



WONEN EN DE WONINGMARKT VOOR SENIOREN

Onderzoek naar en meningen over de (mis)match op de woningmarkt voor vitale senioren en voor mensen met een functiebeperking.

eindrapport

02 02 2009

COLOFON

auteurs
Frank Köster
Linda van de Lagemaat

Innovatie
Communicatie
Strategie



Frank Köster ICS-Advies bv

Frank Köster ICS-Advies bv - projectleiding
Rijnsburgerweg 83
2334 BJ Leiden
www.ics-advies.nl

in samenwerking met
Laagland'advies
Postbus 198
3990 DD Houten

uitgave: februari 2009

INHOUD

1	Inleiding	2
	We zien	2
1.1	Mismatch en het onderzoek.....	3
1.2	Methode en techniek van het onderzoek	4
2	Samenvatting en aanbevelingen	5
3	Een verdieping: hoe kennen professionals de klanten?	10
4	Vraag en aanbod uit Balans?	13
5.	De klanten; ken de vraag en de wensen	16
6	Het woningaanbod en de verdeling	20
7	Ten slotte	22

De bijlagen:

1. methode van onderzoek
2. deelnemers werkateliers
3. deelnemers verificatiegroep
4. verslag verificatiegroep
5. overzicht met instrumenten die niet aanbevolen worden.
6. tabellen en grafieken op basis van de internetenquête

LEESWIJZER

Hoofdstuk 1 bevat een inleiding en een toelichting op het onderzoek naar de (mis)match van woningvraag en aanbod, de doelgroepen en de opzet van het onderzoek, de werkwijze en de gekozen aanpak.

In **Hoofdstuk 2** treft u de Samenvatting en Aanbevelingen aan met een aantal thema's. Deze worden onderbouwd door de onderzoeksresultaten, aangevuld met ervaringen en waarnemingen uit de praktijk.

In de **hoofdstukken 3 tot en met 6** wordt dieper ingegaan op de genoemde thema's. De basis wordt gevormd door de Internetenquête, de Werkateliers en de Verificatiegroep, opinies van respondenten en aangevuld met onderzoeken verricht door de beide bureaus.

1 INLEIDING

WE ZIEN...

De Nederlandse bevolking vergrijst, maar dat is niets nieuws. Maar het wonen en de woning wordt meer dan een fysieke verblijfplaats. Het overgrote deel van de moderne senioren zijn kritische, vitale consumenten, beter opgeleid, die actief in de samenleving participeren en hun eigen woon- en leefwereld willen inrichten. Hun hulp- en zorgbehoefte zal minder snel stijgen dan de vergrijzingstrend suggereert.¹ Zelf kiezen voor de eigen woonsituatie.

Het is anders als er lichamelijke omstandigheden zijn die het functioneren belemmeren. De mobiliteit neemt af. Het huis wordt een permanent verblijf en de zorgvraag neemt toe. Maar thuis of in de wijk / buurt kunnen blijven wonen lukt niet altijd. Aanpassen van de woning is vaak maar beperkt of geheel niet mogelijk. Verhuizen is dan de enige optie.

We gaan verhuizen. Dat is gemakkelijker gezegd dan gedaan. Het verhuizen op zich is al belastend en stressvol. In delen van Nederland is er op de huurwoningmarkt nog sprake van schaarste is, waarbij de kwalitatieve schaarste steeds meer zichtbaar wordt. Ook al zijn er zogenaamde krimpregio's met ontspanning op de (huur)woningmarkt, dan nog is vraag en aanbod niet in evenwicht.

In dit onderzoek wordt ingegaan op de vraag hoe de woningvraag en het woningaanbod voor senioren en voor mensen met een functiebeperking beter kan worden gematched. Wat kunnen we leren van de ervaringen in de praktijk en welke maatregelen moeten we nemen om die mismatch aan te pakken. Een verkenning.

¹ "Dynamiek in de derde leeftijd: consequenties voor het woonbeleid"- dr. P. Hooimeijer / VROM

1.1 Mismatch en het onderzoek

De kaders.

In december 2007 hebben de minister voor Wonen, Wijken en Integratie en de staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport gezamenlijk het actieplan "Beter (t)huis in de buurt; samenwerken aan wonen, welzijn en zorg 2007-2011" gepubliceerd. Doel is het bevorderen dat ouderen en mensen met beperkingen zelfstandig in hun wijk kunnen (blijven) wonen, ondersteuning en zorg op maat thuis kunnen ontvangen en daardoor (langer) mee kunnen doen in de maatschappij. Zij kunnen zoveel als mogelijk kiezen hoe zij willen wonen en hoe zij zo nodig zorg en ondersteuning ontvangen. In dit plan is aangegeven dat de vraag van 55-plussers naar nultredenwoningen toeneemt. De verwachting van de opdrachtgever is, dat in de periode tot 2015 in totaal 406.000 nultredenwoningen extra beschikbaar moeten komen. Deze opgave kan worden gerealiseerd door nieuwbouw, verbouw tot nultredenwoning en het gericht toewijzen van nultredenwoningen aan ouderen en mensen met beperkingen.

de opdracht

In het kader van dit Actieplan is een onderzoeksoopdracht geformuleerd. Het gaat in de kern om de vraag:

- A. Hoe kan beter worden voorzien in het woningaanbod (huurwoningen) **voor de groep senioren** en voor **mensen met een functiebeperking**? Matching van woningvraag en woningaanbod.
- B. Welke Best Practices zijn er te vinden op lokaal niveau en welke rol speelt met name het instrument woonruimteverdeling hierbij?

Het bureau Frank Köster ICS-Advies heeft, in samenwerking met Laagland' advies, de opdracht gekregen om dit vraagstuk te onderzoeken en aanbevelingen te doen. Beide adviesbureaus zijn werkzaam op het gebied van de ontwikkeling (innovatie) en evaluatie van woonruimteverdelingprocessen². Een klankbord met vertegenwoordigers van het Ministerie van VROM / WWI / VWS, de VNG en AEDS, vereniging van woningcorporaties, heeft dit onderzoek actief begeleid.

het onderzoek

De onderzoeksvraag is helder. Op basis van onze ervaringen en de diverse onderzoeken en evaluaties van woonruimteverdelinginstrumenten³, hebben wij in overleg met de opdrachtgevers de opdracht verbreed.

Naar onze mening kan het functioneren van de woningmarkt alleen worden beoordeeld als naast de fysieke en instrumentele aspecten ook de positie en be-

² "Perspectief op een wooncarrière - jan 2007" (Booi en Köster) en de DoorzonScan van Laaglandadvies.

³ rapport Rigo / OTB: Woonruimteverdeling opnieuw bekeken nov. 2006 / Evaluatie Holland Rijnland nov. 2007 e.o.

hoeften van de woonconsument beter in beeld worden gebracht. Die zijn sterk veranderd en veranderen sneller dan de aanpassing van de woningvoorraad. Het onderzoek richt zich op verschillende, samenhangende terreinen:

1. Welke inspirerende voorbeeldprojecten met woonruimteverdelinginstrumenten, en alternatieve instrumenten, zijn lokaal en regionaal ontwikkeld om woonwensen en geschikt aanbod beter te matchen?
2. En dit aangevuld met:
 - a. De senioren op de woningmarkt? Hoe kennen professionals hun klanten?
 - b. Welke klantgroepen onderscheiden we binnen de doelgroep senioren? Wat zijn hun wensen en behoeften (woon-leefwensen)?
 - c. Hoe kunnen organisaties inzichtelijk maken welke geschikte woningen worden aangeboden?
 - d. Hoe kan de doelgroep adequaat worden geïnformeerd over het aanbod van geschikte woningen?

