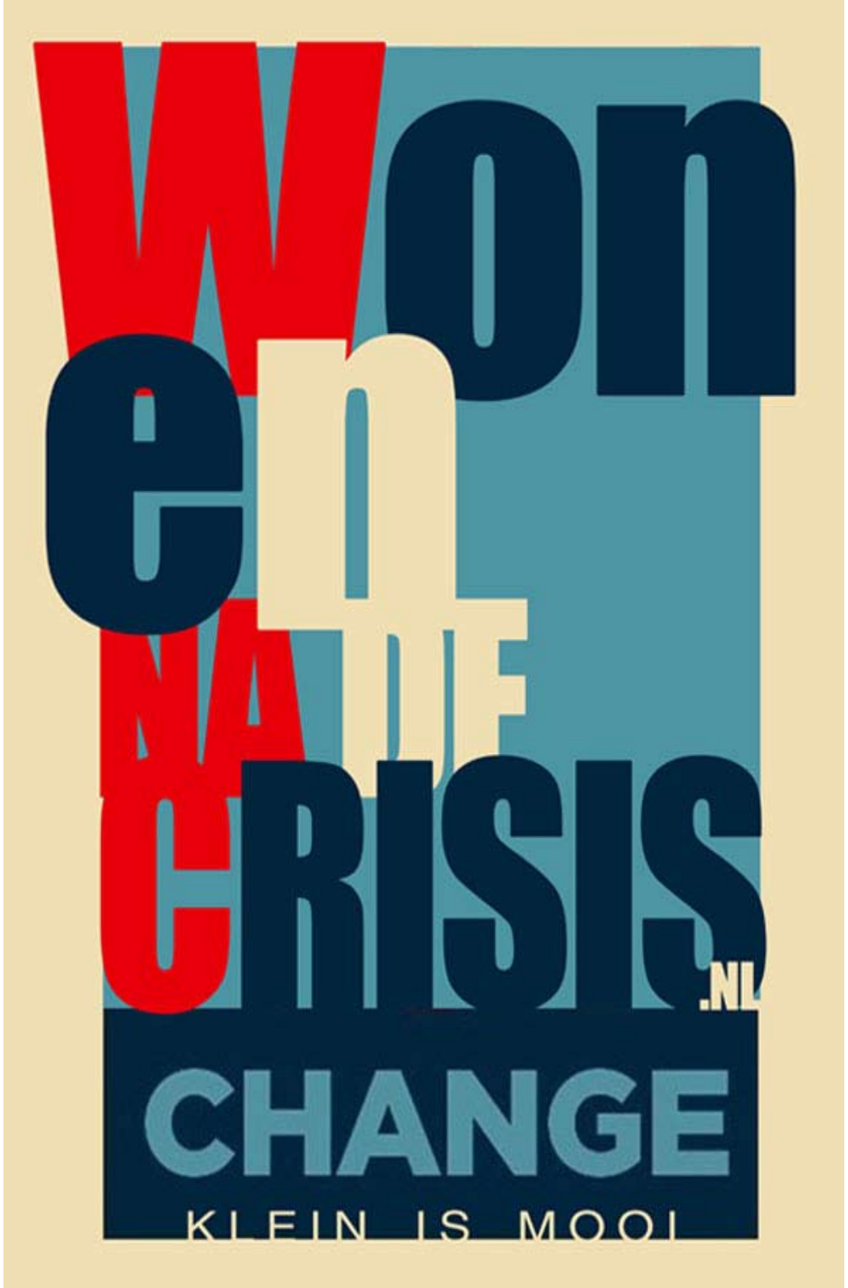
WONEN NA DE CRISIS

december 2009

Een Analyse van de Crisis in de Volkshuisvesting en de Gevolgen voor de Consument



WONENNADECRISIS

Business as usual of toch een fundamentele verandering. De twijfel regeert. Toch staat er al een ding vast; als de banken nog maar 4 à 4 1/2 maal het jaarinkomen willen verhypotheken tegen 6 à 7 keer voor de crisis dan is de armslag van de consument met 33% afgenomen. Het zal zeker nog jaren duren voordat daar weer verandering in zal komen. Wij verwachten alleen al daardoor dat de markt fundamenteel zal veranderen.

