

9. Leefstijlsegmentatie in het woondomein: hype of blijvertje?

ANDRÉ OUWEHAND, EVA BOSCH en WENDA DOFF

SAMENVATTING

Vanaf de eeuwwisseling ontstond er in het woondomein veel belangstelling voor doelgroepsegmentatie op basis van leefstijlen. Woningcorporaties, gemeenten en projectontwikkelaars pasten nieuw ontwikkelde leefstijlmethodeken toe bij gebieds- en projectontwikkeling, maar ook bij woningtoewijzing en beheer. Ze wilden daarmee beter inspelen op voorkeuren van huurders en kopers en een antwoord vinden op problemen als gevolg van ‘botsende leefstijlen’ van bewoners. Die toepassingen hadden wisselend succes. Onderzoek liet zien dat een aantal uitgangspunten over woonvoorkeuren van specifieke leefstijlgroepen wel bevestigd werd, maar ook dat wonen met mensen met een gelijke leefstijl niet altijd tot een hogere woonwaardering leidde. Ook bleek dat de gehanteerde leefstijlindeling niet altijd stabiel was. Na een piek in het eerste decennium van deze eeuw, is de belangstelling voor leefstijlsegmentatie weer afgenomen, vanwege de beperkt aantoonbare meerwaarde en vanwege structurele veranderingen binnen het woondomein, in het bijzonder bij de woningcorporaties.

Trefwoorden: leefstijlen, segmentatie, woonvoorkeuren, woonruimteverdeling, gebiedsontwikkeling

1. LEEFSTIJLSEGMENTATIE IN HET WOONDOMEIN

Wie vijf tot tien jaar geleden een conferentie bijwoonde waar woningcorporaties, gemeenten of ontwikkelaars spraken over het karakter van bepaalde woonwijken of onderlinge verschillen tussen bewoners, hoorde al snel leefstijljargon langskomen. Het ging over ‘rode’, ‘groene’, ‘gele’ en ‘blauwe’ leefstijlen of belevingswerelden, of men sprak over ‘dynamische individualisten’, ‘verankerden’, ‘gehaaste middenklassers’ of ‘tolerante socialisers’. Bij het analyseren van de woonvoorkeuren scheen het niet langer toereikend te zijn om bewoners en woningzoekenden in te delen op basis van hun inkomensklasse, levensfase en huishoudensamenstelling. In het eerste decennium van de eenentwintigste eeuw was het denken in leefstijlen sterk opgekomen. Dat paste heel goed in die tijd waarin woningcorporaties en ontwikkelaars klantgericht wilden worden. Leefstijlen waren niet alleen populair bij het ontwikkelen van nieuwe wijken en projecten, maar ook bij de transformatie van bestaande wijken en de aanpak van samenlevingsproblemen in problematische wooncomplexen. Sommige corporaties ontwikkelden woonruimteverdelingsstelsels waarin kandidaat-huurders op basis van leefstijl een woning kregen aangeboden. Enkele corporaties en ontwikkelaars gebruikten de segmentatie zelfs als belangrijke inspiratie bij het herijken van hun algehele bedrijfsfilosofie. Kortom, leefstijlsegmentatie kende begin deze eeuw veel aanhangers in het woondomein.

A.E.Bronner et al. (red.), Ontwikkelingen in het marktonderzoek: Jaarboek MarktOnderzoek-Associatie, dl. 42, 2017. Haarlem: Spaar^{en}Hout.

Het toppunt van de aandacht voor leefstijlen ligt echter inmiddels al weer enkele jaren achter ons. Ook nu in 2016 de woningmarkt in veel gebieden weer in de lift zit, kom je de leefstijlbenadering niet meer zo vaak tegen. Is doelgroepsegmentatie met behulp van het leefstijl-concept alleen maar een hype gebleken en geen blijvertje? Waarom werd er enige jaren geleden en masse zo enthousiast gereageerd op het leefstijl-concept en wordt er nu nog maar weinig aandacht aan gegeven? Heeft dat te maken met de veranderingen in de omstandigheden of is het gebruik van die methodieken weinig succesvol gebleken? In dit hoofdstuk geven we antwoord op die vragen, gebruikmakend van de resultaten van het onderzoek ‘Branding’ en leefstijlen in de wijk’ dat we enige jaren geleden uitvoerden (zie kader).

