
J: Zorgeloos en Actief	2,9	2,7	2,9	3,3	3,5	2,2	2,4	3,1	2,5	3,4	2,9
K: Luxe Leven	3,0	2,9	3,1	3,3	3,4	2,4	2,8	3,4	2,9	3,3	3,0
Totaal	2,9	2,7	3,0	3,2	3,4	2,3	2,6	3,0	2,7	3,4	3,1

Klantsegmenten	Reparatie winkels	Cafés	Cafetaria	Restaurants	Kinderopvang	Basisonderwijs	Sportvoorzieningen	Openbare buitenruimte	Semi-openbaar groen	Culturele voorzieningen	Openbaar vervoer
A: Dromen en Rondkomen	3,2	3,2	2,9	3,4	2,9	2,6	3,4	2,6	3,1	3,3	2,3
B: Jong en Hoopvol	3,2	3,3	3,0	3,3	3,2	3,2	2,7	2,6	3,0	3,2	2,1
C: Volk en Uitgesproken	3,2	3,3	2,9	3,5	3,0	2,9	3,3	2,5	2,9	3,1	2,2
D: Bescheiden Ouderen	3,2	2,9	2,8	3,1	2,9	2,7	3,5	2,7	3,1	3,0	2,0
E: Stedelijke Dynamiek	3,2	3,2	3,0	3,5	2,8	2,9	3,1	2,4	2,7	3,3	2,1
F: Gewoon Gemiddeld	3,3	3,2	3,1	3,2	2,7	2,6	3,1	2,6	3,2	3,2	2,5
G: Gezellige Emptynesters	3,2	3,6	2,6	3,3	3,2	3,4	3,4	2,4	3,0	3,0	2,4
I: Plannen en Rennen	3,6	3,4	3,3	3,6	2,7	3,1	3,4	2,8	3,0	3,3	2,1
J: Zorgeloos en Actief	3,2	3,0	3,0	3,2	2,6	2,5	3,6	2,6	3,1	3,3	2,1
K: Luxe Leven	3,5	2,9	3,0	3,2	2,8	2,8	3,2	2,8	3,1	3,4	2,4
Totaal	3,2	3,2	2,9	3,3	2,9	2,8	3,3	2,6	3,0	3,2	2,2

Opmerking: Eigen analyse tabel met Excel

De klantsegmentanalyse levert bij de afstand de volgende bijzonderheden op:

- Bij **segment A: dromen en rondkomen** is een piek te zien naar de afstand tot sportvoorzieningen met 2,7 punten (250 tot 750 meter afstand).
- Bij **segment D: bescheiden ouderen** en **segment G: gezellige emptynesters** zijn zorgvoorzieningen, zoals fysiotherapie en apotheek, dichtbij gewenst dan andere segmenten met punten tussen de 2,5 en 2,8 (250 tot 750 meter afstand).
- Bij **segment E: stedelijke dynamiek** is een kleine piek te zien in semi-openbaar groen met 2,7 punten (250 tot 750 meter afstand).
- Bij **segment G: gezellige emptynesters** is een kleine piek te zien in cafetaria met 2,6 punten (250 tot 750 meter afstand).
- **Alle segmenten** wensen het openbaar vervoer, reguliere supermarkten, levensmiddelen speciaalzaken, openbare buitenruimte en gemakswinkels dichtbij te hebben. In de tabel is te zien dat het afstandscijfer bij deze buurtvoorzieningen ligt tussen 2,0 en 2,9 punten (250 tot 750 meter afstand).
- **Alle segmenten**, met uitzondering van **segment I: plannen en Rennen**, hebben geen wens naar kinderopvang en onderwijs. Wel worden beide voorzieningen door bijna alle segmenten dichtbij gewenst met 2,4 tot 2,7 punten (250 tot 750 meter afstand).

Gewenste buurtvoorzieningen in het conceptuele voorzieningsmodel

Nu de gewenste voorzieningen en afstanden per klantsegment zijn bekeken zal verder gekeken worden naar de wens en afstand per prijssegment. De wens en afstand per prijssegment is meteen ook het ingevulde conceptuele voorzieningsmodel. In het model zijn bij zowel de wens als de afstand weinig bijzonderheden te zien. De opvallende zaken zijn gelijk aan de klantsegmentanalyse en leveren geen nieuwe bevindingen op. Het conceptuele voorzieningsmodel met alle wens- en afstandswaarden is terug te vinden *bijlage Q*.

Wel zijn een aantal pieken te zien in een aantal prijssegmenten per klantsegment. De meeste pieken hierin zijn ontstaan door de lage respons per prijssegment. De enige uitzondering die opvalt in het model is dat in meerdere hoog-hoge prijssegmenten restaurants gewenst zijn met een waarde tussen 18 en 35 punten. Deze wens is verspreid over verschillende klantsegmenten, zoals **segment B, C, E en J**.

Gewenste buurtvoorzieningen in het samengevoegde conceptuele voorzieningsmodel

Omdat in sommige prijssegmenten weinig tot geen respons is, zijn een aantal segmenten samengevoegd. De samenvoeging van de prijssegmenten is gedaan aan de hand van het aantal respondenten. Wanneer in een segment zich minder dan 10 respondenten bevinden zal deze samengevoegd worden met een ander segment. Dit met de reden dat bij een gelijke verdeling niet meer dan 11 respondenten per groep verdeeld konden worden (1000 respondenten met 80 prijssegmenten). Daarnaast is de populatie van de klantsegmenten per prijssegment niet bekend, waardoor hier niet op teruggevallen kan worden. Om de prijssegmenten te kunnen samenvoegen moet een gewogen gemiddelde genomen worden. Een segment met 9 respondenten kan bijvoorbeeld niet net zo zwaar wegen als een groep met 3 respondenten. De tabel met daarin de samengevoegde segmenten met alle wens- en afstandswaarden is inclusief legenda te zien in *bijlage R*.

In de samengevoegde analyse zijn, afgezien van 1 uitschieter, geen extra bijzonderheden te vinden. De enige uitschieter is te zien bij het **segment B: jong en hoopvol** in alle kooprijzen. Voor dit segment moet onderwijs en opvang en openbare voorzieningen dichtbij liggen met een score tussen de 1,3 en 2,2 punten (<250 tot 750 meter). Dit is in de wens naar deze buurtvoorzieningen niet terug te zien.

Gewenste buurtvoorzieningen top 3 in het conceptuele voorzieningsmodel

Om een overzichtelijk conceptueel voorzieningsmodel weer te geven voor vastgoedontwikkelaars is gekozen om een extra dataset te bouwen met de top 3 buurtvoorzieningen per samengevoegd prijssegment. Hierin zijn de gewenste buurtvoorzieningen van 1 tot 3 met wenswaarde en gewenste afstand per buurtvoorziening te zien. Het conceptuele voorzieningsmodel in top 3 is inclusief legenda te zien in *bijlage S*.

Gewenste buurtvoorzieningen van de individuele data-analyses

Door de lage respons en oververtegenwoordiging van sommige klantsegmenten in de enquêtes zijn er, aan de hand van de verzamelde gegevens, individuele analyses uitgevoerd. Deze analyses zijn op basis van de volgende segmenten:

- Geslacht: Het verschil in wens tussen man en vrouw.
- Huishoudenssamenstelling: Het effect van kinderen en/of wonen met een partner op de wens.
- Eigendom: Het effect van eigendom van een woning op de wens
- Prijssegmenten: Het verschil in wens door de prijs van een koop of huurwoning.
- Stedelijkheid: Het verschil in wens bij mate van stedelijkheid binnen de G5, G10, G20 en G40 (aan de hand van inwonersaantallen).

