

Wonen in Rotterdam



**ROTTERDAM
PARTNERS**

brand
doctors



Inhoud

Vraag aan Branddoctors.....	3
Samenvatting.....	4
Opzet van het onderzoek	6
De belangrijkste inzichten op een rij	9
De klantreis bij het zoeken naar een woning.....	9
Op zoek naar een woning in Rotterdam.....	10
Voorkeuren van de Young Professionals	12
Voorkeuren van de Gezinnen	13
Deze wijken vinden de Young Professionals en Gezinnen niet aantrekkelijk.....	14
Feedback op getoetste initiatieven	15
Ideeën vanuit de doelgroep zelf.....	16
Conclusies	17
Aanbevelingen.....	18



Vraag aan Branddoctors

Help ons bij het aantrekken en behouden van hoger opgeleiden voor de stad Rotterdam. Door veel beter inzicht te krijgen in de klantreis van deze hoger opgeleiden in het vinden van een nieuw/volgend huis in Rotterdam en hun motieven en barrières. Vertaal de gevonden inzichten naar concrete ideeën die Rotterdam Partners samen met gemeente en marktpartijen kan implementeren om deze hoger opgeleiden beter te bedienen.

In september en oktober 2017 hebben Branddoctors en Rotterdam Partners dit traject doorlopen samen met stakeholders uit de gemeente en een aantal marktpartijen. In dit document geven we een compleet beeld van de resultaten en de aanbevelingen.



Samenvatting

In dit traject wilden we beter inzicht verkrijgen in de wensen, eisen, drijfveren en barrières van Young Professionals en Gezinnen ten aanzien van wonen in Rotterdam. Met als uiteindelijk doel het aantrekken en behouden van deze groepen voor de stad Rotterdam.

Beiden doelgroepen hebben onvervulde woonwensen waardoor ze overwegen te verhuizen. Voor Gezinnen is dat overwegend de wens om meer ruimte te hebben. Voor Young professionals is dat overwegend de wens om zelf een huis te kopen. Rotterdam is in trek bij deze doelgroepen. Het is dé stad waar ze willen (blijven) wonen. Die populariteit heeft wel een keerzijde: hevige concurrentie op de woningmarkt. Er komen veel mensen op bezichtigingen af, er wordt flink overboden en het aanbod in populaire stadsdelen (zoals Centrum, Hilllegersberg-Schiebroek, Kralingen-Crooswijk en Noord) is schaars.

Maar Young Professionals en Gezinnen zijn over het algemeen niet van plan om grote risico's te lopen of concessies te doen als het gaat om hun woning. Zeker niet op de wijk waarin hun toekomstige huis staat. Slechts een klein gedeelte van de doelgroep moet ook echt op korte termijn verhuizen. Het overgrote gedeelte kan, weliswaar met een aantal ongemakken, ook best nog even blijven zitten waar ze zitten. Dit zorgt ervoor dat mensen gemakkelijker de afweging maken om voorlopig te blijven zitten waar ze nu zitten.

De wijk waarin de toekomstige woning ligt is dus een hele belangrijke voorwaarde. Bij het beoordelen van de aantrekkelijkheid van een wijk vinden beide doelgroepen de volgende punten belangrijk:

- Ontwikkelplannen van de gemeente die passen bij jouw wensen
- Status van nieuwbouw en of renovatie projecten
- Positief profiel van de wijk (criminaliteitscijfers, kwaliteit van scholen, groenvoorzieningen, type mensen die er nu wonen, etc.)
- Relatief dichtbij het centrum
- Positieve verhalen over de wijk (en dan vooral van gelijkgestemden)

De focus van de doelgroep ligt op een beperkt aantal wijken. Young Professionals richten hun pijlen over het algemeen op het centrum. Gezinnen focussen zich over het algemeen meer op de 'rustige' en 'exclusieve' wijken die niet te ver van het centrum liggen.

De wijken waar ze niet willen wonen hebben vaak 'niet de lol van Rotterdam, maar wel de problematiek (drukke, veiligheid, etc.) van de stad'. Dit geldt bijvoorbeeld voor wijken als Feijenoord, Hillesluis en Charlois. Andere wijken worden vaak als een niet aantrekkelijke optie gezien omdat ze te ver buiten het centrum van de stad liggen en men daardoor niet meer het gevoel heeft in de stad Rotterdam te wonen. Dit geldt voor wijken zoals IJsselmonde, Prins-Alexander en Hoogvliet.

Waar liggen de kansen? Op zoek naar 'het nieuwe Katendrecht'.

De kansen voor deze doelgroepen liggen bij de wijken dicht bij het centrum. Rotterdam moet op zoek naar nieuwe, opkomende wijken, relatief dichtbij het centrum waar je het beste van alle werelden hebt: je kan er leuk en veilig wonen, het ligt dichtbij het centrum en je krijgt (nu nog) relatief veel meer huis voor je geld. In de afgelopen jaren heeft de wijk Katendrecht een ontwikkeling doorgemaakt van 'probleemwijk' naar één van de meest populaire wijken van de stad met een mooie ligging en een unieke mix aan woningen en bewoners. Daarom: 'op zoek naar het nieuwe Katendrecht'.