Het onderzoek ‘*Branding*’ en leefstijlen in de wijk is ontwikkeld en uitgevoerd door Onderzoeksinstituut OTB, TU Delft, in een consortium binnen het onderzoeksprogramma ‘Kennis voor Krachtige Steden’ van het Nicis-Instituut met Platform Corpovenista en andere partijen¹. Aanleiding voor het project was een discussie binnen Platform Corpovenista, een platform voor onderzoek en kennisdeling van woningcorporaties, om meer inzicht te krijgen in de effecten van het toepassen van ‘branding’ en leefstijlmethodieken in gebieds- en projectontwikkeling, woonruimteverdeling en beheer van woningcorporaties. Sommige corporaties waren zeer enthousiast over de nieuwe methoden, anderen waren meer sceptisch. Het onderzoek kende drie onderwerpen:

- Een studie naar de achtergrond van leefstijlmethodieken en inventarisatie van bestaande methodieken uit de praktijk van het wonen. Dit resulteerde in het rapport *Voorkeur voor een leefstijl. Een onderzoek naar leefstijlmethodieken in het woondomein* (Ouweland et al. 2011)
- Onderzoek naar de effecten van toepassing van leefstijlsegmentatie in woonruimteverdeling en beheer, wat leidde tot het rapport: *Soort bij soort. Leefstijlen bij woonruimteverdeling en beheer* (Doff & Ouweland 2012)
- Onderzoek naar de werking van ‘branding’ en leefstijlen in de praktijk van gebieds- en projectontwikkeling in herstructureringswijken. Het rapport *Stijl van leven, stijl van bouwen. ‘Branding’ en leefstijlen in gebiedsontwikkeling* (Bosch et al. 2012) vormde het resultaat.

De rapporten zijn te downloaden via
<http://www.corpovenista.nl/publicaties/leefstijlen>

Als eerste gaan we kort in op de aanleiding voor het gebruik van leefstijlen binnen het woondomein. De belangstelling voor leefstijlen ontstond al lang geleden, maar het onderwerp wordt pas echt belangrijk rond de eeuwwisseling. Zowel de botsingen tussen bewoners met verschillende leefstijlen als de structurele veranderingen in de woningmarkt speelden daarin een rol. In de paragraaf daarna zetten we de verschillende leefstijlmethoden die in de praktijk van het wonen gebruikt worden, op

een rij en analyseren we overeenkomsten en verschillen. In de twee daaropvolgende paragrafen gaan we dieper in op de toepassing van die methodieken, eerst op het terrein van de woonruimteverdeling en dan bij gebieds- en projectontwikkeling. In beide paragrafen maken we gebruik van ons evaluatieonderzoek van een aantal cases. We sluiten het hoofdstuk af met conclusies waarin we de ervaringen met leefstijlsegmentatie binnen het woondomein in beeld brengen en, rekening houdend met de actuele ontwikkelingen in het wonen, enkele gedachten formuleren voor de komende tijd en de implicaties voor marketing en marktonderzoek.

2. BOTSSENDE LEEFSTIJLEN EN UITEENLOPENDE WOONVOORKEUREN

Wie zich verdiept in beleidsnota's en onderzoek over het wonen in de afgelopen decennia, komt het begrip 'leefstijl' in twee verschillende contexten tegen. Het gaat, vaak voorzien van het adjectief 'botsend', om gedrag van bewoners dat andere bewoners als storend ervaren of het gaat om verschil tussen bewoners in woon(milieu) voorkeuren. Het eerste is relevant in verband met het beheer en de toewijzing van woonruimte, het tweede heeft betrekking op gebieds- en wijkontwikkeling. De aandacht voor leefstijlen is echter niet iets van vandaag of gisteren. Vanaf het prille begin van de woningcorporaties, ruim honderd jaar geleden, is er veel aandacht voor de woonbeschaving van de huurders (De Vreeze, 1993). Woningcorporaties stellen inspectrices aan die toezien op het woongedrag van (kandidaat-)bewoners. Na de Tweede Wereldoorlog maken woninginspectrices zich zorgen over botsende leefstijlen in de nieuwe woongebieden en bezoeken ze kandidaat-bewoners om, zoals woninginspectrice mejuffrouw Parqui in 1956 schreef:

“te grote verschillen in levensstijl en gewoonten tussen bewoners van eenzelfde trap of burens van een zelfde galerij of ‘woonstraatje’ te vermijden, opdat het gezin zich zal kunnen thuis voelen in de wijk.” (Parqui, 1956, p. 172)