Toelichting:

- woonruimteverdeling als instrument

We spreken over woonruimteverdeling als het gaat om woningen binnen de huurtoeslaggrenzen en in de koopsector tot € 158.850. Woonruimteverdeling wordt met name gehanteerd in overspannen woningmarktgebieden.

- doelgroep van het onderzoek

Doelgroep van het onderzoek is alleen *de professionals* werkzaam bij woningcorporaties, gemeenten, stadsgewesten en regionale samenwerkingsverbanden. Een onderzoek onder de klantengroep vitale senioren en mensen met een functiebeperkingen is *geen* onderdeel van deze opdracht.

1.2 Methode en techniek van het onderzoek

Om een antwoord te krijgen op de onderzoeksvragen is er gewerkt langs drie stappen te weten:

- een landelijke Internetenquête
- drie regionale bijeenkomsten met Werkateliërs
- een bijeenkomst van een externe Verificatiegroep

Voor dit rapport maken we gebruik van de onderzoeksresultaten op basis van de enquête, aangevuld met bevindingen en aanbevelingen uit de Werkateliërs en een Verificatiegroep. Er is gekozen voor Werkateliërs om de resultaten te toetsen in regionale discussiebijeenkomsten met respondenten op de enquête.

De Verificatiegroep (zie bijlage) functioneerde als maatschappelijke reflectiegroep, samengesteld uit deskundigen uit profit en non-profit organisaties die betrokken zijn bij de positie van senioren en mensen met een functiebeperking.

Tot slot hebben we uitspraken, citaten en opvattingen van professionals opgenomen die soms treffend, dan weer verhelderend zijn en vaak aanzetten tot nadenken. Met elkaar illustreren ze naar onze mening de analyses en conclusies.

2 SAMENVATTING EN AANBEVELINGEN

Belangrijk doel is het signaleren van Best Practices op lokale of regionale schaal. Dit kunnen zijn concrete projecten; in ontwikkeling zijnde of nieuwe initiatieven of anderszins inspirerende projecten, die als voorbeeld dienen hoe de (mis)match tussen vraag en aanbod met succes kan worden aangepakt.

We stellen vast dat het onderzoek veel response heeft opgeleverd. Het thema raakt een gevoelige beleidsnaar bij gemeenten, woningcorporaties en provincies die scenario's ontwikkelen om klantenwensen en woningaanbod beter te matchen.

Het matchen van vraag en aanbod blijkt een lastige opgave. De onderzoeksresultaten, input uit de Werkateliers en de Verificatiegroep leveren geen *echte* Best Practices op. In de zin van succesvolle resultaten ("verhuizingen") voor de doelgroep door *generieke maatregelen* met de woonruimteverdeling of het reserveren van specifieke woningen voor speciale groepen. Dat wordt naar onze mening niet of maar in beperkte mate aangetoond.

Het onderzoek levert naar onze mening wel zgn. 'Aanbevelingen' op. De Sleutels tot Succes. Dat zijn *interessante adviezen, voorbeeldprojecten, experimenten, ruwe ideeën, evaluaties et cetera*. Dit kan niet altijd door ons gestaafd worden met hard onderzoeksmateriaal. Maar het is wél gebaseerd op zienswijzen, ervaringen, opvattingen en trends die wij in de samenleving waarnemen.

A. Professionals moeten een eenduidige definitie voor senioren gaan hanteren: 75 + jaar.

- Gemeenten en woningcorporaties hebben moeite met het plaatsen van ouderen, 'de senioren' op de woningmarkt. Vaak wordt beleidsmatig een leeftijd aan het senior zijn gekoppeld en niet de woonwens. De leeftijd varieert; vanaf circa 55 jaar tot 75 jaar en ouder. In de ene stad is men al bij 55 jaar een senior op de woningmarkt; op een andere plek is dat pas bij 60 of 65 jaar of nog ouder. Onduidelijk en zeer verwarrend.
- Pas *vanaf 75 jaar*⁴ moet er speciaal woonbeleid voor *senioren* gevoerd worden, als het gaat om een woningaanbod met zorgvoorzieningen. Dit moet wel binnen een afzienbare tijd beschikbaar zijn. Voor 75 + is een wachttijd van 5 jaar veel te lang: "*dan ben ik misschien al wel vertrokken*".

⁴ zie ook SCP: Ouderen van nu en de toekomst 2005.

- Voor de vitale ouderen *tot 75 jaar, de medioren*, is de woningmarkt niet anders dan voor andere huishoudens. Stop met het aanbrenge van een kunstmatig onderscheid⁵. Elke woning is voor deze groep in principe geschikt. Het is de klant die de uiteindelijke keuze maakt.

B. Professionals moeten zich echt inleven in de wereld van medioren en senioren en hun woonwensen. Consumentenonderzoek; dat is geen woningmarktonderzoek.

- Voor medioren /senioren is het 'thuis van de toekomst' een woonplek met kwaliteit en voorzieningen. Het is de '*sociale uitrusting*' die samenhangt met de woning en het wonen. Dat zijn factoren die zwaarwegend zijn in het keuzeproces: wel of niet verhuizen maar nog weinig aandacht krijgen.
- De ouderen zijn kritisch, maatschappelijk actief, mobiel, vaak beter bemiddeld. Ze willen hun woon- en leefwereld zelf inrichten, Maar hun woonleefwensen zijn nauwelijks bekend. Er zijn beelden dat ze 'kleiner / goedkoper / dichtbij / zonder trappen e.d' willen wonen. Maar het hebben van een sociale hond kan belangrijker zijn dan een woning zonder treden of gebouwd in een groene buurt. Consumentenonderzoek wordt nog weinig gedaan. Zonder die kennis leveren we nu en in de toekomst niet wat ouderen vragen.
- De wooninformatie voor de doelgroep en de verwachting wat daarmee gedaan wordt (perceptie), sluit vaak niet aan. Binnen bijvoorbeeld drie dagen beslissen of een woning wordt geaccepteerd, is onder druk zetten. Stress en onbegrip waarom "nee"gezegd wordt. De mismatch van vraag en aanbod. Dat vereist gerichte doelgroepcommunicatie; geen massa-communicatie.
- De professionals zien in een 65-plus-er op de woningmarkt vaak een potentiële zorgvrager. In de levensfase tot 75 is dit niet het geval. En elke associatie met rollator of scootmobiel is er een te veel. Ze willen soms wel, soms niet verhuizen en er veel nachtjes over slapen⁶. En zeker niet worden opgejaagd omdat ze een interessante huurwoning achterlaten. Interessant maar voor wie? Vaak niet voor de bewoners.

⁵ zie Van oude mensen en dingen die gaan komen -Sipsma- 2008

⁶ "Slaap er een nachtje over" -prof. Ap Dijksterhuis 2006

C. Het instrument woonruimteverdeling vervangen door persoonlijke aandacht en bemiddeling. Inschrijven werkt niet, maatwerk en wooncarrière maken in de buurt of de wijk biedt kansen.