Aandachtspunt: promoot de wijk op de juiste punten

Het is belangrijk om over deze wijk op de juiste manier en met de juiste argumenten te communiceren. De aantrekkingskracht zit hem vooral in:

- De wijk bevindt zich dicht bij het centrum (en je sociale netwerk)
- Er wonen voldoende Gezinnen en Young Professionals zoals jij (hier blijkt impliciet ook uit dat de wijk veilig is)
- Er zijn voldoende faciliteiten (scholen, kinderdagverblijven, speeltuinen, parken, sportscholen, restaurantjes) waar deze mensen zoals jij gebruik van maken
- Er zijn huizen te huur en te koop die voldoen aan jouw criteria (leuke stijl, genoeg ruimte, genoeg eigen buitenruimte, geen mega klusprojecten.)
- De markt is hier (nu nog) minder oververhit, waardoor je een betere deal krijgt dan in de populaire wijken.

Aandachtspunt: het is niet nodig om te overtuigen van hoe leuk Rotterdam is

Deze doelgroepen zijn al overtuigd van hoe leuk Rotterdam als stad is. Juist daarom zijn ze zich aan het oriënteren op een woning in Rotterdam. Daar hoeven wij ze dus niet meer van te overtuigen. We moeten ze wel overtuigen dat ze in opkomende wijken nog voldoende dicht bij het centrum zitten dat ze nog het gevoel hebben dat ze in Rotterdam wonen en niet in een buitenwijk.

Aandachtspunt: het gaat om zekerheid en niet om avontuur

Deze doelgroepen willen niet te veel concessies doen of risico lopen en zijn dus niet de stereotypische 'early movers', maar juist de 'early majority'. Vertel hen dus niet over het avontuur en over het ontdekken en ontwikkelen van een nieuwe wijk, maar juist over de zekerheid van de goede keuze voor een opkomende wijk.



Opzet van het onderzoek

Welke thema's hebben we besproken?

- Oriënteren op een nieuwe woning
 - Waarom ben je op zoek naar een nieuwe woning?
 - Wat zijn de belangrijkste redenen om voor Rotterdam te kiezen?
 - Waar ben je naar op zoek? Wat voor type woning? Met wie?
 - Wat gaat er goed? Wat verloopt minder goed?
- Keuzes & overwegingen tijdens het zoekproces
 - Wat zijn belangrijke criteria?
 - Waar wil je eventueel concessies doen?
 - Wat zou je doen als het niet lukt om een geschikte woning te vinden in Rotterdam?
- Wijken waar Young Professionals en Gezinnen wel/niet willen wonen
 - Welke wijken spreken aan? Welke niet?
 - Wat is er belangrijk bij het beoordelen van een wijk?
- Een aantal ideeën / initiatieven voorgelegd:
 - Woneninrotterdam.nl
 - Friends concept
 - Alternatieven om woonwensen in te vullen
- Brainstorm om het wonen in Rotterdam aantrekkelijker te maken

Welke onderzoeksmethoden hebben we gebruikt?

Online survey: een online vragenlijst onder Gezinnen en Young Professionals met een dertigtal vragen over hun woonwensen, hun ervaringen met het zoeken van een woning, wonen in Rotterdam en hun favoriete wijken.

Online community 'Consuminded': in de co-creatie community van Branddoctors hebben we samen met Gezinnen en Young Professionals die in Rotterdam op zoek zijn naar een woning verschillende onderwerpen besproken. Onder andere hun zoektocht naar een nieuwe woning, een brainstorm om wonen in Rotterdam aantrekkelijker te maken en hun mening over een aantal initiatieven die te maken hebben met wonen in Rotterdam.

Wie hebben we gesproken?

We hebben ervoor gekozen om te focussen op twee belangrijke doelgroepen in het segment hoger opgeleiden, namelijk de Young professionals en Gezinnen. Hierna geven we een beeld van de respondenten die we hebben gesproken voor het onderzoek. Zij zijn grotendeels geworven via de kanalen van Wonen in Rotterdam.

Doelgroep Young Professionals: 25 hoog opgeleiden (HBO en WO)

Eigenschappen van de mensen die we hebben gesproken

- Twintigers en begin dertigers met 1-5 jaar werkervaring
- Actief aan het oriënteren op een nieuw/volgend huis
- Allen overwegen om in Rotterdam te wonen
- Singles & stellen (50% singles / 50% stellen)
- Wel & niet in Rotterdam werkzaam (75% wel / 25% niet)
- Wel & niet in Rotterdam woonachtig (75% wel / 25% niet)
- Mix in etnische achtergrond (60% Nederlands / 40% niet-Nederlands)
- Merendeel op zoek naar een koopwoning, een deel naar een huurwoning (80/20)
- Met name op zoek naar appartement, benedenwoning, bovenwoning of rij-/hoekwoning.

Waar wonen deze Young Professionals op dit moment?