Er zijn echter nog andere factoren die deze fundamentele verandering mede zullen bewerkstelligen. Deze factoren zullen voor het overgrote deel worden bepaald door een mentaliteitsverandering die de consument door deze crisis zal ondergaan.

De kern van deze verandering zal gelegen zijn in het feit dat de consument zich onafhankelijker zal willen gedragen van grotere instanties. Of dit nu de banken (het grote graaien) de energiemaatschappijen (stroomstoringen) de voedselketens (gezondheidsaspekten) de overheid (onbetrouwbaar) of de ontwikkelaars (te duur) zullen zijn, de consument wil niet meer dan strikt noodzakelijk van hen afhankelijk zijn.

Deze mentaal fundamenteel veranderde consument zal zich uiteraard, zij het 33% gekort, toch weer op de woningmarkt gaan manifesteren. Zij zal echter totaal anders haar keuze bepalen dan voor deze crisis. Het zal niet meer dan verstandig zijn om als profesional binnen deze markt je voor te bereiden op deze veranderde consument. Te bedenken wat straks de keuzes zullen zijn en met welk product de consument na de crisis tegemoet dient te worden getreden.

Wij kiezen in deze visie, dat mag duidelijk zijn, voor de fundamentele verandering. Niet omdat wij dat nu persé willen, maar omdat wij dit verwachten, en vanuit die verwachting willen inspelen op de veranderende markt.

In deze uitgave willen wij ingaan op de veranderingen die wij in de markt verwachten. Wij koppelen deze veranderingen in eerste instantie aan die onderdelen waarin wij het veranderend gedrag van de consument verwachten en schetsen daarbij de verandering per onderdeel.

Daarna zullen wij een beeld schetsen van de wijze waarop wij de consument willen gaan benaderen, welke producten en diensten daarbij horen.

HOE ZIET DE CONSUMENT DE NIEUWE HUIZENMARKT

HET VERTROUWEN IN INSTANTIES IS KWIJT

FUNDAMENTELE WIJZIGING DOOR KLEINERE ARMSLAG

WAT ZIJN DE GEVOLGEN VOOR HET WOONPRODUCT

metro economie

We voelen de crisis nu echt

Stemming steeds somberder ● Veerkracht wordt kleiner ● Publieksmonitor: 40 procent merkt crisis in portemonnee

De financiële situatie van de Nederlander is er de laatste maanden op achteruit gegaan. Uit de publieksmonitor van het platform CentiQ Wijzer in Geldzaken van het ministerie van Financiën blijkt dat een derde ook verwacht dat dat voorlopig zo blijft. Bij één op de vijf Nederlanders is de financiële situatie niet gezond, zij hebben moeite met rondkomen, kunnen vaak rekeningen niet betalen of zijn aan het eind van de maand totaal blut.

"Ook al is de crisis niet zo erg als de sombere voorspellingen van het Centraal PlanBureau deden vermoeden, beginnen de mensen de gevolgen nu toch wel te merken", zegt Klaas Knot, voorzitter van CentiQ. Het gaat volgens hem vooral mis bij de zwakkeren in de samenleving. "Financiële ongeletterdheid heeft vervelende gevolgen, zoals problematische schulden, schoolproblemen en allerlei maatschappelijke ellende tot gevolg."

"Steeds meer mensen zien in dat ze wat moeten doen aan hun financiële situatie."
GERJOKE WILTINK, NIBUD

Uit het onderzoek komt naar voren dat bij een derde van de Nederlanders een onverwachte uitgave van duizend euro of meer, een probleem zou zijn.