- De huurwoningenmarkt maakt gebruik van woonruimteverdeling. Woningaanbod via woonkranten, websites, woonwinkels en een rangorde via het aanbodmodel, optiemodel, lotingmodel e.d. Uit het onderzoek komen geen voorbeelden waaruit blijkt dat de inzet van *generieke* woonruimteverdelingsmaatregelen tot een betere matching (kwantitatief) van vraag en aanbod voor de medioren/ senioren leidt.
- De geënquêteerden verwachten niet dat meer of andere verdelingsregels tot sneller verhuizen en beter voldoen aan de wensen van de doelgroep zal leiden. Wél de toevoeging van specifieke nieuwbouwwoningen op de juiste locatie (wijk of buurt). Er moet geïnvesteerd worden in Maatwerk en persoonlijke bemiddeling. Een bijna 'een-op-een aanpak /service'.
- Er zijn ontwikkelingen op het gebied informatie over de woningen. Woningen met "sterren". Daarmee wordt de uitrusting van de woning zichtbaar in de advertenties. Veel aanbieders blijken (nog) geen goed beeld te hebben hoe de woningvoorraad er uit ziet qua aanpassingen en voorzieningen. Of de doelgroep met dit systeem beter wordt geholpen, is nu nog onduidelijk. Meer waarde wordt toegekend aan het kunnen kiezen op basis van beschrijving van woonmilieus en woonkwaliteit.
- Onderzoekingen laten zien dat in en buiten de Randstad, de vrijkomende huurwoningen niet altijd snel te verhuren zijn. Wachtlijsten ⁷ zeggen weinig over de echte woningvraag. Slechts 15 -20% is verhuisactief ⁸! Registratie lijkt de woningmarkt alleen te verstoren, het lost niets op en belast de medioren en senioren.

D. Woningen zoveel mogelijk zonder 'stempeltje' aanbieden; de consument kiest. Reserveren van vrijkomende woningen voor speciale doelgroepen is geen garantie dat de woningen ook worden gehuurd.

- Het *labelen* door de aanbieders van woningen: "bestemd voor senioren in de leeftijd ..." zegt niets over de woonwensen en eventuele zorgvraag. Medioren reageren soms helemaal niet op dit aanbod (leegstand). Ze willen niet bij elkaar wonen en anders worden behandeld dan andere woningzoekenden! Tijd voor ongelabeld wonen.
- Het *reserveren* van aangepaste woningen of nultredenwoningen voor mensen met een zorgvraag-/ functiebeperkten blijkt niet altijd effectief te zijn. Ook deze groep accepteert niet elke gereserveerde woning. Kunnen kiezen is en blijft in bijna alle omstandigheden belangrijk voor de woonconsument .

⁷ Rigo: Woonruimteverdeling opnieuw bekeken / Jaarverslag Maaskoepel Rijnmond / Utrecht STUW.

⁸ SCP: Ouderen rapportage 2004

- Locale regels blijken ook te worden gehanteerd om de woningmarkt af te schermen. Medisch geïndiceerden uit andere gemeenten worden niet toegelaten. Regels die op de schop moeten.

E. Zo lang mogelijk thuis blijven wonen is het uitgangspunt. Faciliteer dit met zorg en dienstverlening en met maatwerk.

- Veel gemeenten en woningcorporaties hebben hun gerealiseerde of in aanbouw zijnde Woon-/Zorgprojecten ingediend als Best Practice. Met name de woonprojecten in de wijk, gericht op senioren (75-plus) die zorgondersteuning nodig hebben, zijn effectief om vraag en aanbod voor een specifieke groep te matchen.
- Het overgrote deel van de medioren woont zo lang mogelijk in de huidige woning⁹. De bestaande woningvoorraad moet daarvoor geschikt zijn. Soms zijn aanpassingen uitvoerbaar, of wordt het ergonomisch ongemak voor lief genomen. Het inflexibel zijn van de woningvoorraad is een grote belemmering om zo lang mogelijk thuis te kunnen blijven wonen. Oplossingen lijken in de bestaande voorraad niet- / beperkt aanwezig.

F. Alle nieuwbouwwoningen moeten levensloopbestendig zijn. Een voorraad met nultredenwoningen wordt niet als oplossing gezien voor de behoefte van mensen met een functiebeperking.

- In kwantitatief opzicht signaleren de geënquêteerden een tekort aan zgn. nultredenwoningen. In de praktijk blijkt dat deze doelgroep ook andere woon- en leefbehoeften meeweegt bij het wel /niet verhuizen naar de "gereserveerde woning". De locatie, de voorzieningen, bereikbaarheid e.d. Dat is soms belangrijker dan verhuizen en 'tredenloos' kunnen wonen.
- Het verplicht levensloopbestendig bouwen wordt door respondenten als een belangrijke opgave gezien. Ook al is de nieuwbouw een beperkte aanvulling op de voorraad. Het voorkomt problemen als de bewoner intensieve zorg onmisbaar nodig heeft. Die kan dan zonder verhuizing worden geleverd.

G. Er is en wordt veel te weinig rekening gehouden met de woonwensen van medioren en senioren bij nieuwbouw (gestapelde bouw) en met lokale en regionale omstandigheden.

- Als het om bouwen gaat dan zijn de partijen het met elkaar eens: bijbouwen op een aantrekkelijke locatie. Daar wordt een deel van de oplossing gevonden. Het biedt medioren een mogelijkheid om nog een stap te maken en de vastzittende woningmarkt te bewegen. Er is namelijk wat in de aanbieding.

⁹ CPB: Rapportage ouderen 2004

- De deelnemers uiten kritiek op wat er is en wordt gebouwd. Veel nieuwbouw voldoet niet aan de wensen van medioren-/ senioren. Te klein, te weinig kamers, en op de verkeerde plaats gerealiseerd (de massale hoogbouw). Dit geldt vaak voor gemeenten-/ kernen buiten de grote steden.
- De woning- en kwaliteitswensen van medioren in de grote steden en omlandende is moeilijk vergelijkbaar. Er moet rekening worden gehouden met lokale-/regionale omstandigheden, marktsituaties en sociale en culturele verschillen. De bouwvolume lijkt dominant; de kwaliteitsvraag ondergeschikt.
- De projectontwikkelaars, architecten en woningcorporaties mogen niet leidend zijn, maar de wensen van de medioren. Die moeten in een vroegtijdig stadium serieus worden betrokken in het proces en niet op het moment dat het bouwplan en de plattegronden vastliggen.

H. Onderzoeksmateriaal zit opgesloten in databases. Die informatie moet worden ontsloten en op een handzame wijze beschikbaar komen voor de beleidsmakers.

- De vraag van respondenten om meer onderzoek en informatie is ook de hand in eigen boezem steken. Al vele jaren wordt van alles opgeslagen van en over de woonconsumenten. Zie ook het Woononderzoek van VROM. Dat bestanden zitten vol. Kennis over de klant is niet echt in beeld geweest. Het had geen marktwaarde; de noodzaak was toen niet aanwezig. Nu wel.

I. Kleinschalig woonaanbod met zorg - dienstenaanbod op buurt- of wijkniveau is effectief en zorgt voor betere matching vraag en aanbod.

Door diverse gemeenten zijn (zie E) Woon-Zorgprojecten genoemd als Best Practice. Deze projecten hebben een voorbeeld als het gaat om kleinschalig woonaanbod met zorg- en welzijnsondersteuning. Meestal bestemd voor mensen met een specifieke hulp-/zorgvraag en maar in beperkte mate bestemd voor de grotere groep vitale medioren. In de Werkateliërs is vastgesteld dat het gaat om lokaal maatwerk met specifieke regels, gericht op een specifiek project. Ze zijn aanvullend op de normale procedures bijvoorbeeld voorrang voor speciale groepen (geïndiceerden); sociale omstandigheden en dergelijke.