Binnen R'dam (75%)

- Cool
- CS-Kwartier
- Delfshaven (wijk)
- Deelgebied
Kralingen - Crooswijk
- Deelgebied Noord

Buiten R'dam (25%):

- Bergschenhoek
- Spijkenisse
- Krimpen a/d Lek
- Zwijndrecht



Doelgroep Gezinnen: 25 hoog opgeleiden (HBO en WO)

Eigenschappen van de mensen die we hebben gesproken

- Actief aan het oriënteren op een nieuw/volgend huis voor het gezin
- Allen zijn woonachtig in Rotterdam
- Overwegen ook gemeenten buiten Rotterdam
- Wel & niet in Rotterdam werkzaam (80% wel / 20% niet)
- Verdeling in leeftijd van de kinderen (baby t/m puber)
- Mix in etnische achtergrond (75% Nederlands / 25% niet-Nederlands)
- Met name op zoek naar rij-/hoekwoning, twee-onder-één-kap woning, benedenwoning of vrijstaande woning.

Waar wonen deze Gezinnen op dit moment?



Binnen R'dam (100%)

- Cool
- Bergpolder
- Blijdorp
- Hillesluis
- Prinsenland
- Kop van Zuid
- Deelgebied
Hillegersberg-
Schiebroek





De belangrijkste inzichten op een rij

De klantreis bij het zoeken naar een woning

We hebben dit onderzoek opgezet aan de hand van de 'klantreis' die Young Professionals en Gezinnen dorlopen bij het zoeken van een nieuwe huur- of koopwoning. Globaal zijn dat de volgende stappen:

De oriëntatiefase

- Online (Funda.nl, website makelaar, woningzoeker, social media, nieuwbouw projectsites, website gemeente, nieuwsbrieven)
- Eigen netwerk
- Woonbeurs
- Lokale media (mensen die al in Rotterdam wonen)
- Financiële mogelijkheden bekijken

De actieve evaluatie & keuze

- Bezichtigingen
- Open huizen
- Verkoopmanifestatie
- Woonworkshops
- Makelaar inschakelen (betaalde opdracht)
- Mogelijkheden rondom hypotheek bespreken

De aankoop / huur van een woning

- Specifieke advisering van de aankoopmakelaar
- Bieden & onderhandelen
- Deelname aan inschrijfprocedure
- Koop- of huurovereenkomst ondertekenen
- Financiering
- Taxatie
- Bouwtechnische keuring
- Oplevering van de woning

Wonen en evaluatie

- Verzekeringen afsluiten
- Verbouwingen
- Verhuizing
- Inrichten woning
- Housewarming

In het vervolg van dit document ligt de focus met name op de eerste twee fasen, omdat hierin de meeste winst lijkt te behalen voor het behouden van hoogopgeleiden in Rotterdam.

Op zoek naar een woning in Rotterdam

Rotterdam is in trek!

Young Professionals en Gezinnen zijn erg positief over de stad Rotterdam. Het is dé stad waar ze willen (blijven) wonen. Dit blijkt uit een analyse van hun zoektocht naar een woning in Rotterdam en hoe enthousiast ze over de stad zijn.

- Het is een stad in beweging (veel nieuwe hotspots, evenementen, positieve reviews)
- De diversiteit wordt gewaardeerd (mensen, architectuur)
- Alles is aanwezig (scholen, winkels, horeca, etc.)
- De Rotterdamse mentaliteit (direct, open, no-nonsense)
- Het openbaar vervoer is goed geregeld
- Je bent snel in andere grote steden

Die populariteit heeft wel een keerzijde: hevige concurrentie op de woningmarkt.

Volgens de doelgroep is het niet makkelijk om in de huidige markt een woning te vinden in Rotterdam. Dit geldt voor zowel koopwoningen als huurwoningen. Er komen (te) veel mensen op bezichtigingen af en er wordt vaak (flink) overboden. Er is nauwelijks bedenktijd en huizen zijn binnen no-time weg. Het aanbod in populaire wijken is daardoor ook schaars.

Blijven zitten lijkt nu nog de meest aantrekkelijk optie

Vrijwel niemand wil buiten Rotterdam wonen. Het merendeel van de Young Professionals en Gezinnen die we hebben gesproken, woont nu al in Rotterdam en ze hebben het vaak ook naar hun zin op de plek waar ze wonen. Verhuizen is een enorme logistieke operatie (vooral voor Gezinnen), dus daarom moet het alternatief wel echt goed zijn.

Ze hebben geen zin om al te grote concessies te doen op hun wensen of om een heel groot risico te nemen qua huis of prijs. Dit komt mede doordat de optie om helemaal niets te doen, en gewoon te blijven zitten waar ze zitten, voor de meeste nog best enige tijd te doen is. Het is dus lang niet altijd urgent. Ze kunnen zich permitteren om rustig te wachten tot er een echt goede optie langs komt.

Andere wegen bewandelen dan Funda lijkt noodzakelijk

In de zoektocht naar een woning wordt Funda door vrijwel iedereen gebruikt. Maar veel huizen (vooral in de populaire wijken) die op de website staan zijn vaak praktisch al verkocht door de enorme concurrentie.

Via social media (m.n. Facebook) en rechtstreeks via makelaars probeert de doelgroep woningen te vinden die nog niet op Funda staan om zo de concurrentie een stap voor te zijn. Voorbeelden zijn inschrijven op updates van nieuwbouwprojecten of het volgen van Facebookpagina's van makelaars.