Door middel van staafdiagrammen zal zichtbaar gemaakt worden welke gegevens bijzonderheden opleveren per segment. De staafdiagrammen zijn te zien in *bijlage T*. De individuele data-analyses leveren een aantal kleine verschillen op in de wens per segment, zoals hieronder opgesomd:

- Geslacht: Mannen wensen de reguliere supermarkten meer dan vrouwen. Mannen wensen over het totaal met 5 punten meer commerciële voorzieningen en vrouwen maatschappelijke voorzieningen. Anders wenst meer overige zorg, semi-openbaar groen en overige supermarkten met 5 tot 12 punten verschil.
- Huishoudenssamenstelling: Huishoudens zonder kinderen wensen reguliere supermarkten meer dan met kinderen met ongeveer 10 punten verschil. Huishoudens met kinderen wensen onderwijs en opvang meer dan zonder kinderen met ongeveer 6 punten.
- Eigendom: Geen bijzonderheden op te merken.
- Prijssegmenten: Het hoog-hoge huursegment wenst restaurants, met 2 keer zoveel punten (20 punten), meer dan de andere prijssegmenten.
- Stedelijkheid: Geen bijzonderheden op te merken.

De individuele data-analyses leveren ook een aantal kleine verschillen in de afstand op per segment, zoals hieronder opgesomd:

- Geslacht: Anders wenst alles dichterbij dan mannen en vrouwen verschillend van 0,5 tot 1,5 punten lager (<250 tot 500 m).
- Huishoudenssamenstelling: Alleenstaande met kinderen wensen cafetaria, kinderopvang en basisonderwijs dichterbij dan andere huishoudens met ongeveer 0,5 punten lager (<250 meter).
- Eigendom: Geen bijzonderheden op te merken.
- Prijssegmenten: Het lage koopsegment wenst alles verder weg dan de andere prijssegmenten met ongeveer 0,5 punten lager (<250 meter).
- Stedelijkheid: Geen bijzonderheden op te merken.

Als laatste analyse van deze paragraaf is de respondenten gevraagd naar buurtvoorzieningen die missen in de lijst. Bij het kopje 'anders, namelijk:' konden respondenten een eigen buurtvoorziening invullen. Deze antwoorden zijn geanalyseerd en per uniek antwoord opgeteld. De uitkomsten die meer dan één enkele keer genoemd zijn en niet in de buurtvoorzieningen lijst voorkomen zijn weergegeven in *bijlage U*. In de uitkomst zijn geen bijzonderheden te zien. Zwembad en ziekenhuis zijn beide, met elk 5 keer, het vaakst genoemd.

6.3 Deelconclusie

In deze paragraaf wordt antwoord gegeven op de deelvraag: "Op welke manier kan het conceptuele voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen voor verschillende klantsegmenten bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor een vastgoedontwikkelaar worden toegepast?". Daarnaast wordt aan de hand van eerder besproken stukken een conclusie getrokken.

Na het toetsen en verbeteren van het conceptuele voorzieningsmodel kon deze ingevuld worden met waarden door middel van een praktijktoepassing. De praktijktoepassing heeft plaatsgevonden met enquêtes. Deze enquêtes zijn uitgezet door een professionele partij bij de huishoudens van Nederland. Deze huishoudens konden met persoonsvragen over geslacht, leeftijd, inkomen, huishoudenssamenstelling en aantal auto's gesegmenteerd worden in klantsegmenten. De eerder opgestelde kaders hiervoor zijn gebruikt om respondenten in te delen. Om de juiste respondenten te verzamelen is er allereerst gevraagd naar de woonsituatie. Wanneer een respondent woonachtig is in een appartement in de G40 mag de enquête doorlopen worden. Er is een maximum van 1000 enquêtes vastgesteld. De respons per klantsegment was redelijk ongelijk variërend van 18 tot 174 respondenten.

Respondenten die geen inkomen hebben ingevuld zijn verplaatst naar het segment 'overige' met daarin 136 respondenten. Door de lage respons in sommige prijssegmenten per klantsegment zijn deze samengevoegd om een beter beeld te schetsen en hiermee een zuivere conclusie te kunnen trekken. De conclusie die getrokken kan worden is dat het conceptuele voorzieningsmodel ingevuld kan worden met de data die is verzameld uit de enquêtes.

De meeste gewenste buurtvoorzieningen die daarnaast ook het dichtstbij moeten liggen zijn in vrijwel alle analyses gelijk. De meeste gewenste voorzieningen en afstanden als volgt:

1. Reguliere supermarkten met 26 punten gemiddeld op een afstand tussen de 250 en 750 meter.
2. Openbaar vervoer met 12 punten gemiddeld op een afstand tussen de 250 tot 500 meter
3. Levensmiddelen speciaalzaken met 12 punten gemiddeld op een afstand tussen de 250 en 750 meter
4. Huisartsenpraktijken met 11 punten gemiddeld op een afstand tussen de 250 en 750 meter.
5. Gemakswinkels met 11 punten gemiddeld op een afstand tussen de 250 en 750 meter.
6. Persoonlijke verzorging met 11 punten gemiddeld op een afstand tussen de 500 en 750 meter.

De minder gewenste voorzieningen over alle datasets zijn fysiotherapie, tandarts, overige zorg, kinderopvang, basisonderwijs, sportvoorzieningen, semi-openbaar groen en culturele voorzieningen met punten tussen de 4,5 en 6,5 gemiddeld.

Per klantsegment is te zien welke buurtvoorzieningen gewenst zijn en op welke afstand. Dit om bij huidige en toekomstige ontwikkelingen de gewenste buurtvoorzieningen in beeld te brengen. Hiermee kan bijgedragen worden aan de leefbaarheid van woongebieden en het bevorderen van de tevredenheid van bewoners. Na de analyse is het model met waarden ingevuld en te gebruiken door vastgoedontwikkelaars in de praktijk. Dit is tevens het antwoord op de deelvraag.

7. Conclusie, evaluatie en aanbeveling

In het laatste hoofdstuk van dit onderzoek wordt een conclusie, aanbeveling en evaluatie geschreven. In paragraaf 7.1 zal aan de hand van een conclusie antwoord gegeven worden op de probleemstelling; “Welk conceptueel voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen bij koop- en huurappartementen in G40-steden kan worden opgesteld voor een vastgoedontwikkelaar, waarbij gekeken wordt naar verschillende klantsegmenten?”. In paragraaf 7.2 wordt het onderzoek geëvalueerd op basis van een zelfreflectie over het opgeleverde onderzoek en de methodologische verantwoording. In paragraaf 7.3 wordt vervolgens door middel van de conclusie en zelfreflectie een aantal aanbevelingen gedaan aan de opdrachtgever, voor een vervolgonderzoek en over de externe doelstelling.

7.1 Conclusie

In deze paragraaf wordt een conclusie getrokken over het onderzoek en daarmee antwoord gegeven op de probleemstelling. Deze probleemstelling is beantwoord door middel van de deelconclusies en antwoorden op de verschillende deelvragen binnen dit onderzoek.

7.1.1 Antwoord op de probleemstelling

De probleemstelling luidt als volgt: “Welk conceptueel voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen bij koop- en huurappartementen in G40-steden kan worden opgesteld voor een vastgoedontwikkelaar, waarbij gekeken wordt naar verschillende klantsegmenten?”.