"Toch zijn er steeds meer mensen die inzien dat ze wat moeten doen aan hun financiële situatie", zegt Gerjoke Wiltink, directeur van het Nationaal Instituut voor Budgetvoorlichting (Nibud). "Daarmee is het probleem niet opgelost, maar het is een begin." Hoeveel mensen grip proberen te krijgen op hun financiën kan zij niet zeggen. Wel wordt de website van het Nibud steeds vaker bezocht, maandelijks surfen 155.000 mensen naar de site. Van de Nederlanders die zich zorgen maken over hun financiële situatie gaat de meerderheid bezuinigen (41 procent).

53

53 procent van de Nederlanders gaat besparen op uitgaan. Daarmee is het de favoriete bezuinigingspost. In de vakanties en uitjes gaat bij 48 procent van de bezuinigers het mes.

LAURA ROMANILLOS
LAURA.ROMANILLOS@METRONIEUWS.NL

Gebrek aan kennis

Nog steeds weet de Nederlander niet veel over zijn eigen financiën. Sterker nog; de kennis wordt zwaar overschat

- 80 procent zegt goed op de hoogte te zijn en weet globaal wat er op de betaalrekening staat.
- De helft van de mensen (50 procent) die pensioen opbouwt, zegt niet genoeg te weten van de producten die daartoe bij moeten dragen.
- Van de jongeren weet een derde (34 procent) niet genoeg over hun eigen spaarproduct.
- In de groep van 25 tot 34-jarigen weet 38 procent relatief weinig over de eigen hypotheek en de pensioenopbouw.
- Ook weten mensen niet hoeveel het kost om rood te staan. Mensen die wel eens een negatief saldo hebben, denken over het algemeen dat de rente die zij daarover betalen 8,6 procent is, terwijl dat nu rond de 15 procent ligt.

DE CONSUMENT

De armslag van de consument is nu al met 1/3 gekort. De banken financieren nog maar 4 x het jaarinkomen. Dat betekent dat iedereen nu in feite al in het huis zit dat hij zich financieel kan veroorloven, of in vele gevallen wellicht nu al veel te duur woont.

Op dit moment kan niemand overzien wat de uiteindelijke gevolgen van deze financiële crisis zullen zijn. In Amerika is de recessie voorbij, volgens Willem Middelkoop gaat het slechter dan we denken.

Volgens mij staat toch straks vast dat door de fundamentele vanandering bij de hypotheekverstrekking en alle rumoer die deze crisis met zich mee zal brengen, de consument fundamenteel zal veranderen.

Toen de bomen nog tot aan de hemel leken te groeien liet de consument zich zowel in prijs als in kwaliteit alles wijsmaken. Voldeed het niet, dan werd al snel weer nieuw gekocht. De omloopsnelheid van producten werd almaar groter.

Dit zal na de crisis anders zijn. De consument zal weer op de kleintjes gaan letten. En er wordt nu al veel meer gespaard.

Het is ook niet vreemd dat de interesse van de woonconsument voor het Collectief Particulier Opdrachtgeverschap CPO een duidelijk stijgende lijn vertoont. De consument is meer en meer bereid het heft in eigen hand te nemen.

Collectieviteit zal hoe dan ook toenemen. Het individuele tijdperk lijkt voorbij. Niet alleen omdat men de mentaliteit van “graaien” en “ieder voor zich en god voor ons allen” een beetje zat geworden is, maar ook omdat men gaat zien dat collectiviteit winst kan opleveren.

Beslissingen blijven gemotiveerd door het eigenbelang. We zullen alleen gaan zien dat de mensen dat eigenbelang anders zullen gaan formuleren.