Mensen die op zoek zijn naar een huurwoning gebruiken, naast Funda, ook vaak websites als pararius.nl en huurwoningen.nl. Ook worden de websites van woningcorporaties relatief vaak genoemd (i.v.m. aantrekkelijkheid van prijzen en betrouwbaarheid). Net als bij koopwoningen gebruiken mensen die op zoek zijn naar huurwoningen vaak social media en schakelen ook zij vaak een makelaar in om de concurrentie een stap voor te zijn.

De voorkeur voor de wijk waarin de toekomstige woning ligt, is erg belangrijk

De focus van de doelgroep ligt op een beperkt aantal wijken. Young professionals richten hun pijlen over het algemeen op het centrum. Gezinnen focussen zich over het algemeen meer op de 'rustige' en 'exclusieve' wijken die niet te ver van het centrum liggen.

Bij het beoordelen van de aantrekkelijkheid van een wijk vinden beide doelgroepen de volgende punten belangrijk:

- Ontwikkelplannen van de gemeente die passen bij jouw wensen
- Status van nieuwbouw en of renovatie projecten
- Positief profiel van de wijk (criminaliteitscijfers, kwaliteit van scholen, groenvoorzieningen, type mensen die er nu wonen, etc.)
- Relatief dichtbij het centrum (maximaal 15 minuten fietsen)
- Positieve verhalen over de wijk (en dan vooral van gelijkgestemden)

Voorkeuren van de Young Professionals

- Centrale ligging (op fietsafstand van het centrum)
- Een woning in een wijk waar ze relatief veilig kunnen wonen
- Een buurt met de juiste sociale balans (niet de 'vreemde eend' zijn)
- Faciliteiten in de buurt zoals horeca, sportschool, (groene) recreatieruimte en winkels
- Goede verbinding met OV
- Oude charmante woningen (jaren '30 en daarvoor) of nieuwbouw zijn populair.

” De voordelen zijn de activiteit op straat op elk moment van de dag, grote keuze aan winkels/toko's/restaurants, en de bereikbaarheid met het OV

” Ik wil graag middenin de levendigheid van Rotterdam wonen en daarom vind ik het centrum, of dichtbij het centrum erg aantrekkelijk

” Dit i.v.m. de levendigheid die het centrum met zich mee brengt en het gemak om snel en makkelijk bij een evenement of uitgaansgelegenheid te zijn



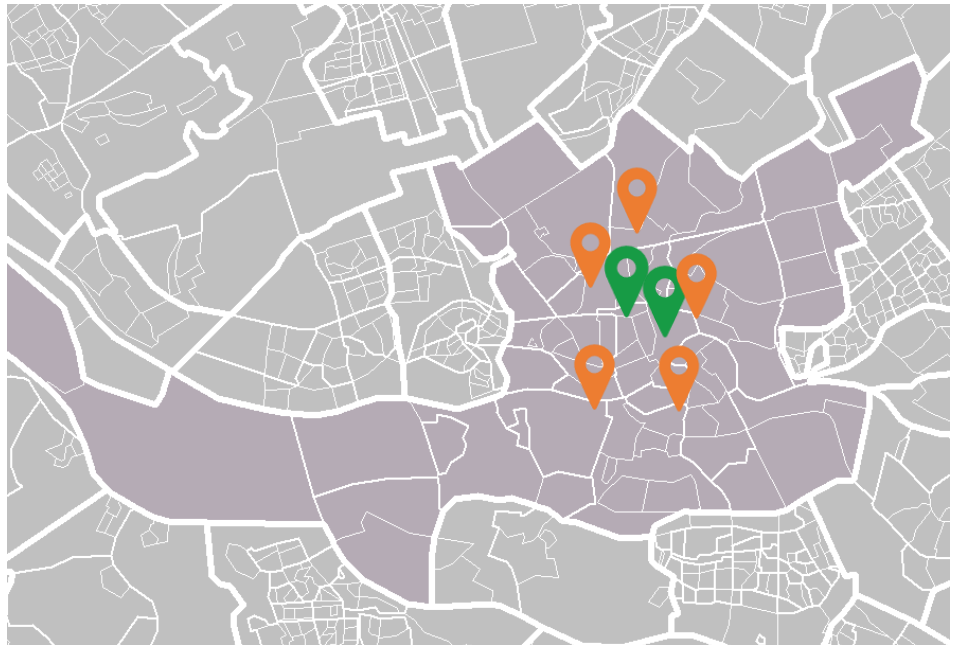
Eerste voorkeur:

- Cool
- C.S. Kwartier
- Stadsdriehoek



Ook interessant:

- Delfshaven (wijk)
- Dijkzigt
- Katendrecht
- Kop van Zuid
- Noordereiland
- Oude Westen
- Deelgebied Kralingen - Crooswijk
- Deelgebied Noord



Toelichting

In deze wijken heeft de doelgroep het gevoel écht in Rotterdam te wonen. In of dichtbij het centrum. Je hebt hier alles binnen handbereik (horeca, winkels, etc.), het is dichtbij het Centraal Station, dichtbij sociale netwerk (vrienden, collega's).