Binnen de onderzoeksopdracht zijn deze initiatieven verder niet geanalyseerd, maar daarmee zijn ze niet minder belangrijk als het gaat om de ontwikkeling van nieuwe, lokale initiatieven.

3 EEN VERDIEPING: HOE KENNEN PROFESSIONALS DE KLANTEN?

Inleiding

Twee groepen staan centraal in de onderzoeksopdracht: *de ouderen en de mensen met een functiebeperking*. Het zijn de huidige of toekomstige klanten die nu of in de toekomst op zoek zijn naar een andere woning of een verbetering van de huidige woonsituatie. Ze kunnen in een urgente of comfortabele woonsituatie verkeren. En alle woonomstandigheden daartussen.

Senioren, medioren: nieuw onderscheid

Het onderscheid tussen *de ouderen* en *mensen met een functiebeperking* is naar onze mening *niet* onderscheidend genoeg. In de beeldvorming en benadering op de woningmarkt wordt er vaak gehandeld vanuit één klantengroep: "de ouderen" in combinatie met zorg en hulp. Deze benadering dekt op geen enkele wijze de uiteenlopende leefwerelden van de senioren en hun woonwensen, hun behoeften of hun persoonlijke noodsituatie. Een veranderende wereld.

We maken een nieuw onderscheid

- **medioren:** zijn ouderen zonder een functiebeperking die in hun woonvraag kunnen voorzien al dan niet met een beperkte vorm van ondersteuning.
- **senioren:** ouderen van 75-plus die extra zorgondersteuning nodig hebben om thuis te kunnen blijven wonen.
- **mensen met een functiebeperking** betreft personen, ongeacht leeftijd (dus ook ouderen), met een functiebeperking die specifieke zorgondersteuning en speciale woonruimte nodig hebben.

"Vitale senioren (medioren) zijn net als alle andere woningzoekenden. Die zijn nog vitaal, dus redden zichzelf wel op de woningmarkt." – deelnemer werkatelier Den Haag

Afbakening klantgroepen

De geënquêteerden worstelen met het inzicht krijgen in de doelgroepen en hun woonwensen. Uit antwoorden op vragen zoals "Wat doet u voor vitale senioren met een woonwens?" blijkt een sterke associatie met de groep Ziek-Zwak-Misselijk. Vanuit *zorggericht* handelen wordt deze groep benaderd en gematched met de woningmarkt. Die matching is niet altijd effectief en wordt zeker niet altijd gewaardeerd. Exemplarisch is het beeld dat een respondent schetst, namelijk dat vooral 'mensen met een functiebeperking, werklozen en starters' moeten worden geholpen op de woningmarkt.

Het omgekeerde is, dat andere groepen zelf in hun woonvraag moeten voorzien. Maar de vraagstelling en het denken en handelen vanuit: "Past het huis u nog wel?" en "Wat heeft u nodig?" en "Welke specifieke woonvormen of arrangementen kunnen we aanbieden?" staat nog in de kinderschoenen.

Vitale senioren en medioren worden op de woningmarkt voor het gemak tot één doelgroep gerekend (woningzoekenden) waarvoor Prestatieafspraken worden gemaakt (bouw- en huisvestingsopgave). En dat terwijl de behoeften verschillend zijn. Dat beleidsmakers de diversiteit aan onderscheidende klantgroepen niet scherp op het netvlies hebben staan, wordt duidelijk bij de groep *mensen met een functiebeperking*. Deze groep wordt vaak verward, of 1-op-1 ingedeeld in het vakje: senioren. Ze worden regelmatig over één kam geschoren terwijl er een wereld van woon- en leefverschil is.

De kern is dat de 'klassieke' groep senioren niet bestaat en ook op de woningmarkt niet aanwijsbaar is als een homogene groep. Het is veel meer een verzameling individuen met eigen wensen en behoeften, die we niet kunnen vangen in een paar steekwoorden. Dus voor iedereen: maatwerk en mensenwerk.

Bij woningzoekenden met een functiebeperking hangt vaak een hoog 'dankbaarheidsgelalte'. Een benadering met een houding van 'wij weten wel wat goed voor u is'. Er wordt verongelijkt gereageerd als deze woningzoekende de 'geschikt bevonden woning', al dan niet aangepast, niet accepteert. In een aantal woonruimteverdelingsmodellen¹⁰ zien we dat 'weigerende woningzoekenden' achteraan de rij worden geplaatst of voorlopig niet worden bemiddeld. Straffen als instrument als teken van onmacht of gebrek aan inzicht? In ieder geval draagt het niet bij aan een effectieve matching van vraag en aanbod.

Wanneer senior op de woningmarkt?

Een belangrijke vraag die beleidsmakers bezighoudt. Het Sociaal Cultureel Planbureau heeft eerder aangegeven dat er van senioren moet worden gesproken bij de leeftijd van 75-plus. Uit de enquête blijkt dat daar verschillend over wordt gedacht en mee omgegaan. In de ene gemeente of organisatie hanteert men een grens van 65 jaar, in de andere geldt 70 jaar. Maar ook 54 of 55 jaar. Ge-enquêteerden geven aan dat leeftijd niet onderscheidend is, maar dat men er wél mee werkt bij het uitvoeren van het woonbeleid en woonruimteverdelingsmodellen. Een leeftijdsgrens vanaf 55 jaar als zijnde de zogenaamde seniorgerechtigde woningmarktleeftijd, wordt vaak gehanteerd, maar niet onderbouwd.

Bovendien meten de respondenten met verschillende maten. Ze houden nogal vast aan zelf opgestelde normen en leeftijdsgrenzen. Als er al een leeftijdsindeling zou moeten worden gemaakt, dan is 75-plus volgens de professionals zeker beter. Voor de medioren, jonger dan 75, zou geen leeftijdscriterium meer moeten worden gehanteerd. Wonen kan overal; het woningaanbod trekt klanten en niet het leeftijdstempeltje!

¹⁰ Zie "Perspectief op een wooncarrière"- 2007 - Booi /Köster

De klant of de stenen?

Waar draait het om bij het oplossen van de mismatch? De klant of de stenen? Een groot deel van de geënquêteerden denkt in termen van *doorstroming als oplossing van de Mismatch*. Kijkend naar de stenen, dan is het achterliggende beleid - de woonvisie - veelkleurig. Mediores dienen te verhuizen omdat ze in een naar huidige normen en opvattingen te grote woning en meestal een eengezinswoning wonen. En die woning is weer nodig voor andere klanten op de woningmarkt. Niet de eventuele woonproblemen of wensen van de medioren, maar doorstroming en prestatieafspraken zijn vaak de drijvende kracht.

Dat de klant, de huurder of de eigenaar-bewoner wellicht naar tevredenheid in zijn woning woont en daar anders over denkt, is van ondergeschikt belang. Professionals realiseren zich onvoldoende, dat veel senioren helemaal niet willen verhuizen. Ze zien op tegen de stress van het verhuizen, de rompslomp. Bang voor het verlies van sociale contacten - de sociale uitrusting van de woning - de huidige wijk of buurt, onthechting. En dan sluit de nieuwbouw vaak niet aan bij hun wensen. Dat hun huidige woning niet altijd voldoet aan de bedachte 'standaardnormen' speelt voor deze groep vaak helemaal geen rol.