FINANCIËLE ARMSLAG MET 1/3 INGEKORT

VERTROUWEN IN DE MARKT KWIJT

PRIJS EN KWALITEITSBEWUSTZIJN ZAL STIJGEN

CONSUMENT NEEMT HET HEFT IN EIGEN HAND

DE BANKEN

Uiteindelijk zijn zij in de ogen van de consument de veroorzakers van deze crisis.
Maar de bankiers zijn hardleers.
Banken en verzekeraars zullen nog meer als voorheen als graaiers en oplichters te boek komen staan.
De consument wordt erg wantrouwig naar het finaciële systeem.

Was het voor de crisis normaal om een zo hoog mogelijke hypotheek te hebben, na de crisis gaat de consument voor een zo laag mogelijke hypotheek. Dan maar wat minder op vakantie en wat minder uit eten, maar de spaarcentjes worden weer in het eigen onroerend goed geinvesteerd.

Het feit dat de hypotheekrenteaftrek daarenboven ook nog eens met het jaar meer onzeker begint te worden versterkt dat gedrag van de consument alleen maar. (En als ik dit schrijf moeten de hause aan gedwongen verkopen nog gaan beginnen).

BANKIERS ZIJN GRAAIERS EN OPLICHTERS

BANKEN ZIJN NIET BETROUWBAAR

HYPOTHEEK ZO LAAG MOGELIJK (RENTEAFTREK?)

SPAARCENTEN WORDEN WEER IN HET HUIS GESTOPT

duurzaam

"Duurzame" mogelijkheden:

- Ontwerp op oriëntatie: op steden-bouwkundige schaal en op niveau van de woning
- Bouw flexibel: programma in toekomst uitbreidbaar of aanpasbaar
- Regenwater naar oppervlaktewater of opvangen in reservoir
- Maak gebruik van passieve zonne-energie
- Intergreer duurzame installaties in het ontwerp: o.a. lage temperatuur verwarming, warmtepomp, douche wtw, zonnecollectoren, pv cellen
- Zonwering waar nodig
- Duurzaam materiaalgebruik
- Beperk bouwafval
- Beperk de vraag

Vaststellen van Duurzame Ruimtelijk Programma's.

Al Gore, Cradle to Cradle, Duurzaam bouwen: the new genration, de 'Almere Principles', 'Passief huis'. Duurzaamheid staat weer in het middelpunt van de belangstelling. Stijgende energie- en voedselprijzen onderstrepen de noodzaak van de hernieuwde belangstelling. Wij onderkennen die noodzaak en zullen met plezier de extra inspanningen verrichten die leiden tot een duurzamer product.

Links op deze pagina staan een aantal duurzame mogelijkheden die wij goed toepasbaar achten. Het is aan u te kiezen welke doelen en uitdagingen we bij uw project aangaan.

ENERGIE

Onafhankelijkheid van de energiemaatschappijen, dat wordt het nieuwe motto.

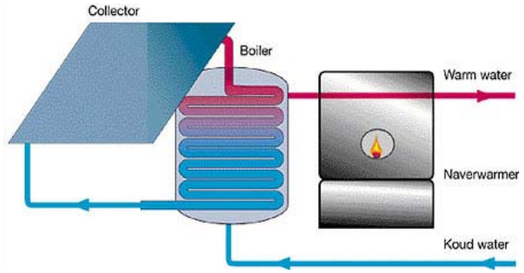
De tendens was al zichtbaar maar zal zich de komende tijd op grotere schaal gaan manifesteren:

Passief Huis - Energie Neutraal.

Collectief of individueel, onafhankelijk van de energie-maatschappijen gaat de consument zijn behoefte aan energie regelen.