Voorkeuren van de Gezinnen

- Een wijk waar ze relatief veilig kunnen wonen zonder overlast
- Een buurt met de juiste sociale balans (niet de 'vreemde eend' zijn)
- Ze willen wel het gevoel hebben dat ze in Rotterdam wonen (stadsgevoel geen dorpsgevoel)
- Faciliteiten in de buurt zijn belangrijk, zoals sportschool, (groene) recreatieruimte, winkels, speeltuin en school.
- Oude charmante woningen (jaren '30) of nieuwbouw zijn populair
- Ontsluiting van de wijk (parkeren, files en OV verbinding).

” *Wij wonen in een appartement in hartje centrum. Erg mooi wonen. Maar wij groeien er uit. Het liefst blijven wij wel in Rotterdam wonen. Dicht bij werk en het is fijn om in een bruisende stad te wonen*

” *Veel groen in de omgeving, maar ook dicht bij het centrum*

” *We willen graag dichtbij het centrum van de stad blijven met goede voorzieningen voor kinderen (denk aan basisschool etc.). Voorkeur voor Kralingen omdat ik werk in Gorinchem en dit met de snelweg goed te doen is*



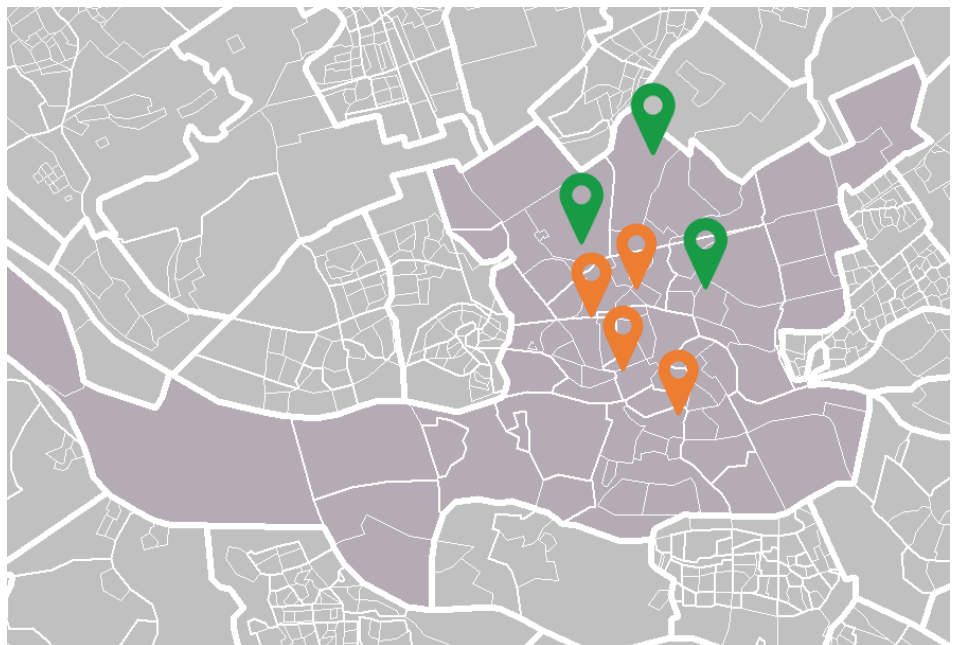
Eerste voorkeur:

- Deelgebied Noord
- Deelgebied Hillegersberg - Schiebroek
- Deelgebied Kralingen - Crooswijk



Ook interessant:

- Cool
- C.S. Kwartier
- Katendrecht
- Nieuwe Werk
- Oude Westen
- Stadsdriehoek



Toelichting

In de wijken die wat ten noorden van het centrum liggen hebben Gezinnen het gevoel dat ze wel in de stad wonen, maar wel iets rustiger dan midden in het centrum. Er zijn in deze wijken veel goede voorzieningen in de buurt (scholen, supermarkten, etc.), het is dichtbij het eigen sociale netwerk (vrienden, collega's), er is relatief veel groen en weinig overlast (bijv. verkeersdrukte). Wijken die daarnaast worden genoemd liggen wat centraler. Voordelen van deze wijken, zoals Cool en Katendrecht: het gevoel hebben dat je midden in de stad woont, je hebt alles binnen handbereik (horeca, winkels, etc.) en dichtbij het Centraal Station.

Deze wijken vinden de Young Professionals en Gezinnen niet aantrekkelijk

- Ver buiten de ring wordt het over het algemeen ongeloofwaardig (je woont niet écht meer in Rotterdam)
- Als er geen sociale balans is
- Veel overlast (hangjongeren worden relatief vaak genoemd)
- Verkeersdrukke (geldt vooral voor Gezinnen)
- Veel criminaliteit
- Te ver van eigen sociale leven
- Jaren '60, '70 woningen zijn over het algemeen niet populair

” *In de eerste plaats vind ik ligging nl het belangrijkste argument om de wijk waar ik wil wonen te bepalen. Deze wijken liggen, voor mijn leven, teveel in het zuiden of buiten de ring van Rotterdam*

” *Ook hoor ik van mensen die er zelf wonen, dat het er 's avonds niet altijd veilig is. Dit schrikt mij af*