Dwing senioren dus niet tot verhuizing. En wanneer ze willen verhuizen, haal dan zowel letterlijk als figuurlijk alle drempels weg. Er moet meer worden geboden dan stenen alleen: compleet sociaal netwerk, voorzieningenniveau, betere relatie tussen wonen, zorg en welzijn. Voor de senioren die op medische, sociale of psychische gronden wél willen en moeten verhuizen, moet er veel meer persoonlijke begeleiding komen.

Illustratief is het initiatief in Soest om medioren en senioren te laten meegaan met een bustoer om ze de beschikbare woningen eens te laten zien. Persoonlijke begeleiding die in de praktijk werkt.¹¹ Het echte maatwerk. Onmisbaar.

Dus:

- Senioren vormen geen herkenbare doelgroep. Zij zijn een verzameling individuen op de woningmarkt.
- Professionals hanteren geen eenduidige definitie. 75-plus is een geschikte leeftijd, vanaf die leeftijd is er een significante zorgvraag.
- Mediores tot 75 jaar zijn gewoon woonconsumenten.
- Professionals treden woningzoekenden met een functiebeperking vaak tegemoet vanuit een 'dankbaarheidsgehalte'. Waarom ?
- Het denken in termen van de klant is nog in ontwikkeling. Ondersteun de wensen en behoeften van medioren en senioren, welke die ook mogen zijn.
- De sociale uitrusting van de woning is vaak belangrijker dan de stenen.
- Dwing medioren en senioren niet tot verhuizen. Verhuisstress.

¹¹ Persoonlijke begeleiding Pilot van woningcorporatie Portaal

4. VRAAG EN AANBOD UIT BALANS?

Inleiding

Dit hoofdstuk gaat in op de woningvraag en het aanbod voor de doelgroepen. Allereerst het beeld dat de professionals hebben. Wat doen zij om vraag en het passende aanbod te matchen? Vervolgens gaan we in op de knelpunten en de slechtste en beste instrumenten waarmee de afstemming tussen vraag en aanbod beter in balans kan komen.

Vraag en aanbod: een open deur?

Het woningaanbod sluit niet of onvoldoende aan op de woonwensen van medioren en senioren en mensen met een functiebeperking. 76% van de corporaties en 68% van de gemeenten geeft aan dat er sprake is van een mismatch. Maar hoe zit die mismatch in elkaar?

Kwantitatief en kwalitatief

De mismatch is zowel kwalitatief als kwantitatief van aard. In *kwantitatief* opzicht is er in het algemeen een tekort aan levensloopgeschikte woningen en concepten zoals verzorgd wonen of luxe wonen. Maar het realiseren van meer nultredenwoningen (op voorraad) wordt door de professionals (Werkateliers) en de Verificatiegroep echter niet als de oplossing gezien voor mensen met een functiebeperking. In de praktijk worden deze woningen niet altijd makkelijk verhuurd. Ook mensen met een functiebeperking zijn kritisch en wegen sociale en emotionele aspecten bij het wel of niet verhuizen.

Ook de nieuwbouwwoningen (de plattegronden), het gestapelde bouwen op onaan trekkelijke locaties, de kleine buitenruimten, de prijs-/kwaliteitverhouding, krijgen stevige kritiek. Nieuwbouwprojecten zijn een technisch proces; de woonconsument staat aan de zijkant. Dat medioren en senioren veel meer en beter moeten worden betrokken bij nieuwbouwprojecten en ook bij de verbeteringen in de bestaande woningvoorraad, is een absolute noodzaak. Daar bestaat brede consensus over. In *kwalitatief* opzicht zit de grootste belemmering in de bestaande voorraad. Moeilijk aanpasbaar en sluit qua prijs en kwaliteit, woningtype, locatie en plattegrond niet aan bij de vraag van de doelgroep.

Tussen 'Kiezers, Moeters en Blijvers'.

In de praktijk blijkt dat het vaak lastig is om specifieke woningen aan medioren en senioren te verhuren. De doelgroep staat bekend als een 'lastige' groep woonconsumenten. Ze kunnen zich een ook kritische houding permitteren. Ze willen verhuizen als het echt niet anders kan. En ze hebben een wensenpakket. Alleen een woning die echt voldoet wordt geaccepteerd.

Een nieuwe woning moet daarom duidelijk meerwaarde bieden ten opzichte van de huidige woning. Vooral als men nog gezond is en geen zorg nodig heeft. Dat kan soms best een stap terug zijn in vierkante meters, of de keuze voor geen tuin, mits daar andere kwaliteiten tegenover staan, zoals meer comfort & contact. Met name ruime appartementen als grondgebonden woningen zijn geliefd.

Interessant is de publicatie *Onderzoek Belemmeringen bij verhuizen senioren* (Vivare Arnhem 2006). De cijfers zijn gebaseerd op een onderzoek in de regio Arnhem Nijmegen. De corporatie onderscheidt onder senioren drie groepen:

<i>kiezers</i>	<i>moeters</i>	<i>blijvers</i>
----------------	----------------	-----------------

Het overgrote deel van de senioren bestaat uit de 'blijvers': mensen die zo lang mogelijk in het eigen huis blijven wonen. Daarnaast is er nog een klein deel (circa 5%) 'moeters'; dat zijn degenen die om gezondheidsredenen het huis moeten verlaten. Deze groep komt dan vaak in (de buurt van) zorgvoorzieningen terecht. Slechts een klein deel van de senioren kiest ervoor om nog een laatste verhuisstap te zetten. Dat zijn de 'kiezers', slechts zo'n 4 procent van alle 55-plussers. De groep bestaat over het algemeen uit kritische, fitte, tamelijk welvarende senioren die verhuizen om reden van luxe, gemak en comfort. Bij de kiezers is de aanwezigheid van zorg van minder belang (zie kader).

Vivare onderzoekt woonwensen senioren (www.kcwz.nl 28-06-2006)

Woningcorporatie Vivare onderzoekt regelmatig de woonwensen van senioren om hen een zo passend mogelijk woonaanbod te doen. Vivare heeft 100 zogenoemde 'kiezers' bevestigd. De uitkomsten zijn gelegd naast de uitkomsten van 1.200 senioren uit de regio Arnhem/Nijmegen die de woonwensenwijzer van Woonquest hebben ingevuld. De resultaten zijn getoetst aan de uitkomsten van groeps gesprekken met 450 senioren. De uitkomsten van al deze onderzoeken ondersteunen elkaar.

Kiezers vormen een kritische groep

De groep senioren die echt wil verhuizen is klein. Het gaat om 4% van alle 55-plussers. Ze zoeken een comfortabele, grote en goed gelegen woning. Zorg speelt daarbij niet echt een rol. Zij vormen de groep 'kiezers'. Niet te verwarren met senioren die om gezondheidsredenen het huis moeten verlaten, de 'moeters'. De 'kiezers' zijn kritisch: het aanbod dient aan diverse eisen te voldoen. Zo niet, dan verhuizen ze niet en blijven ze in de groep van de 'blijvers', waarin zo'n 90% tot 95% van alle senioren zit.

Wie zijn de kiezers?