Energieneutraal & Duurzaamheid worden de energiethe-ma's voor de nabije toekomst

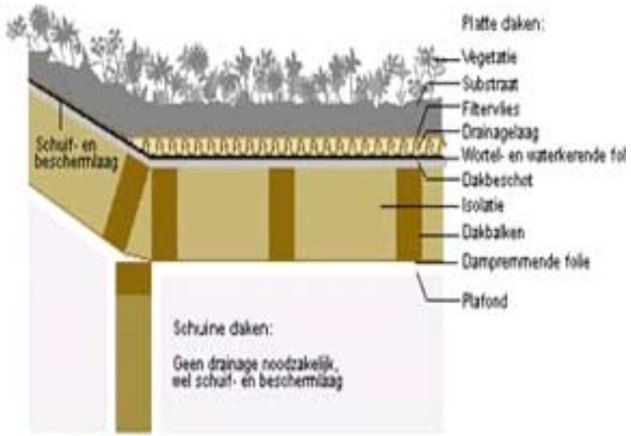
Trias Energetica

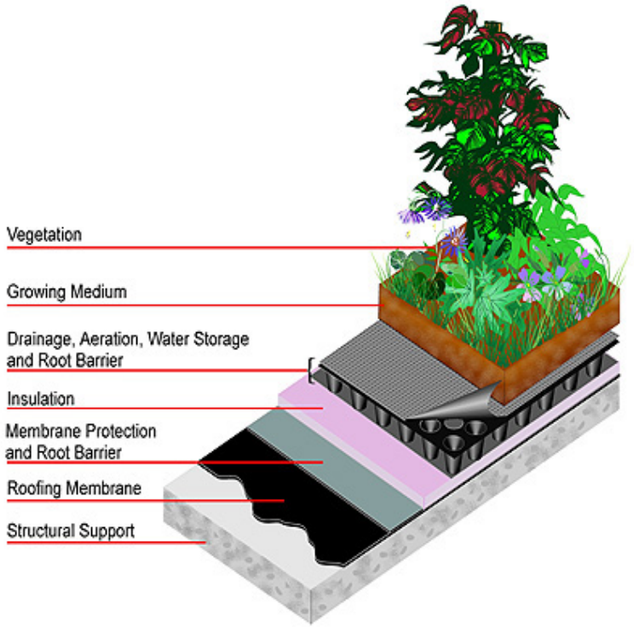


ENERGIE NEUTRAAL

DUURZAAMHEID

COLLECTIEF BEHEER VAN EIGEN ENERGIESYSTEEM





DE VOEDSELKETEN

We eten allemaal.

Keuringsdienst van Waren.
In toenemende mate zal de klant zich gaan realiseren dat massaproductie en kwaliteitsverbetering niet altijd zonder meer hand in hand gaan. Nu al is een groei te zien in de eigen productie van voedsel.

In de nabije toekomst zal deze groei alleen maar toenemen, gestuurd door hetzelfde onafhankelijkheids sentiment.
De MOESTUIN doet haar herintrede.

Over vijf jaar zal Intratuin (als het al een rol gaat spelen in die markt) voor 50% bestaan uit siertuin en 50% uit moestuin.

De moestuin zal mede deel gaan uitmaken van het stedenbouwkundig idioom.
Het kan een thema worden waarop nieuwe collectieviteit vorm gegeven gaat worden.

Collectieve daktuinen bij appartementen kunnen evenzo eenvoudig collectieve moestuinen worden.

DE MOESTUIN KOMT TERUG

DAKTUINEN, REDUCTIE VAN CO2

DE OVERHEID

Een lastig thema.
De relatie van de Politiek met het Volk is al jaren moeizaam te noemen.
De Politiek stuurt visieloos haar Volk aan.
De ene hype volgt op de andere. Incidentenpolitiek.
Het politieke falen heeft een stuurloze overheid tot gevolg.
In het gunstigste geval proberen ambtenaren de falende rol van de politiek nog inhoud te geven, maar in algemene zin kan worden gesteld dat bij de overheid de regie ontbreekt.

Europa en met name haar neo liberale gedachtengoed heeft de nationale politiek en overheden in haar greep. Marktwerking werd het sleutelbegrip, en zeker in de ruimtelijke ordening werd try and error de procedure.