Door de kernbegrippen vastgoedontwikkelaars, G40, koop- en huurappartementen, buurtvoorzieningen, voorzieningsaspecten en klantsegmentatie theoretisch af te kaderen is een conceptueel voorzieningsmodel ontworpen. Dit model geeft per klantsegment weer, verdeeld over diverse appartement prijssegmenten, welke buurtvoorzieningen gewenst zijn op welke afstand. Dit model is getoetst bij experts om te verbeteren aan de hand van feedback. De feedback was van toepassing op de woonsituatie, prijzen, buurtvoorzieningenlijst en de wijze van aspecten uitvragen. De afgebakende kernbegrippen, aangepast aan de hand van de feedback, met meetbare variabelen als volgt:

- Vastgoedontwikkelaars: Ontwikkelaars in (hoog)stedelijke gebieden met bijbehorende regelgeving.
- G40: De 40 grootste gemeenten met een woonplaats groter dan 70.000 inwoners.
- Koop- en huurappartementen: In 2 eigendomssituaties met 4 prijssegmenten per situatie
- Buurtvoorzieningen: 22 voorzieningen met onderverdelingen geschaald op een gemiddelde afstand van bewoner tot voorziening van maximaal 1 kilometer.
- Voorzieningsaspecten: Beschikbaarheid en bereikbaarheid in wens naar een voorziening en maximale afstand tot een voorziening. De wens naar een voorziening uitgedrukt in verdeelbare punten en de afstand in een afstandsschaal in meters.
- Klantsegmentatie: 10 klantsegmenten te segmenteren met de criteria leeftijd, inkomen, huishoudenssamenstelling en aantal auto's.

Het verbeterde model is uitgezet bij de Nederlandse huishouden om door middel van enquêtes aan te vullen met wens- en afstandswaarden. De data uit de praktijktoepassing bleek na de analyse vergelijkbaar voor alle segmenten en criteria. De buurtvoorzieningen die bij alle datasets het meest gewenst en daarnaast ook het dichtstbij moeten liggen zijn:

1. Reguliere supermarkten met 26 punten gemiddeld op een afstand tussen de 250 en 750 meter.
2. Openbaar vervoer met 12 punten gemiddeld op een afstand tussen de 250 tot 500 meter
3. Levensmiddelen speciaalzaken met 12 punten gemiddeld op een afstand tussen de 250 en 750 meter
4. Huisartsenpraktijken met 11 punten gemiddeld op een afstand tussen de 250 en 750 meter.
5. Gemakswinkels met 11 punten gemiddeld op een afstand tussen de 250 en 750 meter.
6. Persoonlijke verzorging met 11 punten gemiddeld op een afstand tussen de 500 en 750 meter.

De minder gewenste voorzieningen over alle datasets zijn fysiotherapie, tandarts, overige zorg, kinderopvang, basisonderwijs, sportvoorzieningen, semi-openbaar groen en culturele voorzieningen met punten tussen de 4,5 en 6,5 gemiddeld.

Het conceptuele voorzieningsmodel met waarde kan door vastgoedontwikkelaars gebruikt worden om bij huidige en toekomstige ontwikkelingen de leefbaarheid van woongebieden en de tevredenheid van bewoners te bevorderen. Wanneer een ontwikkeling plaatsvindt kan opgezocht worden, na het bepalen van het klantsegment, de eigendomssituatie en de appartement prijs, welke buurtvoorzieningen op de betreffende locaties gewenst zijn. Dit om de keuze voor gebiedsontwikkeling/indeling aan de hand van dit onderzoek met model te onderbouwen.

7.2 Evaluatie

In deze paragraaf wordt het onderzoek geëvalueerd. Deze evaluatie vindt plaats in 2 delen. In het eerste deel wordt gereflecteerd op het onderzoeksproces dat is uitgevoerd. Deze reflectie bevat zaken die succesvol en minder succesvol waren. In het tweede deel wordt teruggeken op de betrouwbaarheid, validiteit en bruikbaarheid van het onderzoek middels een methodologische verantwoording. Hierin wordt beoordeeld of aan de methodiek is gehouden, zoals in hoofdstuk 1 beschreven.

7.2.1 Zelfreflectie

Na het zoeken van een afstudeerplek om mijn studie Vastgoedkunde af te ronden, ben ik terecht gekomen bij Amvest. Ik ben Amvest tegengekomen op de website van vastgoedbeurs Provada, waarbij ik meteen enthousiast was. Bij het eerste (sollicitatie)gesprek voor de zomer van 2023 met researchers Bart Louw en Jeffrey Boerebach, had ik een zeer goede indruk van de organisatie. Na de zomer hebben we in een vervolggesprek over een mogelijke probleemvraag gehad, die voor mij en de opdrachtgever interessant zou zijn als onderzoeksvraag. Dit kwam neer op het in beeld brengen van gewenste voorzieningen van bewoners van Amvest woningen. Deze vraag leek mij zeer interessant, maar ook uitdagend.

Omdat ik net voor het einde van het schooljaar ben aangenomen was het niet mogelijk om op korte termijn een afstudeervoorstel te schrijven en in te leveren. Hierdoor ben ik in kwartiel 2 gestart; 1 kwartiel later dan gepland. In kwartiel 1 heb ik mij gewijd aan het schrijven van het voorstel. Bij de eerste versie van het voorstel had ik de probleemstelling en de wensen van Amvest verwerkt. Dit voorstel was te breed en moest meer afgebakend worden om het behapbaar te houden voor de 20 weken die de student krijgt. Om te voldoen aan de eisen van de hogeschool en de wens van de opdrachtgever is gekozen voor een dubbele praktijktoetsing. Dit door middel van interviews en enquêtes.

De tweede versie was nu akkoord met de volgende probleemstelling: “Welk conceptueel voorzieningsmodel over buurtvoorzieningen bij koop- en huurappartementen in G40-steden kan worden opgesteld voor een vastgoedontwikkelaar, waarbij gekeken wordt naar verschillende klantsegmenten?”. Hierin zijn koop- en huurappartementen en de G40 een afbakening geworden. In de tijd tot de start van mijn afstudeeronderzoek heb ik mij ingelezen op onderzoeken naar voorzieningen. Daarnaast heb ik aan de hand van het goedgekeurde voorstel een Plan van Aanpak geschreven. Dit om de loop van het onderzoek vast te stellen en een planning te maken.

In november 2023 startte officieel mijn afstudeerperiode. Deze periode zou 20 weken duren tot april 2024. De weken waren verdeeld in deels thuis en deels op kantoor in Amsterdam. De dagen vanuit thuis waren fijn en geschikt om lange stukken tekst te verwerken met goede hardware. De kantoordagen waren bedoeld om te sparren met de begeleiders, kennis te vergaren met de professionals van Amvest en te leren over de dagelijkse werkzaamheden binnen het bedrijf. Deze sparmomenten konden door de open setting van het kantoor op willekeurige momenten plaatsvinden, wat heel fijn was. De vaste wekelijkse begeleiding vond elke maandagochtend digitaal plaats. De begeleidingsmomenten vanuit school vonden tijdens de afstudeerperiode een aantal keer plaats om het proces en voortgang te bespreken. Naarmate de weken vorderden werden begeleidingsgesprekken steeds korter. Dit omdat het onderzoek steeds minder theoretisch werd en steeds meer vorm kreeg.

De eerste 2 deelvragen van het onderzoek waren voor mij ver uit het lastigst. Het uitschrijven van de teksten, vormgeven van de hoofdstukken en de aanvliegroutes per onderwerp waren een uitdaging. In de eerste weken moest ik dan ook echt een beetje inkomen, maar ook later bleef het een lastig punt voor mij. Veel theorie uit hoofdstuk 2 en 3 zijn verwijderd en opnieuw geschreven om een logisch en relevant stuk te vormen. Dit komt deels doordat veel keuzes redelijk arbitrair waren onderbouwd. Dit is gedurende het hele onderzoek een struikelpunt voor mij geweest, waar ik hard aan heb gewerkt. Gelukkig waren de sparmomenten met begeleider Jeffrey zeer leerzaam en bracht mij dit vaak tot nieuwe inzichten. Na een week of 8 kregen de eerste twee deelvragen vorm. De tijd begon toen al wel te dringen, want het onderzoek bestond uit twee praktijktoetsingen. De derde deelvraag was redelijk eenvoudig uit te werken, want dit was een opsomming van alle theorie uit deelvraag 1 en 2.