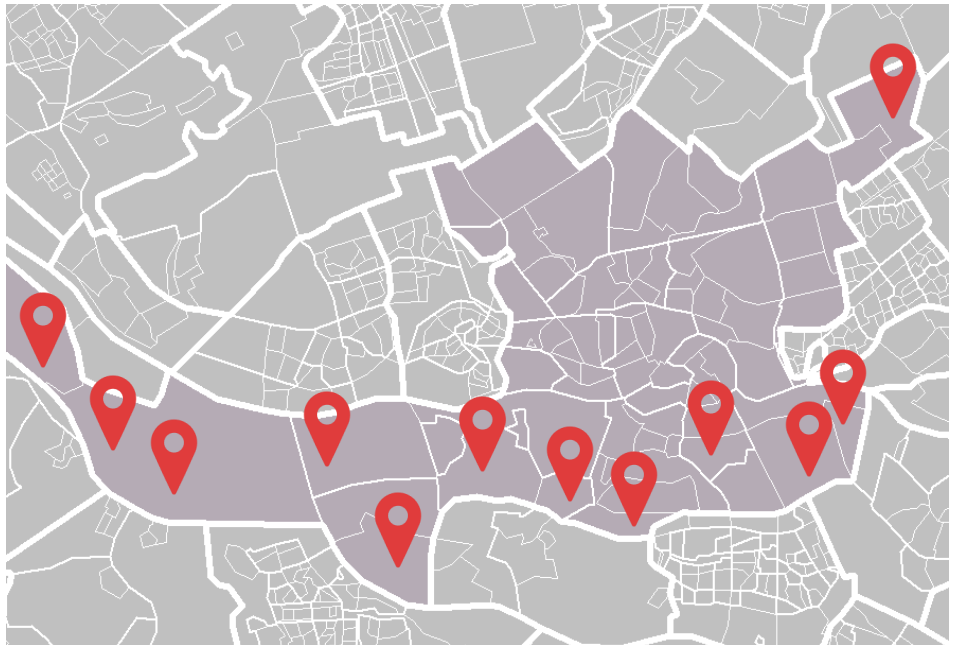
” *Ik houd van een balans. Het hoeft echt geen witte rijke kak-wijk te zijn, maar het andere uiterste spreekt mij ook niet aan*



Niet aantrekkelijk:

- Afrikaanderwijk
- Bloemhof
- Feijenoord
- Hoek v. Holland
- Hillesluis
- Nesselande
- Pernis
- Rozenburg
- Prins Alexander

- Deelgebied Charlois
- Deelgebied Hoogvliet
- Deelgebied IJsselmonde



Toelichting

Het beeld dat ze hebben van de wijken waar ze niet willen wonen is voor een groot deel ontstaan door het imago van deze wijken. Ook staan er goedkope woningen t.o.v. het aantal m², dat wekt argwaan. Sommige mensen kennen de wijken redelijk goed vanuit eigen ervaringen. Meestal omdat ze er zelf zijn geweest (bijv. voor hun werk of uit nieuwsgierigheid). Een enkeling heeft zelf in één van deze wijken gewoond of woont er nog. Over het algemeen liggen de wijken te ver buiten het eigen sociale leven en is er overlast / drukte. Je hebt er de nadelen van de stad, terwijl je niet de voordelen hebt van écht in Rotterdam wonen.

Feedback op getoetste initiatieven

Woneninrotterdam.nl wordt gezien als website voor nieuwbouwprojecten

Mensen die op zoek zijn naar nieuwbouwprojecten gebruiken de website Woneninrotterdam.nl regelmatig en ontvangen ook de nieuwsbrief. Ook wordt de website door sommigen gezien als een website voor nieuwe bewoners (om de stad te leren kennen).

De doelgroep ziet de website nu (nog) niet als een manier om een beter beeld te krijgen van de wijken in Rotterdam. Hiervoor is de hoeveelheid content nog te gering. Daarbij vindt de doelgroep het aanbod (buiten de nieuwbouwprojecten) op de website (te) beperkt. Ook krijgen we van een aantal mensen terug dat de informatie niet altijd up-to-date is.

Young Professional positief over 'friends concept'

De meeste Young Professionals zien voordelen in het 'friends concept': het delen van een woning met een aantal anderen om zo de kosten te delen en de drempel te verlagen om te kunnen 'starten' op de woningmarkt. De belangrijkste voordelen:

- Gezelligheid
- Betaalbaar
- Gedeelde verantwoordelijkheid
- Eigen contract en niet afhankelijk zijn van één 'hoofdhuurder'

Het zou volgens hen goed bij Rotterdam passen omdat het starters meer mogelijkheden biedt in een lastige woningmarkt. Ze zien het wel als een (tussen) oplossing voor mensen die net klaar zijn met studeren / afrondende fase van studie zitten. Young Professionals die al een tijdje werken en/of willen samenwonen hebben vaak meer behoefte aan een eigen plek.

Gezinnen staan open voor andere invulling woonwensen

De doelgroep Gezinnen staat over het algemeen open voor nieuwe, innovatieve woonvormen. Het op een andere manier invullen van hun woonwensen zou voor de meeste Gezinnen dan ook zeker een kunnen optie zijn. Ideeën zoals een gemeenschappelijke tuin of groen op de woning spreekt sommige Gezinnen wel aan. Niet iedereen wil per se een eigen tuin. Ze vinden het wel belangrijk om actief betrokken te worden gehouden bij de ontwikkeling van nieuwe, innovatieve woningen.