Slechts 12% van de 'kiezers' is ouder dan 75 jaar. De groepen 55-65 jaar en 65-75 jaar zijn gelijk vertegenwoordigd met ieder 44%. Het meest reageren paren, een kwart van de groep is alleenstaand. Eenderde heeft een netto inkomen van minder dan € 1.400 pmnd. Ruim 40% bevindt zich tussen de € 1.400 en € 2.000 netto, de rest (ruim 20%) daarboven. De groep 65-75 jaar heeft mensen met een wat hoger inkomen dan in beide andere leeftijdsgroepen. Ongeveer 80% huurt Ruim 40% betaalt een netto huurprijs onder de € 450. Tweederde woont in een eengezinswoning, de rest in een appartement.

Wat willen de kiezers?

De eerste voorkeur is een niet gestapelde gelijkvloerse woning. Een appartement komt op de tweede plaats. Een woning in een woonzorgcomplex scoort nauwelijks. De gewenste grootte: 25% weet % dat niet, 20% geeft aan dat 75m² prima is, 55% wil 90m² of groter. De 'kiezers' hechten veel belang aan een balkon: 35% wil een gemiddeld balkon en maar liefst 50% wil een ruim tot zeer groot balkon.

Twee slaapkamers blijken voldoende te zijn, 82% scoort hierop. Tweederde zoekt een woonkamer van 30m² of groter. Badkamer en keuken dienen 'goed voorzien' te zijn. Naast comfortabel moeten de woningen een goede ligging hebben. De top 3: bij winkels, openbaar vervoer en liefst in de buurt van een huisarts. Ruim 40% wil in de eigen woonplaats blijven, de rest in een schil daaromheen.

De woningen hoeven volgens de 'kiezers' niet noemenswaardig te worden aangepast. Handgrepen in de badkamer worden nog wel enigszins op prijs gesteld, overige zaken zoals rolstoeltoegankelijkheid scoren laag. De 'kiezers' zijn (nog) geen zorgvragers.

Hoeveel mag het kosten

Tenslotte is de 'kiezers' gevraagd naar de maximale kosten van de woning. Bijna de helft wil maximaal netto € 450,- per maand huur betalen, 40% wil tot € 500,- gaan en ruim 10% tot € 600,-.

De Regionale en Lokale verschillen.

De mismatch kent regionale en lokale verschillen. Zowel de enquêteresultaten als de levendige discussies in de Werkateliers in onder andere Den Bosch en Arnhem, laten aan duidelijkheid niets te wensen over: de woningmarkt in Nederland kan en mag niet met één kam worden bewerkt. Nog te weinig worden verschillen in kwaliteitsvragen en het beschikbare woningaanbod (kwalitatief / kwantitatief / huur / koop) voor de medioren en senioren onderkend.

De woon -en leefcultuur in de grote steden verschilt al decennia van dorpen en kleine kernen. In steden wonen relatief veel vitale senioren. Maar er is ook een omvangrijke groep met een functiebeperking. Meestal woont men in een meer-gezinswoning. Voor een belangrijk deel zo gegroeid omdat de stad hun eigen omgeving & plek is, die ze niet willen verlaten. Voor een grote groep stadsbewoners gelden andere wetten. Door hun sociaal-maatschappelijke en financiële positie hebben ze eenvoudig weg geen kans om te verhuizen.

Buiten de Randstad

Buiten de (Rand)stad wonen medioren en senioren relatief veel in een grondgebonden woning. Als dat niet meer kan (ergonomisch /zorgvraag), is een verhuizing een alternatief. Een verhuizing naar een appartement is nog wel eens een allerlaatste stap. Uit onderzoek blijkt dat nieuwbouw seniorenwoningen (gestapeld) of voor de senioren gelabelde woningen soms moeizaam worden verhuurd. Ogenscheinlijk op maat en passend voor de klanten, maar 'geen belangstelling'. Dan ontstaat er leegstand.

Bouwen voor de vraag; welke ?

Het overgrote deel van de geënquêteerden ziet in andere en betere nieuwbouw een sleutel tot succes. Tegelijkertijd wordt aangegeven dat er bij de bouw niet op de woonwens wordt ingespeeld (verkeerde plattegronden, locatie, verkeerde prijs of kwaliteit). Maar wat dan wel? Bouwen blijft wel het devies, maar voor 'stacaravans met tuin' of 'kangoeroewoning' bestaat volgens de geënquêteerden niet of nauwelijks een markt.

Eerlijk gezegd verwachten we dat het grootste deel van de woningvraag in de bestaande voorraad moet worden opgelost, gezien de omvang van de vraag en het tempo van de bouw. De bouwmarkt stagneert; niet alles wordt meer afgenomen! Betrek senioren dus in een vroeg stadium bij het ontwerp en de bouwprocessen. Kies voor klantgerichte samenwerking in plaats van organisatiegerichte samenwerking. Dit vraagt een zeer intensieve samenwerking tussen de bouwwereld en vertegenwoordigers van medioren en senioren, zoals onder andere door SIR 55 wordt begeleid¹².

¹² ondersteuning particulier en collectief opdrachtgeverschap - SIR 555

Meer dan aantallen.

In Prestatieafspraken en Woonvisies worden de nieuwbouwpogingen vastgelegd en doelgroepen geformuleerd. Maar blind staren alleen op aantallen werkt niet.

Het gaat veel meer om Visies & Prestatieafspraken waarin het heden niet wordt vastgelegd, maar waar expliciet ruimte is voor experimenten en nieuwe ontwikkelingen. Wie de toekomst en trends niet in beeld heeft, maakt afspraken op basis van verouderde bronnen. En die bieden medioren en senioren geen garantie voor de toekomst.

Dus:

- Woningvraag en –aanbod sluiten niet aan voor medioren, senioren en mensen met een functiebeperking.
- Er zijn " kiezers" - moeters - blijvers"; allemaal met eigen wensen.
- Mismatch is zowel kwalitatief als kwantitatief. Bijbouwen lost niet alles op.
- In de praktijk is er behoefte aan meer levensloopbestendige woningen en minder aan een voorraad nulredenwoningen.
- Medioren en senioren moeten actief en vroegtijdig worden betrokken bij nieuwbouwplanning.
- Alles draait om de woonkwaliteit (locatie, oppervlakte, voorzieningen, de sociale hond).
- Er is niet één woningmarkt in Nederland; meer oog voor de regionale en lokale verschillen: ook sociaal-cultureel.
- De bestaande voorraad is moeilijk aanpasbaar.
- Maak afspraken over de toekomst (visie) maar leg niet het heden vast.

5. DE KLANTEN; KEN DE VRAAG EN DE WENSEN

Als we de klant centraal stellen en het aanbod willen afstemmen op de wensen / behoeften dan moeten instrumenten worden ontwikkeld op óf de *vraagkant* (woonwensen) óf het *woonaanbod* óf een *mix*. Onder woonaanbod valt een breder pakket met voorzieningen en diensten dan alleen de woning in fysieke zin.

Allereerst het kennen van de vraag; essentiële input voor de beleidsvorming. Elke ondernemer die een product of dienst in de markt zet, een auto, een vakantiereis, zorgaanbod of een woning, heeft een beeld van de consumentengroep en speelt daarop in. Gevoed door permanent marktonderzoek. Het matchen van vraag en aanbod vereist inzicht in wat senioren als woonconsument beweegt of niet beweegt.