Na een aantal begeleidingsgesprekken en wat optimalisatie werkzaamheden was de theorie klaar voor toetsing. Hiervoor moesten de juiste experts gekozen worden. Dit bleek lastiger dan gedacht: de populatie die kennis heeft van dit (vernieuwende) onderwerp was onbekend. Om deze reden is via de opdrachtgever, LinkedIn en vastgoedartikelen gezocht naar passende experts. Na veel mailverkeer en telefonisch contact ben ik doorverwezen naar verschillende experts met de juiste kennis en ervaringen. Om genoeg experts te interviewen en daarnaast het onderzoek toch haalbaar te maken zijn alle interviews kort op elkaar gepland.

In 3 weken zijn 11 interviews gehouden, maar na een paar interviews werd er al weinig nieuwe informatie verkregen, waar ik zeer content mee was. De overlap in de interviews en de informatie die ik hierin verkreeg sloot goed op elkaar aan. De interviews waren erg leuk, leerzaam en interessant. Wel was het af en toe ingewikkeld om de gesprekken niet te laten afdwalen. In het vervolg zal ik hier wat meer op moeten sturen. De vragen minder open opstellen zal hierin ook verschil maken. Veel verschillende en bekende experts uit de vastgoedwereld zijn door de toetsing gesproken. Wellicht dat deze contacten na de studie wat opleveren. Tijdens de interviews ben ik ook nog erg druk geweest met het uitwerken van hoofdstuk 5, het laatste hoofdstuk en het transcriberen. Het transcriberen is gebeurd met de transcriptie applicatie Good Tape. Met deze applicatie werden opgenomen gesprekken grof uitgetypt. Naderhand moest ik zelf deze transcripties nalopen en waar nodig aanpassen op spelling en lay-out. Dit kostte alsnog vele uren, maar Good Tape is een aanrader voor alle transcriptie opdrachten.

Na de interviews was het tijd voor het opstellen van de enquêtes en het voorbereiden van de data-analyses die hierop volgde. Het opstellen hiervan ging redelijk gelijk op met de interviews door de deadline die gesteld is vanuit de opleiding (20 weken). Bij het opstellen van de enquêtes was het vooral belangrijk om te bepalen, samen met de professional, welke manier van uitvragen gehanteerd zou worden. Op de manier van uitvragen had ik mij bij voorbaat wat meer mogen verdiepen om de mogelijke vormgeving of de uitvraagmethode van enquêtes te bepalen. Dit is nu vooral gedaan met de feedback van de experts uit de interviews. Met de gekozen puntenmethode, schaal van Likert en het verwijderen van het gebruiksaspect konden de enquêtevragen naar de professional toegestuurd worden. De professional zou deze vragen gaan programmeren, door mijzelf laten testen en dan uitzetten bij de Nederlandse huishoudens. Ook hier zijn de vragen een aantal keer veranderd, omdat de professional dit aanbeval. Deze aanbevolen veranderingen waren vooral gericht op de hoeveelheid buurtvoorzieningen die met 100 punten gerangschikt moesten worden. Na een aantal gesprekken zijn dit 6 categorieën met 2 hoofdgroepen geworden om 100 punten aan toe te kennen. Nadat alle informatie vast stond is de enquête op de computer en op de telefoon getest. Hier zijn nog een aantal spelling correcties op uitgevoerd. Na deze correcties en een 'test run' zijn donderdag 21 maart de enquêtes uitgezet.

De enquêtes stroomden de dagen daarop vol. Na 5 dagen, op dinsdag 26 maart, waren alle 1000 respondenten met 75 extra respondenten voor filtering verzameld. De professional heeft deze filtering de dag erop uitgevoerd en alle databestanden op de mail aangeleverd. Toen kon de enorme analyse klus beginnen. De 2 sets in Excel bevatte samen meer dan 5 miljoen cellen. De kennis van Excel was bij mij niet enorm uitgebreid, dus dit werd een moeilijke opgave. Hier is voor de verdere loopbaan nog wel winst te behalen. Toch is het naar eigen zeggen redelijk gelukt om de analyses uit te werken voor zowel de scriptie als de opdrachtgever. In de analyse stuitte ik wel op het segmenteren van de klanten aan de hand van persoonsgegevens. Allereerst is Whize, door de overlappende segmentcriteria, niet de makkelijkste manier om te segmenteren. Ook was het wellicht verstandig geweest om opleiding uit te vragen om de klantsegmentatie voor mijzelf makkelijker te maken. Daarnaast was het verstandig geweest om de segmentatie methode, los van de kaders, beter op papier te zetten. Nu waren er een aantal gevallen waar segmenten net in meerdere segmenten of geen segment paste. Na een aantal dagen intensief in Excel gewerkt te hebben, waren de analyses afgerond. Nu kon hoofdstuk 6 afgeschreven worden en konden de tabellen in het hoofdbestand toegevoegd worden.

De laatste onderdelen die nu nog uitgevoerd moesten worden waren het inkorten van het onderzoek, alles tekstueel kloppend maken en de bijlagen laten aansluiten. Het hoofdbestand bestond op dit moment uit 120 pagina's en de bijlage uit 260 pagina's. De richtlijn vanuit de opleiding is maximaal 45 pagina's voor het hoofdbestand. Hier zit, in overleg met mijn schoolbegeleider, wel wat speling in omdat ik twee praktijktoetsingen heb. Door alle drie de onderdelen tegelijk uit te voeren is alles uitgewerkt. Het indikken heeft voor een aantal taalkundige slordigheden gezorgd die eruit gefilterd zullen worden.

De zelfreflectie, die ik na het uitwerken van de volledige scriptie heb, bestaat uit een aantal punten. Allereerst zal ik voor mijn verdere loopbaan tekstueel sterker moeten worden. Mijn zinsopbouw en uitleg is af en toe der mate ingewikkeld dat niemand het begrijpt. Verder, zoals eerder genoemd, zou een workshop Excel voor mij een hele goede toevoeging zijn. Excel is zo belangrijk om data snel inzichtelijk te krijgen en interessante gegevens te laten zien. In de opleiding is veel geoefend met Excel vastgoed berekeningen, maar simpele berekeningen zijn mij vrijwel onbekend. Daarnaast is het gebruik van onderzoek gerelateerde begrippen nog zwak. De termen als populatie, soorten steekproeven en alle bepalingen hiervan waren in dit onderzoek een uitdaging om toe te passen. Door dit beter onder de knie te krijgen kan een betrouwbaarder en bruikbaarder onderzoek neergezet worden dat ook nog eens sterk onderbouwd is. Los hiervan heb ik veel geleerd van alle aspecten van dit onderzoek. Ik ben zeer tevreden over mijn zelfstandigheid, proactieve houding en communicatieve vaardigheden bij alle benaderde partijen. Ik vond het heel waardevol om op deze schaal te werken met gedreven professionals en experts in de praktijk.