In de jaren zeventig staan leefstijlen opnieuw in de belangstelling bij de planning en het ontwerp van woonwijken in Groningen, Nieuwegein en Spijkenisse (Nio, 2010), waarbij sociologen als Grünfeld en d'Ancona pleiten voor naar levensstijl homogene buurtjes. Eind jaren tachtig verkent het SCP het nut van leefstijltypering (Ganzeboom, 1988) en Anderiesen en Reijndorp (o.a. 1989, 1990) onderzoeken de sociale segmentering in steden op basis van het begrip 'levenswijze'. In 1997 verschijnt de bundel 'Leefstijlen, wonen in de 21ste eeuw' (Reijndorp et al.) en in 1999 de dissertatie van De Wijs-Mullekens over de woonsituatie van de elite. Al deze publicaties verwijzen voor het begrip leefstijl of levenswijze naar het habitusbegrip van Bourdieu (Bourdieu & Wacquant, 1992), maar plaatsen daarbij ook kanttekeningen. Ganzeboom (1988) merkt op dat Bourdieu weinig aandacht heeft voor de verschillen in gedragskeuzen en smaakuitingen tussen verschillende generaties. Anderen commentariëren Bourdieu's veronderstelling dat iemands beroep en afkomst in sterke mate het levenspad en leefstijl bepalen. Zij stellen dat mensen tegenwoordig vaak deelnemen aan een veelvoud van sociale netwerken en dagelijks keuzes maken in de 'belevenismaatschappij', die per situatie onderling sterk kunnen verschillen (Anderiesen & Reijndorp, 1989; Van der Wouden en Kullberg, 2002).

2.1. Groeiende belangstelling

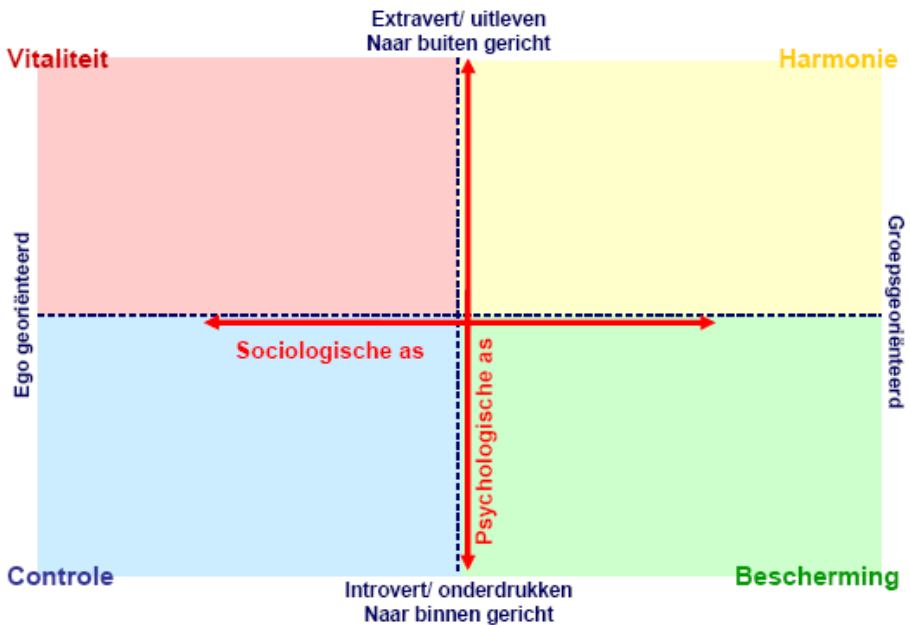
De belangstelling voor het gebruik van leefstijlen neemt rond de eeuwwisseling sterk toe. Als eerste is er het probleem van ‘botsende leefstijlen’ in het woningbeheer en de woonruimteverdeling. Beheerders spreken vaak van ‘botsende leefstijlen’ bij conflicten door (geluids)overlast en verschillend gebruik van de openbare ruimte, trappenhuizen, galerijen en binnenterreinen. Bewoners zijn divers en dat geldt ook voor hun woongedrag en die diversiteit zal in de toekomst eerder toenemen dan verminderen. Met de opkomst van het advertentiemodel² voor de toewijzing van sociale huurwoningen, heeft de bewoner (in ieder geval op papier) ook meer vrijheid in het kiezen van de woning. Maar de corporaties hebben hierdoor nog maar weinig mogelijkheden om de samenstelling van portieken te beïnvloeden. Enkele corporaties en gemeenten ontwikkelen begin jaren negentig enkele eerste experimenten met toewijzing op basis van woonstijlen. Dit gebeurt in Den Haag, Groningen en Lelystad, maar het onderwerp leeft nog niet erg algemeen (Kullberg, 1993). Dat verandert tien jaar later. Corporaties en gemeenten organiseren portiekgesprekken en introduceren huisregels en treffen maatregelen die een bepaald soort gebruik ontmoedigen of gewenst gebruik juist stimuleren. Daarnaast experimenteren ze opnieuw met woningtoewijzing op basis van leefstijlen.