Ideeën vanuit de doelgroep zelf

Meer nieuwe, unieke woningen

De meeste mensen zijn van mening dat er meer aanbod moet worden gecreëerd. Door nieuwe woningen te bouwen, bestaande woningen te renoveren of leegstaande kantoorpanden om te bouwen.

De nieuwbouwprojecten die nu worden gerealiseerd vindt de doelgroep niet altijd even interessant. Belangrijkste kritiek is dat deze woningen vaak saai en te standaard zijn. Hierbij wordt o.a. gerefereerd aan nieuwbouw woningen in Nesselande, Zuid en Overschie. Een aantal mensen zijn van mening dat er nog onvoldoende naar hen wordt geluisterd bij het ontwikkelen van nieuwe woningen.

Meer hulp voor starters

De Young Professionals geven aan dat starters moeite hebben om aan betaalbare woningen te komen in de huidige markt. Daarom willen ze graag meer ondersteuning, bijvoorbeeld door meer nieuwe en betaalbare huizen voor starters te bouwen

Of door bij nieuwbouwprojecten voorrang te verlenen aan starters die al in Rotterdam wonen. Tot slot willen ze ook graag vaker 'sparren' met de gemeente, projectontwikkelaars en makelaars om samen tot creatieve oplossingen te komen.



Conclusies

Niet te veel concessies, niet te veel risico!

Beiden doelgroepen hebben onvervulde woonwensen waardoor ze overwegen te verhuizen. Voor Gezinnen is dat overwegend de wens om meer ruimte te hebben. Voor Young professionals is dat overwegend de wens om zelf een huis te kopen. Echter de markt is oververhit, en de doelgroepen hebben stevige eisen aan woning, wijk en de prijs die ze daarvoor willen betalen. Ze zijn niet van plan om daar al te snel concessies aan te doen. Ook zijn ze niet bereid te veel risico te lopen dat het toch niet zou bevallen. Voor Gezinnen geldt bovendien dat verhuizen ook een logistieke operatie is, waar je alleen aan wil beginnen als je ook zeker weet dat je er op vooruit gaat.

De 'nul optie' is zo slecht nog niet

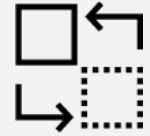
Slechts een klein gedeelte van de doelgroep moet ook echt op korte termijn verhuizen. Het overgrote gedeelte kan, weliswaar met een aantal ongemakken, ook best nog even blijven zitten waar ze zitten. Gezinnen wonen vaak al in een charmant huis in een leuke wijk. Het gebrek aan ruimte kunnen ze nog even op de koop toe nemen. Young professionals huren vaak al in (de buurt van) het centrum. Zij kunnen de wens om zelf een huis te hebben ook nog even uitstellen. Dit zorgt er voor dat beide doelgroepen zich ook kunnen permitteren om (voorlopig) nog niet zoveel concessies te doen of risico's te lopen.

Een onbekende wijk is een enorme concessie

De wijk is enorm belangrijk voor de doelgroep. Ze doen eerder concessies aan het huis of prijs dan op de wijk. Anders blijven ze liever zitten waar ze nu zitten. De focus leggen op wijken die te ver weg uit het centrum liggen, is daarom echt kansloos. Je hebt niet de lol van Rotterdam maar wel de problematiek van de stad (drukke, veiligheid). Een 'van alles niks' gevoel.

De kansen liggen bij de wijken dicht bij het centrum. Maar de barrières zijn groot:

- Wonen er mensen zoals ik?
- Voel ik me er thuis?
- Komen mijn vrienden hiernaartoe?,
- Zijn er genoeg faciliteiten voor en door mensen zoals ik?
- Zijn er charmante, goed onderhouden woningen?



Aanbevelingen

Inzicht en belofte

Het belangrijkste inzicht waarop moet worden ingespeeld

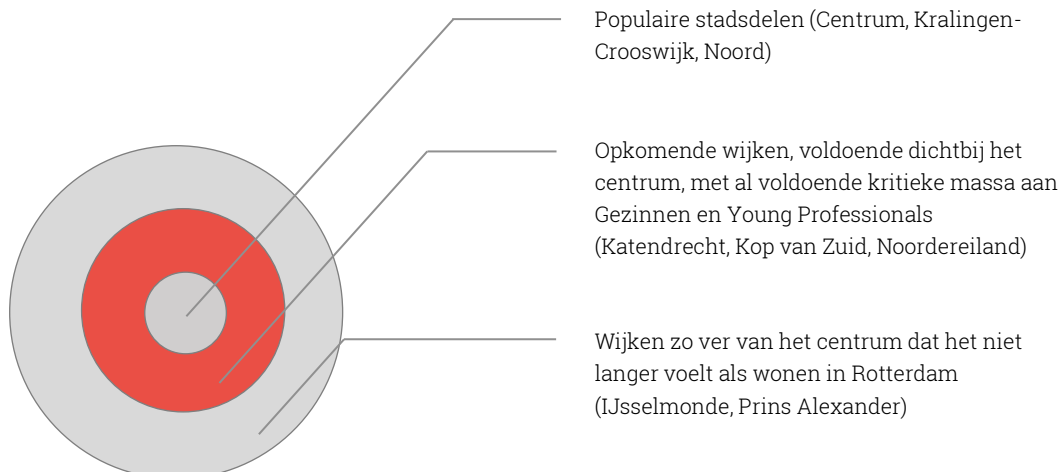
Ik wil graag in de stad (blijven) wonen. Rotterdam vind ik een gave stad. Ik ben op zoek naar een betaalbaar nieuw huis om te kopen/huren wat zoveel mogelijk voldoet aan al mijn wensen. In een wijk waar ik leuk en veilig kan wonen zonder overlast.