7.2.2 Methodologische verantwoording

Betrouwbaarheid

De betrouwbaarheid is in dit onderzoek op verschillende manieren gewaarborgd. Allereerst door middel van het dagelijks bijhouden van logboeken. Deze logboeken zijn te zien in *bijlage V*. In de logboeken zijn overzichten te vinden van de gewerkte uren, omschrijving van de werkzaamheden, zoekingen, zoektermen en geraadpleegde bronnen. Door de grote hoeveelheid bronnen in dit onderzoek zijn deze niet allemaal verwerkt. Het logboek is een globale weergave van de het proces van de afgelopen 20 weken. Daarnaast zijn niet alle bronnen even recent of is de publicatiedatum er niet altijd van bekend. Ook dit maakt het onderzoek minder betrouwbaar.

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van triangulatie. Dit betekent dat meerdere verschillende onderzoeksmethoden gebruikt zijn om antwoord te geven op de probleemstelling. In dit onderzoek is gebruik gemaakt van kwalitatieve en kwantitatieve deskresearch in de vorm van literatuuronderzoek en surveyonderzoek door middel van interviews en enquêtes. De eerste 3 deelvragen in dit hoofdstuk zijn uitgewerkt aan de hand van literatuuronderzoek. Dit omvat zowel kwalitatieve methoden, waarbij niet cijfermatige theorie is geraadpleegd, als kwantitatieve methoden, waar datasets met cijfermatige informatie is geconsulteerd.

De vierde deelvraag is gedaan door middel van interviews met diverse experts. Hierin zijn eerst select experts benaderd aan de hand van de benodigde kennis en ervaringen over een bepaald onderwerp in dit onderzoek. Deze experts zijn gevonden via de opdrachtgever, LinkedIn en vastgoedartikelen. Dit is niet volledig betrouwbaar, omdat niet bekend is wie de juiste experts zijn. Vervolgens zijn, door middel van de sneeuwbalmethode, de best passende experts gekozen. Daarnaast zijn ook de vragen over de afbakeningen en methoden uitgeschreven. Deze zijn gecontroleerd door de begeleiders vanuit de opdrachtgever. Hierna zijn de interviewvragen getest door middel van een proefinterview, zowel digitaal, als fysiek met de partner van de onderzoeker. Hieruit zijn aanpassingen gedaan aan de vormgeving van het interview door het opzetten van een PowerPoint met relevante stukken uit het onderzoek. De interviews zijn allemaal op dezelfde wijze uitgevoerd. Wel dwaalde sommige interviews te ver af van het onderwerp waardoor niet alle vragen even uitgebreid of correct zijn beantwoord. Dit maakt sommige interviews minder betrouwbaar. Wel zijn deze in het onderzoek gelaten, omdat elk interview goede feedback punten bevat. Na 9 interviews ontstond theoretische saturatie waardoor geen nieuwe informatie werd vergaard. Als proef zijn hiervoor 2 extra interviews afgenomen, om de betrouwbaarheid te vergroten. Na alle interviews zijn de opgenomen gesprekken getranscribeerd, zoals te zien in *bijlage L*. Door de interviews te controleren, te testen en uit te schrijven wordt de betrouwbaarheid vergroot.

De vijfde en laatste deelvraag is gedaan met enquêtes aan de Nederlandse huishoudens. De getoetste afbakeningen, methoden en beroepsproduct zijn omgezet in enquêtevragen. Deze vragen gaan over persoonsgegevens, woonsituatie, wens naar buurtvoorzieningen en afstand tot buurtvoorzieningen. Deze vragen zijn eveneens gecontroleerd door de begeleiders vanuit de opdrachtgever en de professional die de enquêtes uitzet. Deze professional heeft na goedkeuring door de onderzoeker en opdrachtgever de vragen overzichtelijk geprogrammeerd om optimale respons te behalen. De resultaten zijn ontvangen en uitgewerkt in Excel. De uitwerkingen en de analyses in Excel zijn deels handmatig gedaan door de overlappende klantsegmenten. Dit vergroot de kans op menselijke fouten. Door de enquêtes te controleren, advies te krijgen van de professional en de data met een bekend programma uit te werken is de betrouwbaarheid wel vergroot.

Validiteit

Validiteit is op te splitsen in drie hoofdgroepen: Interne validiteit, externe validiteit en begripsvaliditeit. Deze termen zullen per groep behandeld worden.

Interne validiteit: In dit onderzoek is, zoals beschreven bij betrouwbaarheid, gebruik gemaakt van triangulatie. Deze methode draagt bij aan de interne validiteit, want er is gebruik gemaakt van verschillende onderzoeksmethoden om het onderzoek uit te werken, te controleren en te gebruiken. Het gebruik van verschillende methoden draagt daarnaast ook bij aan de hoeveelheid kwalitatieve bronnen die worden geraadpleegd. Dit allemaal om een zo zuiver mogelijke conclusie te kunnen trekken.

Externe validiteit: Het onderzoek is niet uitgevoerd op de specifieke werkwijze van de opdrachtgever Amvest. Hierdoor is het bruikbaar voor alle soorten vastgoedontwikkelaars, zoals gesteld in de hoofdvraag en onderbouwd in hoofdstuk 2. De externe validiteit is gewaarborgd door het feit dat alle ontwikkelaars, die inzicht willen krijgen in gewenste buurtvoorzieningen voor verschillende klantsegmenten in appartement van de G40, het beroepsproduct kunnen gebruiken.

Verder is de externe validiteit te waarborgen door de interviews met de experts. In dit onderzoek zijn 11 expert geïnterviewd met minimaal 3 interviews per onderwerpgroep (3 groepen totaal). Deze experts passen, op het gebied van kennis, ervaring en werkzaamheden bij de afgebakende onderwerpen. De populatie van de experts was onbekend, dus er zijn selecte experts benaderd en bij hen is gevraagd naar de benodigde kennis en ervaring. Daarbij waren meerdere experts in staat om aan de hand van eigen expertise, vragen te beantwoorden buiten de gekozen onderwerpgroepen. Dit zorgde voor meer kwalitatieve informatie. Alle interviews zijn op een gelijke wijze uitgevoerd in gelijke omstandigheden, zowel digitaal, als fysiek.

Als laatst is de externe validiteit gewaarborgd door de enquêtes uit te zetten bij de juiste doelgroep. De enquête is zo geprogrammeerd dat alleen data van bewoners van appartementen in de G40 wordt verzameld. Dit is gedaan door naar postcode, gemeente en soort appartement te vragen. Alle enquêtes zijn tijdens de uitvoering gemonitord en naderhand geanalyseerd op correctheid, door zowel de onderzoeker, als de professional.

Begripsvaliditeit: In de theorie van dit onderzoek zijn de verschillende kernbegrippen gedefinieerd en afgebakend. Hiermee is verwarring of verkeerde interpretatie vermeden. Deze begrippen zijn; vastgoedontwikkelaar, G40, koop- en huurappartementen, buurtvoorzieningen, voorzieningsaspecten en klantsegmentatie. Deze definiëring en afbakening is gedaan aan de hand van de kwalitatieve en kwantitatieve literatuuronderzoeken. Met de kernbegrippen afgebakend is de begripsvaliditeit gewaarborgd.

Bruikbaarheid

Dit onderzoek, als afstudeerscriptie voor de studie Vastgoedkunde aan de Hogeschool in Enschede, is uitgevoerd voor opdrachtgever Amvest. Door samen met de opdrachtgever te sparren over aanvliegroutes voor bepaalde onderwerpen, uitwerkingen te bespreken en resultaten te bekijken is het onderzoek bruikbaar gemaakt. Deze samenwerking heeft op wekelijkse basis, zowel digitaal, als fysiek plaatsgevonden.

Daarnaast hebben ook begeleidingsgesprekken plaatsgevonden met de schoolcoach. Hierin is de voortgang, de werkwijze en de planning besproken. Bijna alle begeleidingsgesprekken hebben fysiek plaatsgevonden op Saxion. Dit met als doel om te voldoen aan de eisen van het afstuderen volgens de hogeschool. Dit alles levert daarom een bruikbaar onderzoek op.