De behoefte aan leefstijlonderzoek is als gezegd niet alleen gerelateerd aan problemen, maar komt ook naar voren bij de ontwikkeling van nieuwe woningen. Sinds in het midden van de jaren negentig overheids subsidies op nieuwbouw zijn afgebouwd en niet langer het bouwprogramma sturen, is de markt dominant. Met de toename van de welvaart kunnen veel mensen bij hun woningkeuze ook andere zaken dan alleen hun functionele behoeften een rol laten spelen. Gemeenten en Rijk geven opdracht voor onderzoek naar de verschillen in leefstijlen en woonwensen (Reijndorp e.a., 1997, Ministerie VROM, 1997). Op lokaal niveau zoeken partijen naar een verfijndere afstemming op de consumentenvraag in de specifieke situatie, waarmee ze zich kunnen onderscheiden van andere projecten.

3. OPKOMST VAN DE LEEFSTIJLMETHODIEKEN

De vier meest gebruikte methodieken in het woondomein zijn ontwikkeld door private onderzoeks- en adviesbureaus: SmartAgent Company (SAC), Motivaction, TNS NIPO en Experian. De bureaus hanteren verschillende definities van leefstijl. Sommige baseren die mede op vertoond gedrag, bij anderen gaat het alleen om een waardeoriëntatie: de persoonlijke waarden en normen die aan de leefstijl en het gedrag ten grondslag liggen. Sommige methoden betrekken sociaal-demografische en sociaaleconomische kenmerken van de personen in de definitie, andere laten die buiten beschouwing. Als deze bureaus voor opdrachtgevers in kaart brengen welke leefstijlen de bewoners van een bepaald gebied hebben, baseren ze zich vaak op beschikbare algemene data, maar ook worden er, al dan niet grootscheepse, surveys uitgezet. Een voorbeeld daarvan was ‘De Grote Woontest’ die in de stadsregio Rotterdam in de jaren 2004, 2008 en 2012 door SAC is uitgevoerd³. Voor het bepalen van de leefstijl gebruikte SAC in surveys doorgaans een verkorte vragenlijst⁴. Ook het aantal groepen dat men binnen een model onderscheidt, verschilt sterk.