In de vorige eeuw was een verhuizing naar een zogenaamde aanleun- of bejaardenwoning na het 65ste levensjaar een bijna logische stap. Nu zien we dat die stap niet wordt gemaakt. De klassieke bejaardenwoning is passé. Wie het kan en wil verhuist of blijft wonen waar men woont. In alle gevallen moet er geschikte woonruimte aanwezig zijn. Het is de klant die wikt en weegt, de hond uitlaat, tijd nodig heeft, er een nachtje over slaapt en dan kiest. Maar wat wil men en hoe weten de professionals wat er speelt?

Wel praten, maar niet kennen

We onderzochten *hoe* professionals de groepen medioren, senioren en mensen met een functiebeperking kennen en inzicht hebben in hun *vragen* en *behoeften*. Dat ligt moeilijk. Met name contact met collega's op het gebied van wonen, welzijn en zorg levert input op voor beleidsoriëntatie. Aanvullend worden er onderzoeksrapporten gelezen en is er contact met gerelateerde organisaties.

Wat opvallend minder scoort zijn het in eigen opdracht uitvoeren van markt- & consumentenonderzoek (lokaal en regionaal), lezen van kranten-/ tijdschriften voor medioren en senioren en het kijken naar tv-programma's, speciaal voor de doelgroepen (zie bijlage 3). Dit werd ook in de Werkateliers bevestigd.

De Verificatiegroep signaleerde dat professionals wel veel praten over medioren, senioren en mensen met een functiebeperking en hun (woon)behoeften, maar ze kennen deze groepen onvoldoende of zelfs helemaal niet. Er wordt met hun wensen en ideeën over het wonen veel te weinig rekening gehouden. Professionals vergaren kennis over de klanten, maar niet door zelf op pad te gaan of zich te verdiepen in hun werelden. Hierin verschillen corporaties en gemeenten volgens de Verificatiegroep dusdanig van andere branches waar marketing en marktonderzoek veel gebruikelijker is als het gaat om het in de markt zetten van een product.

Nog meer onderzoek?

De oplossing voor veel vraagstukken zit volgens de geënquêteerden in de manier waarop onderzoek wordt gedaan en de wijze waarop wordt omgegaan met de uitkomsten. Onderzoek naar de vergrijzing vindt genoeg plaats. Onderzoek (landelijk) naar de woonwensen ook.

Maar veel is versnipperd en slecht toegankelijk. En gericht woonconsumenten-onderzoek naar wat de (hun) klanten willen en verwachten (behoeften) op de woningmarkt - lokaal en regionaal - wordt nog in beperkte mate gedaan. Wat is het toekomstperspectief; hoe zien woonconsumenten dit zelf en wat verwachten ze van de woningaanbieders. Dat zou meer onderzocht moeten worden om beter te weten wat aangeboden moet worden.

Maar we denken ook dat we het wel weten, maar weten eigenlijk nog weinig. Er wordt nog weinig gedaan met de mega databestanden en de onderzoeksresultaten. En onderzoek wordt vaak gebruikt om in te vluchten of om 'schijnhouvast' te hebben. Een professional gaf zelfs aan WBO¹³-allergie te hebben. Een sleutel tot succes zit in het samenbrengen van alle onderzoeksresultaten in een overzichtelijke en gemakkelijk te raadplegen database. Een andere sleutel zien we in het wijkgericht werken en het bundelen van informatie. Benut alles om informatie te verzamelen (back office, onderzoek, verhuurmakelaar) om een beter beeld van de klant te krijgen. Een verdieping in de leefwereld van de klanten.

Meer dan de woning

Wie tv-programma's bekijkt, o.a. van Omroep Max, ziet programma's op het gebied van hobby en vrije tijd, beleggen, familie en gezondheid en dergelijke. De omroep richt zich bijvoorbeeld expliciet op de 50-plusser. Net als bijvoorbeeld het tijdschrift Plus Magazine met een oplage van 235.000, waar dezelfde thema's langs komen. Naast Plus zijn er nog twee tijdschriften voor senioren (Midi en Greyt). Hun reden voor succes naar eigen zeggen: richt je niet op de leeftijd, maar op de levensfase. Een fase waarin vrije tijd, (familie)relaties, financiën, gezondheid en reizen het leven gaan beheersen. Ook het wonen krijgt een nieuwe dimensie

Dynamiek in de derde leeftijd: de consequenties voor het woonbeleid

Weten we voldoende over de consequenties van de vergrijzing op het woonbeleid, of is nader onderzoek nodig? Een studie van prof. dr. Pieter Hooimeijer op verzoek van VROM.

In de toekomst

In de toekomst dienen zich hoger opgeleide en beter gesitueerde ouderen aan, met een minder belastend arbeidsverleden en gezondere levenswijze. Hun gezondheid zal beter zijn dan die van de overwegend laaggeschoolde 75-plussers van nu, want lichamelijke beperkingen hangen nauw samen met opleiding en arbeidsverleden. De hulp- en zorgbehoefte zal dan ook minder snel stijgen dan de vergrijzingstrend suggereert. De zorgbehoefte van nu kan niet zonder meer worden doorgetrokken naar de toekomst.

Jongere ouderen (ergo: de ouderen van de toekomst) zijn over het algemeen beter opgeleid, rijker, gezonder, vaker eigenaar van hun woning, hebben minstens één maar vaak ook twee auto's (circa 15% van de ouderen tot 75 jaar heeft twee auto's), niet zelden een tweede woning, caravan of boot. Van de ouderen tot 75 jaar heeft bijna 10% een recreatieverblijf. Ze hebben vaker een computer en andere bezittingen, gaan vaker met vakantie, naar museum, sportvereniging of café. Welstand en vitaliteit gaan vooralsnog hand in hand. Naarmate welgestelde ouderen door hogere ouderdom toch minder vitaal worden, zal het culturele leven dichterbij hun woning worden gezocht. Dit uit zich in interesse voor woningen die in het centrum van een woonplaats liggen.

¹³ Landelijk WoningBehoeftenOnderzoek. Nu WOON geheten.

En niet kunnen bewegen

In schril contrast staat de groep die door persoonlijke omstandigheden niet kan bewegen. Omstandigheden; sociaal, fysiek of ergonomisch, financieel, maken het verhuizen niet mogelijk. De zogenaamde. *sociale uitrusting* van het wonen wordt dan belangrijk, waarbij moet worden voorkomen dat mensen in een (sociaal) isolement terechtkomen. Dan moeten woonvoorzieningen en service aan huis worden geboden. Maatwerk. Er zijn voorbeelden van corporaties of vastgoedontwikkelaars die op dit vlak meer doen dan alleen het aanbieden van woningen met onder andere zorg- en gemaksservices. Zoals het bekende initiatief Seniorenstad. Daar liggen mogelijke kansen op succes voor de groep die daar belangstelling voor heeft.

De Verificatiegroep wijst er op dat senioren 'automatisch' over woonervaring beschikken en kritische consumenten zijn. Men woont nu veelal prettig: de hypotheek is (bijna) afgelost en de woonlasten, ook de huurprijs, is laag. Een nieuwe woning moet een duidelijke meerwaarde bieden ten opzichte van de huidige woning, anders is het niet aantrekkelijk om te verhuizen, zeker wanneer men (nog) geen zorg nodig heeft.

Van aanbodgericht denken naar behoefte.