7.3 Aanbeveling

Met de conclusie over de resultaten uit het onderzoek en de zelfreflectie kunnen een aantal aanbevelingen gedaan worden. Deze paragraaf zal in 3 delen gesplitst worden; aanbeveling aan de opdrachtgever, aanbeveling voor een vervolgonderzoek en aanbeveling over de externe doelstelling.

7.3.1 Aanbeveling aan de opdrachtgever (Amvest)

De opdrachtgever van dit onderzoek is, Amvest, een vastgoedontwikkelaar en investment manager op het gebied van woonvastgoed. Aan de hand van ecologische en sociale doelstellingen probeert de opdrachtgever toekomstbestendige, groene en kwalitatief goede woningen en woongebieden te ontwikkelen. Met het conceptuele voorzieningsmodel uit dit onderzoek kan ingespeeld worden op de sociale doelstellingen.

Met het conceptuele voorzieningsmodel kan de opdrachtgever overzichtelijk gewenste buurtvoorzieningen op de gewenste afstand zien bij elk prijssegment per klantsegment woonachtig in appartementen in de G40. Dit model is opgemaakt uit literatuuronderzoek, getoetst bij experts en uitgezet bij de Nederlandse huishoudens om de betrouwbaarheid en bruikbaarheid zo hoog mogelijk te maken.

De aanbeveling aan de opdrachtgever is om bij huidige en toekomstige ontwikkelingen of transformaties het model te gebruiken, om inzichtelijk te krijgen welke buurtvoorzieningen mogelijk het best ontwikkeld kunnen worden. Dit kan per klantsegment bekeken worden om het woongebied optimaal op de wens van de uiteindelijke bewoner aan te laten sluiten. Echter, is dit gelimiteerd tot bewoners van appartementen binnen de G40-gemeenten. Alles buiten de G40 en met grondgebonden woningen kan geen uitspraak over gedaan worden. Ook is door de onevenredig verdeling in de enquêtes geen zuivere uitspraak te doen op alle klant- en prijssegmenten. Wel is door veel overeenkomsten in alle segmenten en individuele criteria een algemeen beeld te schetsen van de meest en minst gewenste buurtvoorzieningen. Dit is voor de opdrachtgever mogelijk bruikbaar in de praktijk.

7.3.2 Aanbeveling voor een vervolgonderzoek

De aanbeveling die gedaan kan worden voor een mogelijk vervolgonderzoek is om te meten wat de toegevoegde waarde is bij realisatie van gewenste buurtvoorzieningen. Deze toegevoegde waarde is meetbaar op twee fronten; de toegevoegde waarde in geld en de toegevoegde waarde gemeten in geluk.

Met geld wordt uitgedrukt wat een bewoner bereid is om te betalen voor een appartement in de G40. De betalingsbereidheid zou hoger moeten liggen bij een appartement met veel gewenste buurtvoorzieningen. De vraag die hierbij gesteld kan worden is: "Welke gewenste buurtvoorzieningen of hoeveel buurtvoorzieningen zijn nodig om een bepaalde huurprijs te vragen?".

Met geluk wordt uitgedrukt hoe bereid een bewoner is zich te vestigen in een appartement in de G40. De vestigingsbereidheid zou eveneens hoger moeten zijn bij een appartement met veel gewenste buurtvoorzieningen. Hierbij kan de vraag gesteld worden: "Bij welke of bij hoeveel gewenste buurtvoorzieningen is een bewoners bereid te verhuizen of te blijven?"

Daarnaast kan een vervolgonderzoek gedaan worden naar gemeenten en steden buiten de G40. Dit om te meten of de wens naar bepaalde voorzieningen overal gelijk is of verschilt. Ook zal onderzoek gedaan kunnen worden naar andere voorzieningen of ander vastgoed in een gelijke setting als dit onderzoek.

Als laatst kan een vervolgonderzoek gedaan worden naar het gebruik. Dit aspect is in dit onderzoek weggefallen, echter kan hier wel in kaart worden gebracht of gewenste voorzieningen ook daadwerkelijk (veel) gebruikt worden.

7.3.3 Aanbeveling over de externe doelstelling

In hoofdstuk 1 van dit onderzoek is een externe doelstelling opgesteld met het doel van de opdrachtgever. In deze deelparagraaf zal bekeken worden of het doel van opdrachtgever is behaald en welke aanbeveling hierop gedaan kan worden. Het externe doel in dit onderzoek is: "Door middel van een conceptueel voorzieningsmodel wil Amvest weten welke buurtvoorzieningen bij koop- en huurappartementen in G40-steden voor verschillende klantsegmenten ontwikkeld moeten worden, om bij te dragen aan de leefbaarheid van woonwijken en de tevredenheid van bewoners te bevorderen."

De externe doelstelling is in dit onderzoek behaald wanneer het conceptuele voorzieningsmodel door de opdrachtgever wordt gebruikt bij het ontwikkelen of transformeren van appartementen in de G40. Wanneer het model is gebruikt moet de aanbevolen gewenste buurtvoorzieningen bij dragen aan de leefbaarheid van het ontwikkelde woongebied en daarmee de tevredenheid van bewoners bevorderen. De aanbeveling op de doelstelling is om nader te onderzoeken op welke manier de gewenste buurtvoorzieningen en de gewenste afstand hieraan bijdragen. Dit om met zekerheid te kunnen zeggen dat een bepaalde gewenste buurtvoorziening ook daadwerkelijk ontwikkeld moet worden.

Bibliografie

- Allecijfers.nl. (2023, z.d. z.d.). *Woonplaatsen*. Opgeroepen op 12 11, 2023, van <https://allecijfers.nl/>: <https://allecijfers.nl/woonplaatsen/>
- Amvest. (2023a). *De Amvest strategie*. Amsterdam: Amvest. Opgeroepen op 09 12, 2023
- Amvest. (2023b, z.d. z.d.). *Over Amvest*. Opgeroepen op 09 12, 2023, van <https://www.amvest.nl/>: <https://www.amvest.nl/over-amvest/>
- Basismonitor Groningen. (2023, z.d. z.d.). *Stand van Groningen Voorzieningen*. Opgeroepen op 12 05, 2023, van <https://basismonitor-groningen.nl/>: <https://basismonitor-groningen.nl/standvangroningen/voorzieningen/>
- Beursgenoten. (z.d., z.d. z.d.). *Institutionele beleggers*. Opgeroepen op 03 22, 2024, van <https://www.beursgenoten.nl/>: <https://www.beursgenoten.nl/beleggen/institutionele-beleggers#:~:text=Onder%20particuliere%20beleggers%20verstaan%20we,met%20het%20vermogen%20van%20derden.>
- Calcasa. (2018). *Voorzieningen*. Delft: Calcasa. Opgeroepen op 01 08, 2024
- Calcasa. (2023a). *Database woningvoorraad*. Opgeroepen op 11 22, 2023, van <https://calcasa.nl/>: <https://calcasa.nl/index.html>
- Calcasa. (2023b). *The WOX® Quarterly Q3 2023*. Delft: Calcasa. Opgeroepen op 12 15, 2023, van https://calcasa.nl/files/Calcasa_WOX_2023K3.pdf
- CapitalValue. (2023, z.d. z.d.). *De woning(beleggings)markt*. Opgeroepen op 11 30, 2023, van <https://research.capitalvalue.nl/>: <https://research.capitalvalue.nl/pages/woningmarkt-en-regelgeving>
- CBS. (2015). *Handleiding voor woningdefinities*. Den Haag: CBS. Opgeroepen op 11 23, 2023