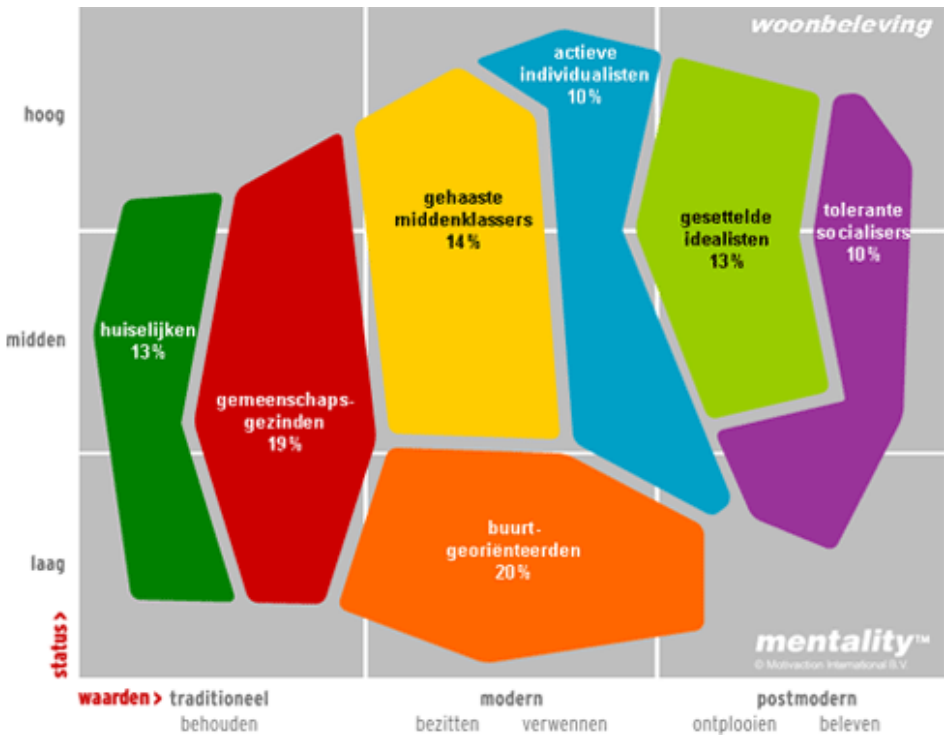
SAC onderscheidt vier 'belevingswerelden', Motivaction zeven 'woonbelevingen', TNS NIPO gebruikt acht groepen en bij Experian gaat het om tien groepen waarbinnen in totaal 44 typen zijn ondergebracht. SAC hanteerde in haar BSR-model eerst zes segmenten, waaronder de 'dynamische individualisten' en de 'terugtrekkers'. Om de communicatie te vergemakkelijken bracht men dit later terug tot vier groepen, aangeduid met de kleuren rood, geel, groen en blauw. Veel betrokken professionals weten wat er met die kleuren bedoeld wordt. Sommige organisaties vonden de vierdeling van SAC te grof en hielden daarom vast aan de oude opdeling in zes groepen en maakten daar dan soms zelf ook nog onderverdelingen in. In alle vier de modellen worden de onderscheiden groepen ook ten opzichte van elkaar gepositioneerd op een assenstelsel. SAC onderscheidt in haar BSR-model drie assen die respectievelijk de sociologische, psychologische en culturele dimensie weergeven. De derde as is echter in de doorsnede weergave van hun indeling (zie figuur 1) niet te zien.



Figuur 1. De vier belevingswerelden van het BSR-model.

Bron: Wolters et al. 2007, p. 7

Motivaction gebruikt in haar Mentality-model één as voor de waardeoriëntatie en de andere as voor de sociaaleconomische status. Hun woonbelevingsmodel is te zien in figuur 2. De meeste groepen in dat model strekken zich uit over twee tot zelfs drie statusgroepen.



Figuur 2. Woonbeleving volgens Motivaction.

Bron: <http://www2.motivaction.nl/151/Beleid/Burgerschapstijlen/Woonbeleving/>

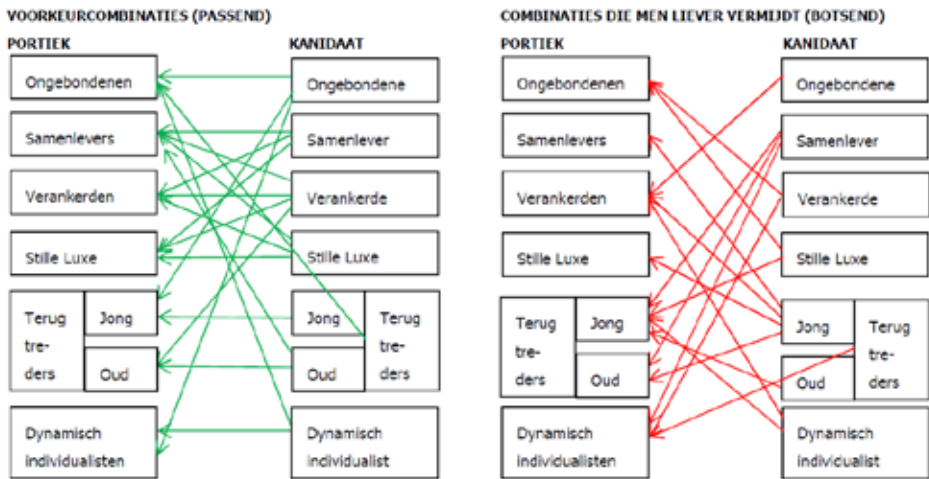
Binnen dit hoofdstuk is het niet mogelijk om op alle verschillen tussen de modellen in te gaan⁵. Doordat de bureaus verschillende definities en onderliggende gegevens hantieren, zijn de begrippen zeker niet inwisselbaar en moeilijk te vergelijken. Die veelheid aan definities maakt leefstijl in het algemeen dan ook tot een vaag begrip, het leidt volgens sommige onderzoekers tot een ‘labyrint van leefstijlen’ (Heijs et al, 2005; 2009). Ook op de betrouwbaarheid van de methoden valt het nodige af te dingen. Met alle vier bureaus hebben wij prettige en diepgaande gesprekken gevoerd, maar elk bureau beschermt zijn eigen methode en achterliggende data. Controle en vergelijking is niet mogelijk gebleken omdat daarmee het bedrijfskapitaal zou worden aangetast. Nauw verwant aan de betrouwbaarheid speelt de vraag over de stabiliteit van de leefstijl gedurende de levensloop. Is leefstijl een vaststaand gegeven op basis van iemands afkomst en klasse, zoals Bourdieu veronderstelt, of heeft het vooral te maken met iemands eigen keuzen en keuzemogelijkheden, zoals bijvoorbeeld Veblen en Schulze benadrukken, waarbij ook leeftijd en levensfase een sterke invloed uitoefenen? Uit onze gesprekken met de vele gebruikers van het leefstijlonderzoek is wel gebleken dat zij de toepassing vaak waardeerden omdat het extra informatie verschaft bovenop de standaard sociaal-