Public Private Partnership, Gebiedsontwikkeling met samenwerkende marktpartijen werden sleutelbegrippen. Visies kwamen uit deze samenwerkingen tot stand.

Toch ben ik van mening dat wil de politiek het vertrouwen van de burgers terugkrijgen zij weer de regie over de collectieve ruimte in eigen hand zal moeten nemen.

Sterkere bestuurders zijn nodig om die processen weer in goede banen te gaan leiden. Maar politiek besturen is moeilijker geworden. Politici staan te vaak op de verkeerde momenten in de schijnwerpers. Een bestuurder of manager van een grote ondernemer heeft geen directe verantwoordelijkheid naar de samenleving en kan daardoor makkelijker opereren.

Nut en noodzaak wordt niet meer door de parlementaire, gekozen, politieke volksvertegenwoordigers bepaald, maar door de “Marktwerking”.

Een niet te vergeten onderdeel in dit verhaal is de HYPOTHEEKRENTEAFTREK.
Het hangt als een zwaard van Damocles boven de woningmarkt.

Niet een zo hoog mogelijke hypotheek wordt de trend, maar een zo laag mogelijke hypotheek.

MOEIZAME RELATIE POLITIEK MET HAAR BURGERS

MARKTWERKING REGEERT

HYPOTHEEKRENTEAFTREK VERDWIJNT

ZO LAAG MOGELIJKE HYPOTHEEK WORDT DE TREND

DE ONTWIKKELAAR

De Marktpartij(en). Bij velen leeft het beeld dat de wijze van opereren van de grote spelers binnen de volkshuisvesting de laatste 10 jaar een prijsopdrijvend effect heeft gehad en waar die partijen zelf niet slechter van zijn geworden. Dat vele huizenbezitters in die prijsopdrijvende stroom mee hebben geprofiteerd en dat de banken dit later weer op hun eigen wijze uit zijn gaan buiten doet daar niet aan af.

Dat de huidge crisis in feite een volkshuisvestingscrisis genoemd kan worden is eigenlijk niet eens ver bezijden de waarheid.

De woningen zijn te duur geworden, de starter maakte geen kans meer op de woningmarkt.

De kansen lijken gekeerd. De prijzen dalen en het is zeker maar de vraag of de ontwikkelaars de kopersmarkt zullen blijven beheersen.
Het is te duur.
Het moet goedkoper. Dat wordt de teneur. En wat is dan het alternatief?

- C P O
Collectief Particulier Opdrachtgeverschap.

- Productoptimalisatie.

GRONDPOSITIE

De ontwikkelaar is vaak nog wel degene die beschikt over grondposities. Grond is en blijft een schaars goed in dit land. Maar de almaar stijgende grondprijzen heeft het ontwikkelen er niet eenvoudiger op gemaakt.
Dure woningen zullen wellicht ook in 2012 nog steeds moeilijk worden verkocht.

De renteteller op de grondpositie tikt door.

Hoe kan worden ontwikkeld in een goedkopere markt.
De rol van de ontwikkelaar zal straks toch vooral liggen in het ontwikkelen van lastige vaak binnenstedelijke locaties, veelal noodzakelijkerwijs in combinatie met gemeente en woningbouwvereniging.

Bij het ontwikkelen van de eigen grondposities zal op een slimme manier een product moeten worden ontwikkeld dat een grote mate van flexibiliteit herbergt en zowel kan worden gerealiseerd in een ongewijzigde markt als in een wonennadecrisis markt.

ONTWIKKELAAR ONDERDEEL VAN DE PRIJSSTIJGING

PRODUCTOPTIMALISATIE

GRONDPOSITIES TOCH KUNNEN ONTWIKKELEN

FLEXIBEL BIJ ZOWEL EEN GROEI ALS KRIMPMARKT

TOVERSTRALEN

werken aan een duurzaam ontspannen samenleving

Stedenbouw - Landschap - Architectuur