- CBS. (2018, 06 02). *Woonoppervlakte in Nederland*. Opgehaald van <https://www.cbs.nl: https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2018/22/woonoppervlakte-in-nederland>
- CBS. (2020, 02 13). *Monitor koopwoningmarkt*. Opgeroepen op 11 13, 2023, van <https://www.cbs.nl: https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/monitor-koopwoningmarkt>
- CBS. (2022a, 03 11). *Demografische ontwikkelingen en de woningvoorraad*. Opgeroepen op 11 30, 2023, van <https://www.cbs.nl: https://www.cbs.nl/nl-nl/longread/de-nederlandse-economie/2022/achtergrond-bij-de-huizenprijsstijgingen-vanaf-2013/3-demografische-ontwikkelingen-en-de-woningvoorraad>
- CBS. (2022b, 10 26). *Nabijheid voorzieningen; afstand locatie, wijk- en buurtcijfers 2019*. Opgeroepen op 01 08, 2024, van <https://www.cbs.nl: https://www.cbs.nl/nl-nl/cijfers/detail/84718NED?dl=348F7>
- CBS. (2022c, 10 26). *Nabijheid voorzieningen; afstand locatie, wijk- en buurtcijfers 2019*. Opgeroepen op 11 15, 2023, van <https://www.cbs.nl: https://www.cbs.nl/nl-nl/cijfers/detail/84718NED?dl=348F7>
- CBS. (2023a, 05 26). *Bevolking op 1 januari en gemiddeld; geslacht, leeftijd en regio*. Opgeroepen op 12 11, 2023, van <https://opendata.cbs.nl: https://opendata.cbs.nl/#/CBS/nl/dataset/03759ned/table?dl=39E0B>
- CBS. (2023b). *Dashboard bevolking*. Opgeroepen op 09 16, 2023, van <https://www.cbs.nl: https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking>
- CBS. (2023c, 11 08). *Inkomen van personen; inkomensklassen, persoonskenmerken*. Opgeroepen op 01 10, 2024, van <https://opendata.cbs.nl: https://opendata.cbs.nl/statline/?dl=D4D1#/CBS/nl/dataset/83931NED/table>
- CBS. (2023d, 06 16). *Nabijheid voorzieningen; afstand locatie, wijk- en buurtcijfers 2022*. Opgeroepen op 09 14, 2023, van <https://www.cbs.nl: https://www.cbs.nl/nl-nl/cijfers/detail/85560NED>
- CBS. (2023e). *Woningmarkt*. Opgeroepen op 12 13, 2023, van <https://www.cbs.nl: https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-economie/woningmarkt>
- CBS. (2024, 01 31). *Ruim 73 duizend nieuwbouwwoningen in 2023*. Opgeroepen op 03 21, 2024, van <https://www.cbs.nl: https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2024/05/ruim-73-duizend-nieuwbouwwoningen-in-2023#:~:text=In%20absolute%20aantallen%20werden%20in,werden%20ook%20veel%20nieuwbouwwoningen%20gerealiseerd>
- CBS. (z.d.-a). *Institutionele beleggers*. Opgeroepen op 12 11, 2023, van <https://www.cbs.nl: https://www.cbs.nl/nl-nl/onze-diensten/methoden/onderzoeksomschrijvingen/korte-onderzoeksomschrijvingen/institutionele-beleggers#:~:text=Institutionele%20beleggers%20zijn%20instellingen%20die,beleggen%20met%20een%20gewenst%20risicoprofiel>
- CBS. (z.d.-b). *Meergezinswoning*. Opgeroepen op 12 14, 2023, van <https://www.cbs.nl: https://www.cbs.nl/nl-nl/onze-diensten/methoden/begrippen/meergezinswoning>
- CBS. (z.d.-c). *Woningtype*. Opgeroepen op 11 30, 2023, van <https://www.cbs.nl: https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2022/31/42-procent-van-alle-woningen-is-een-rijtjeshuis/woningtype>

- CBS. (z.d.-d). *Woningvoorraad*. Opgeroepen op 12 15, 2023, van <https://www.cbs.nl/https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2021/31/8-miljoen-woningen-in-nederland/woningvoorraad>
- EIB. (2021). *De kwalitatieve woningvraag in 2030*. Amsterdam: EIB. Opgeroepen op 09 13, 2023, van <https://www.eib.nl/publicaties/kwalitatieve-woningvraag-in-2030/>
- FourweekMBA. (z.d., z.d. z.d.). *Klantsegmentatie: Soorten, Voorbeelden En Casestudy's*. Opgeroepen op 02 06, 2024, van <https://fourweekmba.com/https://fourweekmba.com/nl/klantsegmentatie/>
- G40-stedennetwerk. (2023a). *41 steden*. Opgeroepen op 09 14, 2023, van <https://www.g40stedennetwerk.nl/https://www.g40stedennetwerk.nl/41-steden>
- G40-stedennetwerk. (2023b). *Het samenwerkingsverband van sterke steden*. Opgeroepen op 11 22, 2023, van <https://www.g40stedennetwerk.nl/https://www.g40stedennetwerk.nl/>
- Gemeente Arnhem. (2024, 02 08). *Wat vinden inwoners van de plek voor voorzieningen?* Opgeroepen op 01 17, 2024, van https://www.arnhem.nl/https://www.arnhem.nl/stad_en_wijken/projecten/omgevingswet/Omgevingsvisie/Mee-denken_over_de_Omgevingsvisie/Wat_vinden_inwoners_van_de_plek_voor_voorzieningen_in_de_toekomst
- Gemeente Rotterdam. (2020, 12 z.d.). *Dashboard Voorzieningen: Inzicht in alle voorzieningen in de stad*. Opgeroepen op 11 20, 2023, van <https://vng.nl/https://vng.nl/praktijkvoorbeelden/dashboard-voorzieningen-inzicht-in-alle-voorzieningen-in-de-stad>
- Google Maps. (2024, z.d. z.d.). *Maps*. Opgeroepen op 01 03, 2023, van Google: <https://www.google.com/maps/@51.9546854,6.5714995,14z?entry=ttu>
- Houben, C. (2020, 01 02). *Vier segmenten in de vastgoedmarkt en hun potentie*. Opgeroepen op 09 13, 2023, van <https://www.realestatemasterclass.nl/https://www.realestatemasterclass.nl/vier-segmenten-vastgoed-potentie/>
- KVK. (2022, 02 11). *In 5 stappen je doelgroep onderzoeken*. Opgeroepen op 11 15, 2023, van <https://www.kvk.nl/https://www.kvk.nl/marketing/in-5-stappen-je-doelgroep-onderzoeken/>
- Lee, M. v. (2023, 05 11). *Minder huurtransacties met licht dalende huurprijzen*. Opgehaald van <https://www.nvm.nl/https://www.nvm.nl/nieuws/2023/minder-huurtransacties-met-licht-dalende-huurprijzen/#:~:text=Nieuwe%20huurders%20betalen%20het%20eerste,%E2%82%AC%2014%2C61%20per%20m%C2%B2>
- Levels, T. (2024, 03 06). Interview voor buurtvoorzieningen. (O. Jongbloed, Interviewer) Opgeroepen op 03 21, 2024
- Market Response. (2020, 08 31). *Doelgroepen voorbeelden bij marktonderzoek*. Opgeroepen op 12 05, 2023, van <https://marketresponse.nl/https://marketresponse.nl/resources/doelgroepen-voorbeelden/#:~:text=Een%20doelgroep%20is%20een%20groep,ontwikkeling%20van%20een%20nieuwe%20dienst>