economische en sociaal-demografische kenmerken. Daarnaast bleek leefstijlonderzoek vaak de onderlinge communicatie tussen partijen op lokaal niveau te vergemakkelijken en te verdiepen, zoals bijvoorbeeld bij ‘De Grote Woontest’ in de stadsregio Rotterdam. Wat de betekenis is geweest in de woonruimteverdeling en gebiedsontwikkeling zullen we hieronder verder bespreken.

4. LEEFSTIJLINITIATIEVEN IN DE WOONRUIMTEVERDELING

Vanaf de opkomst van leefstijlen in het woondomein zijn er enkele tientallen initiatieven ontwikkeld specifiek op het gebied van de woonruimteverdeling. Voor ons onderzoek inventariseerden wij die projecten waarin (kandidaat-)bewoners (mede) op basis van leefstijlsegmentatie een woning in een specifiek portiek/flat/cluster kregen toegewezen. We hebben dus niet gekeken naar projecten waarin, onder de vlag van ‘leefstijl’, specifieke voorwaarden gesteld worden aan kandidaat-huurders door een contract met leefregels, toetsing op basis van zinvolle dagbesteding en criminele antecedenten of het hanteren van sociaaleconomische en sociaal-demografische criteria. Op basis van literatuuronderzoek en gesprekken met sleutelpersonen bij gemeenten en woningcorporaties kwamen we zo tot achttien projecten, in Amsterdam, Delft, Den Haag, Dordrecht, Eindhoven, Rotterdam, Utrecht, Zaandam en Zoetermeer. Opvallend veel, elf van de achttien, projecten werden uitgevoerd door woningcorporatie Vestia. Toentertijd was deze corporatie zeer te spreken over de ervaringen met leefstijltoewijzing en was ze dat aan het ‘uitrollen’ naar andere complexen waar zich leefbaarheids- of andere problemen voordeden. Van de achttien projecten waren er destijds al vijf om verschillende redenen gestopt, bijvoorbeeld vanwege een gebrek aan draagvlak bij de zittende huurders of de gemeente of omdat segmentatie vanwege een zeer beperkte mutatiegraad geen nut bleek te hebben.

Van alle leefstijltoepassingen in de woonruimteverdeling, liepen het POL-model in Dordrecht en EigenStijl Wonen in Zoetermeer het langst. Voor deze twee initiatieven hebben we intensief de effecten van leefstijltoewijzing onderzocht. Het POL-model was vanaf 2004 van toepassing op de gehele sociale huurwoningenvoorraad van Woonbron-Dordrecht. EigenStijl Wonen werd vanaf 2006 toegepast op 381 flatwoningen van Vestia in de Zoetermeerse wijk Palenstein. Beide corporaties werkten samen met SmartAgent Company (SAC). Woonbron hanteerde de originele indeling van SAC in zes woonbelevingsgroepen (ongebonden, samenlevers, verankerden, stille luxe, terugtrekkers en dynamisch individualisten) en Vestia de vier belevingswerelden (de gele, groene, blauwe en rode leefstijl, zie figuur 1 voor de betekenis van deze kleuren). De kandidaat-huurder vulde bij intake een korte vragenlijst in waarmee de leefstijl werd bepaald. Tegelijkertijd was het aanbod waarop woningzoekenden reageerden opgedeeld naar leefstijl. Hoewel de uiteindelijke toepassing op bepaalde punten verschilde, streefden beide corporaties naar portieken, flats, wooncomplexen of straten met bij elkaar passende leefstijlen en probeerden zij het samenwonen van botsende leefstijlen te voorkomen. Figuur 3 toont voor het POL-model de voorkeurs- en de botsende combinaties.