Maar...

- In de wijken dicht bij het centrum waarvan ik zeker weet dat ik er leuk en veilig kan wonen, is de markt behoorlijk oververhit. De huizen zijn redelijk prijzig en snel weg. Ik moet dan concessies doen aan mijn woonwensen of de prijs.
 - *"Ik moest binnen 24 uur beslissen"*
 - *"We hebben ver boven de vraagprijs geboden maar dat was nog niet genoeg"*

- In de opkomende wijken dicht bij het centrum kan ik vast meer huis krijgen voor mijn geld, maar ik denk dat ik daar niet leuk en veilig kan wonen zonder overlast. En daar ga ik echt geen concessies op doen.
 - *"Zuid vind ik onveilig en voel ik mij onprettig"*
 - *"Te ver van Rotterdam centrum, gebieden met slecht imago"*

Focus op opkomende wijken dichtbij het centrum: op zoek naar 'Het nieuwe Katendrecht'



Rotterdam moet op zoek naar 'het nieuwe Katendrecht'. Dat betekent op zoek naar een wijk die misschien niet altijd te boek heeft gestaan als een wijk die interessant is voor Young Professionals en/of Gezinnen, maar waar wel veel potentie in zit. Bijvoorbeeld qua ligging, type woningen of historie (een wijk met een verhaal).

Katendrecht is een schiereiland op Rotterdam-Zuid en wordt omringd door de Maashaven, Nieuwe Maas en de Rijnhaven. De wijk is op het moment één van de populairste wijken van Rotterdam en heeft de afgelopen jaren een flinke metamorfose ondergaan. Het kent nu een unieke mix van nieuwbouw, hoogbouw, kluswoningen en oude herenhuizen. En een unieke mix van bewoners: veel tweeverdieners en gezinnen met kinderen, maar ook nog bewoners van het 'eerste uur'.

'Het nieuwe Katendrecht' moet net zo'n parel worden, die nu nog onvoldoende onder de aandacht is bij de doelgroepen Young Professionals en Gezinnen.

Belofte: ontdek het Nieuwe Katendrecht

- In deze opkomende wijken heb je het beste van 2 werelden
- Je kan er leuk en veilig wonen
- Dichtbij de stad
- En je krijgt (nu nog) relatief veel huis voor je geld

Do's and don'ts

Promoot de wijk op de juiste punten

- De wijk bevindt zich dicht bij het centrum (en je oude wijk met je vrienden en sociale netwerk)
- Er wonen voldoende Gezinnen en Young Professionals zoals jij (hier blijkt impliciet ook uit dat de wijk veilig is)
- Er zijn voldoende faciliteiten (scholen, kinderdagverblijven, speeltuinen, parken, sportscholen, supermarkten, restaurantjes) waar deze mensen zoals jij gebruik van maken
- Er zijn huizen te huur/koop die voldoen aan jouw criteria (leuke stijl, genoeg ruimte, genoeg eigen buitenruimte, niet te veel hoeven te klussen)
- De markt is hier (nu nog) minder oververhit, waardoor je een betere deal krijgt dan in de populaire wijken.

Let op: niet nodig om te overtuigen van hoe leuk Rotterdam is

Deze doelgroepen zijn al overtuigd van hoe leuk Rotterdam als stad is. Juist daarom zijn ze zich aan het oriënteren op een woning in Rotterdam. Daar hoeven wij ze dus niet meer van te overtuigen. We moeten ze wel overtuigen dat ze in opkomende wijken nog voldoende dicht bij het centrum zitten (en het dus echt Rotterdam is!) en niet in een buitenwijk.

Communicatie: het gaat om zekerheid en niet om avontuur

Deze doelgroepen willen niet te veel concessies doen of risico lopen en zijn dus niet de stereotypische 'early movers' maar juist de 'early majority'.

- **Communicatie DON'T:** niet spreken over 'een avonturier', 'first mover' en/of 'wereldverbeteraar' als je gaat wonen in een bepaalde wijk.
- **Communicatie DO:** wel de nadruk leggen op de goede balans die er nu al in de wijk is, het is er al prettig en veilig wonen, er zijn al leuke faciliteiten voor en door mensen zoals jij, je bent zo in het centrum, ook je vrienden zouden hier willen wonen. Er zijn in elke wijk nadelen, maar de balans slaat in deze wijk door naar de positieve kant.

Hoe groter de investering hoe vaster je zit en hoe minder je open staat voor experimenten. Waarschijnlijk is dit het meest interessant voor huurwoningen en koopwoningen tot maximaal 250.000 euro.



**brand
doctors** **Let's make waves**