- Martins, J. (2022, 11 15). *Wat is een Key Performance Indicator (KPI)?* Opgeroepen op 11 01, 2023, van Asana: <https://asana.com/nl/resources/key-performance-indicator-kpi>
- Merkus, J. (2021, 08 31). *Wat is een conceptueel model en welke variabelen voeg je toe?* Opgeroepen op 03 2024, 2024, van <https://www.scribbr.nl/>: <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/conceptueel-model/>
- Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. (2019). *Cijfers over wonen en bouwen 2019*. Den Haag: Het ministerie van Binnenlandse Zaken en. Opgeroepen op 12 13, 2023
- Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. (2023a, 03 14). *Bereken de huur op basis van het nieuwe woningwaarderingssysteem*. Opgeroepen op 03 21, 2024, van <https://www.volkshuisvestingnederland.nl/>: <https://www.volkshuisvestingnederland.nl/actueel/nieuws/2023/03/14/bereken-de-huur-op-basis-van-het-nieuwe-woningwaarderingssysteem>
- Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. (2023b). *Cijfers woningmarkt*. Opgeroepen op 11 23, 2023, van <https://www.volkshuisvestingnederland.nl/>: <https://www.volkshuisvestingnederland.nl/onderwerpen/cijfers-woningmarkt>
- Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. (2023c). *Factsheet*. Den Haag: Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. Opgeroepen op 12 15, 2023, van <https://www.volkshuisvestingnederland.nl/onderwerpen/wet-betaalbare-huur/documenten/publicaties/2023/11/09/factsheet-wet-betaalbare-huur>
- Monster, J. (2021, 03 10). *Wat betekent het 15-minuten-principe nu echt voor de stad (en wat is het gevaar)?* Opgeroepen op 01 17, 2024, van <https://www.gebiedsontwikkeling.nl/>: <https://www.gebiedsontwikkeling.nl/artikelen/wat-betekent-het-15-minuten-principe-nu-echt-voor-de-stad-en-wat-het-gevaar/>
- Nul20. (2024, 02 08). *Tweede Kamer neemt nieuwe huurwet in behandeling, ondanks verzet van VVD en BBB*. Opgeroepen op 03 11, 2024, van <https://www.nul20.nl/>: <https://www.nul20.nl/tweede-kamer-neemt-nieuwe-huurwet-behandeling-ondanks-verzet-van-vvd-en-bbb#:~:text=De%20huurwet%20trekt%20de%20grens,van%20zo'n%20300.000%20woningen.>
- Overheid.nl. (2023, 11 21). *Beleidsregel 'Ruimtelijk sturen op maatschappelijke functies'*. Opgeroepen op 11 21, 2023, van <https://lokaleregelgeving.overheid.nl/>: <https://lokaleregelgeving.overheid.nl/CVDR631823/1>
- Peek, G.-J., & Gehner, E. (2018). *Handboek Projectontwikkeling*. Voorburg: Neprom. Opgeroepen op 09 14, 2023
- Retail Insider. (z.d., z.d. z.d.). *Branches*. Opgeroepen op 12 07, 2023, van <https://www.retailinsiders.nl/>: <https://www.retailinsiders.nl/branches/>
- Rijksoverheid. (2023a). *Hoeveel huur betaal ik maximaal voor mijn woning?* Opgeroepen op 09 13, 2023, van <https://www.rijksoverheid.nl/>: <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/woning-huren/vraag-en-antwoord/hoeveel-huur-betaal-ik-maximaal-voor-mijn-woning>
- Rijksoverheid. (2023b). *Wat is het verschil tussen een sociale huurwoning en een huurwoning in de vrije sector?* Opgeroepen op 11 13, 2023, van

<https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/huurwoning-zoeken/vraag-en-antwoord/wat-is-het-verschil-tussen-een-sociale-huurwoning-en-een-huurwoning-in-de-vrije-sector>

Rijksoverheid. (2024). *Wat is het verschil tussen een sociale huurwoning en een huurwoning in de vrije sector?* Opgeroepen op 03 11, 2024, van <https://www.rijksoverheid.nl/https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/huurwoning-zoeken/vraag-en-antwoord/wat-is-het-verschil-tussen-een-sociale-huurwoning-en-een-huurwoning-in-de-vrije-sector#:~:text=Huurwoning%20en%20huurtoeslag,deze%20grens%20%E2%82%AC%20808%2C06>.

Scharwächter, V., & Benders, L. (2022, 12 06). *Methodologie of methoden in je scriptie | Met voorbeelden*. Opgeroepen op 11 01, 2023, van <https://www.scribbr.nl>: <https://www.scribbr.nl/scriptie-structuur/methodologie/>

Smits, L. (2019, 10 08). *Hoe transcribeer je een interview? | Voorbeelden & software*.
Opgeroepen op 02 12, 2024, van <https://www.scribbr.nl/>:
<https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/interview-transcriberen/>

Sociaal en Cultureel planbureau. (z.d.). *Publiek voorzien*. Opgeroepen op 11 15, 2023, van <https://digitaal.scp.nl/>: <https://digitaal.scp.nl/publiekvoorzien/samenvatting/>

SurveyMonkey. (z.d., z.d. z.d.). *Wat is een Likert-schaal?* Opgeroepen op 09 15, 2023, van <https://nl.surveymonkey.com: https://nl.surveymonkey.com/mp/likert-scale/>

van Gool et al. (2020). *Onroerend goed als belegging* (6 ed.). Deventer: Wolters Kluwer.
Opgeroepen op 09 13, 2023

Veenhoven, R. (2023). *Afstudeerhandleiding 2023-2024 Vastgoedkunde*. Enschede: Saxion.
Opgeroepen op 09 14, 2023

Vereniging eigen huis. (z.d., z.d. z.d.). *Waarde indicatie huis: hoe doe je dat?* Opgeroepen op 01 16, 2024, van <https://www.eigenhuis.nl/>: <https://www.eigenhuis.nl/huis-kopen/bestaande-bouw/bezichtigen-en-bieden/waardebepaling-huis-hoe-doe-je-dat>

Verhoeven, N. (2022). *Wat is onderzoek* (6 ed.). Amsterdam: Boom. Opgeroepen op 09 13, 2023

Verkade, T. (2021, 04 05). *Waarom de fiets veel sneller is dan je denkt (en de auto veel trager)*. Opgeroepen op 03 26, 2024, van <https://decorrespondent.nl/https://decorrespondent.nl/12251/waarom-de-fiets-veel-snel-er-is-dan-je-denkt-en-de-auto-veel-trager/cbaca127-3e9d-0295-362c-73881c8684bb#:~:text=Een%20fiets%20is%20een%20energiemirakel,te%20danken%20aan%20de%20kogellager.>

Whize. (2023). *Slim gebruik van data voor klantgesegmenteerde communicatie*.
Opgeroepen op 09 13, 2023, van <https://www.whooz.nl/>: <https://www.whooz.nl/whize>

Whize. (z.d.). *Segment A Dromen en Rondkomen*. Den Haag: Whooz. Opgeroepen op 01
10, 2024

Whooz. (2019, 02 19). *Whooz lanceert nieuwe generatie doelgroepsegmentatie*.
Opgeroepen op 01 10, 2024, van <https://www.whooz.nl/>:
<https://www.whooz.nl/blog/whooz-lanceert-nieuwe-generatie-doelgroepsegmentatie>

Wiegerinck, E. (2021, 09 08). *Bolddata: recordstijging aantal projectontwikkelaars*.
Opgeroepen op 11 29, 2023, van <https://www.vastgoedmarkt.nl/>:
<https://www.vastgoedmarkt.nl/167115/bolddata-recordstijging-aantal-projectontwikkelaars>