Figuur 3. Grafische weergave van voorkeur- en te vermijden combinaties.

Bron: Doff & Ouwehand (2012, p. 37)

4.1. Uitsortering van bewoners

We hebben in beide cases een enquête onder bewoners gehouden waarin ook de leefstijlvragen van SAC zijn opgenomen waarmee de leefstijl van bewoners (opnieuw) is vastgesteld. Zo hebben we kunnen bepalen in welke mate de leefstijltoewijzing heeft geresulteerd in een segmentatie van bewoners naar leefstijl.

In Palenstein was ontvlechting van leefstijlen een expliciete doelstelling. In haar beleidsrapportages gaf Vestia de verandering van de flatbevolking weer op basis van de jaarlijkse mutaties. Zij kwam daarbij op percentages naar leefstijl passende huishoudens van boven de 70%. Uit onze enquête bleek echter dat bijna de helft van de respondenten (49%) niet-passend woonde. Ook van de bewoners die na invoering van EigenStijl Wonen in Palenstein waren komen wonen, was meer dan de helft (53%) niet-passend. Mogelijke verklaringen voor dit verschil zijn bijvoorbeeld dat degene die bij de intake de leefstijltest invulde een andere persoon is dan de respondent en deze een andere leefstijl heeft. Of dat de respondent dezelfde persoon is, maar zijn of haar leefstijlkleur is veranderd door veranderde persoonlijke omstandigheden of door de veranderde maatschappelijke context. Ook zouden verschil in methode en omstandigheden tijdens de afname van de test en enquête van invloed kunnen zijn geweest op de manier waarop een respondent de vragen heeft beantwoord. Wat de verklaring ook is, de conclusie kan niet anders zijn dan dat we serieuze vraagtekens moeten zetten bij de stabiliteit van de leefstijl(bepaling) van de betreffende huishoudens⁶.

Hoewel uitsortering in Dordrecht niet het nadrukkelijke doel was, heeft het POL-model dat wel in stevige mate opgeleverd. In totaal woonde 63% passend, 13% 'botsend' en 23% 'neutraal'⁷. Voor de analyse van het effect van leefstijlsegmentatie op de woonwaardering gebruiken we in deze bijdrage de case van het POL-model, ook omdat we door de bredere toepassing meer bewoners hebben bevroegd en we zo meer massa hebben voor het doen van analyses. De door de woningcorporatie twee-

jaarlijks uitgevoerde bewonersenquête leverde een respondentengroep op van in totaal 1.624 huurders (33% van de huurders heeft de vragenlijst ingevuld), waarin huurders op tal van aspecten van de woonwaardering zijn bevraagd.

Daarbij moet nog worden vermeld dat in het POL-model (in tegenstelling tot Palenstein) er ook andere factoren waren die de segmentatie van zowel het aanbod als de vraag bepaalden. De woningclusters kregen naast de dominante leefstijl ook een status toegewezen, lopend van mager tot vitaal, die medebepalend was voor de matching. Dat gebeurde op basis van de woonwaardering vanuit de huurdersenquête, gegevens over overlast en de perceptie van de woonmakelaar. Woonbron-Dordrecht labelde niet alleen kandidaat-huurders op basis van leefstijl, maar ook aan de hand van de inschatting of de nieuwe bewoner overlast zou kunnen geven door haar/zijn dagritme, woonverleden of huisdier (op basis van vragen uit de vragenlijst en de perceptie van de woonmakelaar).

4.2. Woonwaardering door bewoners

De centrale vraag is of passendheid naar leefstijl – wanneer de leefstijl van een individuele bewoner past bij of juist botst met de dominante leefstijl van het portiek of de straat – invloed heeft op zijn of haar woonwaardering. Daarvoor moeten we echter eerst weten of bewoners inderdaad verschillende waardeoriëntaties, woonvoorkeuren en woongedrag hebben naar gelang hun leefstijl. Als dat niet zo is, is er immers weinig gelijkgestemdheid en dus ook weinig effect van de leefstijluisortering op woonwaardering te verwachten.