De Verificatiegroep riep de professionals op om af te zien van het aanbodgericht denken. Ondanks het feit dat vergrijzing in de jaren tussen 2030 en 2040 zijn hoogtepunt bereikt, zijn het nog altijd de tweeverdieners en jonge gezinnen die in de plannen van de vastgoedwereld centraal staan. Zo worden er onvoldoende rolstoelvriendelijke nieuwbouwwoningen gebouwd, omdat dit financieel-technisch onvoldoende interessant zou zijn. Bovendien zijn woningcorporaties en andere vastgoedinstanties zich niet voldoende bewust, of willen dat niet zijn, van de woonbehoeften van de doelgroepen en de omvang van hun vraag naar geschikte woningen en wat geschikte woningen precies zijn.

De omslag moet gemaakt worden van een aanbodmarkt naar een vragersmarkt met als een volgende stap een "oplossing of behoefte gericht" benadering met een woning en dienstenaanbod. Service op maat.

Dus:

- ga op pad; inleven in echte wensen van senioren door onderzoek;
- meer wijkgericht werken en verzamel alle consumenten informatie.
- richt het woon- en dienstenaanbod niet op de leeftijd van de consument maar op de levenswijze;
- naast de woning is ook de sociale uitrusting belangrijk; zeker als mobiliteit afneemt en de woning het uitzicht op de wereld is.
- medioren /senioren zijn woonervaringsdeskundigen; zij hebben wensen en gaan voor kwaliteit met weinig verhuisstress;
- van aanbodgericht naar behoefte gericht werken. Dat gaat verder dan vraaggericht handelen.

6. HET WONINGAANBOD EN DE VERDELING

Om te kunnen inspelen op de woonwensen is inzicht in de kwaliteit, uitrustingsniveau, en fysieke aanpassingen van de woningvoorraad van groot belang. Wat is er beschikbaar en hoe kunnen de klanten hier kennis van nemen?

Voorraad Quickscan

In de Werkateliërs is de vinger op de zere plek gelegd. Voor de meeste corporaties is het een opgave om het woningbezit en de 'kwaliteitskenmerken' in kaart te brengen. Cartotheken bestaan soms wel of niet, maar zijn niet altijd up-to-date. Uit de Werkateliërs komt de behoefte om QuickScans te doen, die aangeven welke woningen 'seniorproof' zijn zoals via de Doorzonscan¹⁴. Kanttekening bij de scan is wel dat de woonomgeving nog niet wordt meegenomen, terwijl deze en andere subjectieve factoren wel degelijk van groot belang zijn voor de medioren/senioren. Binnenkort wordt de scan met deze mogelijkheid uitgebreid.

Woningen met sterren

Naast deze kwaliteitsaspecten hebben corporaties zgn 'classificatiesystemen' ontwikkeld om woningen in te delen op grond van de mate van toegankelijkheid. Deze informatie wordt gebruikt voor de verhuur via de advertenties. De klant kan zien welke woning geschikt is. Voorbeelden zijn het Sterrenstelsel in Rotterdam (Woonnet Rijnmond) en de gemeenten Amersfoort en Soest, en de pictogrammen in de regio Haaglanden (Woonnet Haaglanden). Ondanks deze classificatie blijkt dat een deel van de corporaties nog onvoldoende inzicht in de uitrusting en aanpassingsniveau van de woningen heeft. Dit maakt dat de toepasbaarheid van de systemen (nog) beperkt is en feitelijk nog in ontwikkeling is. In ieder geval zijn er nog geen bewezen resultaten.

Woonruimteverdeling en labeling van de woningen

Uit de enquête, Werkateliërs en de Verificatiegroep kwam veel kritiek op de zogenaamde "labeling" van de huurwoningen. De woningen worden gereserveerd voor een specifieke klantengroep, geselecteerd op het kenmerk 'leeftijd; geschikt voor 55 +'. We signaleren dat het instrument 'labelen' als sturingsinstrument in zeer veel steden/ regio's gebruikt wordt, maar dat het in een groot aantal gevallen niet de klanten (senioren en mensen met een functiebeperking) aantrekt voor wie de woning is gereserveerd. Dat leidt weer tot veel 'weigeren' en onbegrip waarom klanten reageren en de woning niet accepteren en lange verhuurprocedures. Maar verhuurregels en verdelingsinstrumenten worden soms tot dogma's verheven. Met als gevolg dat woningen ook lange tijd leegstaan.

Kiezen op woonmilieu.

Volgens de Verificatiegroep moet een beschrijving van woonmilieus en woonkwaliteit veel meer nadruk krijgen dan een norm op basis van leeftijd. Het 'labelloze' bestaan wordt de toekomst. De klant selecteert zelf op basis van informatie over woonmilieus en woonkwaliteit. Een meer klant en behoefte gerichte benadering: U wenst ?.

¹⁴ Met de Doorzonscan kunnen gemeenten en woningcorporaties snel en eenvoudig achterhalen welk deel van de woningvoorraad het eerste in aanmerking komt om geschikt te maken (opplussen).

Een deelnemer aan het Werkatelier merkte het volgende op: *"Zou het zo zijn dat professionals onvoldoende zicht op het woningaanbod hebben en daardoor geen zicht op de woonruimte verdelingsinstrumenten? En dat hierin de verklaring ligt dat ze de grootste sleutel tot succes zien in nieuwbouw?"*

Een verband dat wij niet hard kunnen maken, maar ook niet kunnen ontkennen. Op basis van het onderzoek en de gespreksrondes met de lokale partijen komen wij tot de conclusie, dat het instrument woonruimteverdeling door de professionals niet wordt gezien als een sleutel tot succes om vraag en aanbod voor de doelgroepen beter te matchen. Persoonlijke woonbemiddeling en maatwerk bieden meer mogelijkheden.

Het instrument verdeling kan effectief zijn, maar dan alleen voor zeer specifieke groepen die niet de mogelijkheid hebben om hun woon-/zorgvraag of noodsituatie zelf op te lossen. Terughoudendheid met regelgeving en sturing is in het algemeen het devies.

Dus:

- Professionals kennen de doelgroepen medioren, senioren en mensen met een functiebeperking slecht.
- Meer klantgericht denken en breder kijken dan jonge gezinnen en tweeverdieners in de nieuwbouw.
- Corporaties hebben onvoldoende inzicht in de kwaliteit van de woningen ondanks de Doorzonscan, classificatiesystemen en cartotheken.
- Labeling op basis van leeftijd kan leiden tot leegstand als een regel een dogma wordt. Stoppen met labelen van woningen.
- Stap af van stigmatisering, standaardisering en het opplakken van etiketten.
- Denk minder in leeftijden en meer in woonmilieus en woonkwaliteit.
- Woonruimteverdeling draagt niet bij tot een betere matching. Hooguit voor zeer specifieke groepen (zorgvraag). Wel woonbemiddeling.

7. TEN SLOTTE

Met dit rapport hopen wij inzichten & bouwstenen aan te dragen om de woningvraag en het woningaanbod voor de klantengroepen medioren /senioren en mensen met een functiebeperking beter op elkaar afgestemd te krijgen.

Dat begint naar onze mening met inzicht. Essentieel om te begrijpen wat de individuele klant wil. Dat zijn geen regels of procedures, maar concrete producten of diensten op redelijke termijn.

Hoe beter we "de kunst van het luisteren en begrijpen" van de klant verstaan, hoe beter we zullen slagen om te leveren wat de klant echt vraagt.

En dat is nu de opgave.

Wij zijn de deelnemers aan de enquête, de Werkateliers, de Verificatiegroep en de Begeleidingsgroep bijzonder erkentelijk voor hun bijdragen aan de totstandkoming van dit rapport.