Maar die gelijkgestemdheid is er. Op basis van ons eigen survey onderzoek onder de bewoners van Palenstein en de Woonbron-woningen in Dordrecht, zien we inderdaad betekenisvolle verschillen tussen de onderscheiden leefstijlen: ‘dynamisch individualisten’ (in de latere SAC-indeling vallend onder de ‘blauwe’ leefstijl) hechten het sterkst aan homogeniteit. Van alle groepen hechten zij er het meeste waarde aan dat mensen in de buurt op elkaar lijken en dat geldt voor nagenoeg alle aspecten. Ook vinden we significante verschillen tussen de leefstijlen in de intensiteit van het burenccontact, met uitzondering van het groeten en een praatje maken. De leefstijlen waarvan SAC stelt dat zij meer gesteld zijn op gezelligheid in de woonomgeving – ‘samenlevers’, ‘verankerden’ en ‘stille luxe’ – hebben feitelijk ook meer contact met hun burens dan de leefstijlen die gericht zijn op privacy en anonimiteit, namelijk ‘ongebonden’, ‘dynamisch individualisten’ en ‘terugtrekkers’. De volgende vraag is of passend wonende huurders hun woning, woonomgeving en burens hoger waarderen dan degenen die botsend wonen.

Om de relatieve bijdrage van passendheid vast te stellen zijn multivariate analyses uitgevoerd, waarbij rekening is gehouden met traditionele kenmerken zoals leeftijd en huishoudenssamenstelling, de status van het portiek en de leefstijl van een persoon. Voor elk aspect van de woonwaardering – tevredenheid met de woning, tevredenheid met de buurt, mate van zich thuis voelen, tevredenheid met de burens en de mate van overlast – geldt dat de status van het portiek een groot effect heeft, vooral op het zich thuis voelen en het ervaren van overlast. Dit is niet verrassend, omdat de status van het portiek onder meer op die factoren gebaseerd is. Leefstijl doet er toe voor de mate van zich thuis voelen (samenlevers voelen zich meer thuis dan dynamisch individualisten), de waardering van het burenccontact (samenlevers

zijn vaker tevreden dan dynamisch individualisten) en de mate van overlast (ongebonden ervaren minder overlast dan dynamisch individualisten). Passendheid doet er slechts in beperkte mate toe. De waardering van de woning wordt positief beïnvloed door het passend wonen en voor het ervaren van overlast, een belangrijke ‘dissatisfier’, doet het er in enige mate toe of men botsend woont, maar als rekening wordt gehouden met alle andere factoren is de bijdrage van passendheid niet langer significant.

We moeten dus concluderen dat de aanname van het systeem, namelijk dat bewoners prettiger wonen als zij gesorteerd zijn, nauwelijks door de empirie wordt bevestigd. Van doorslaggevende betekenis voor woonwaardering is het type portiek waar iemand woont.

4.3. Bewoners enthousiast over leefstijltoewijzing

We legden de bewoners ook stellingen voor over de effecten van de leefstijltoewijzing. Zowel in Dordrecht als in Palenstein blijken bewoners een groot vertrouwen in het instrument te hebben. Meer dan 70% van de huurders denkt dat door leefstijltoewijzing burens beter bij elkaar zullen passen, er minder conflicten ontstaan tussen burens en de leefbaarheid van de buurt en het woongenot zullen toenemen. In Palenstein is ook gevraagd wat het effect is geweest op de leefbaarheid van de diverse (beheer)maatregelen. Bewoners oordelen het positiefst over de invloed van de renovatie, dat levert ook het meest direct zichtbare effect, vervolgens over de (handhaving van de) leefregels in de flat en zetten de leefstijltoewijzing op de derde plaats. Een minder anoniem woonruimteverdelingssysteem dat naar bewoners uitdraagt de matching serieus te nemen, geeft bewoners een gevoel van controle. Dat gevoel van controle kan de corporatie echter ook vergroten door het geven van informatie en de keuze bij de bewoner te laten.

5. HET EFFECT VAN LEEFSTIJLONDERZOEK IN GEBIEDS- EN PROJECTONTWIKKELING

Ook in de gebiedsontwikkeling, of het nu gaat om het ontwikkelen van complexen nieuwbouwwoningen of de transformatie van buurten, wordt de leefstijlbenadering vanaf de eeuwwisseling regelmatig gebruikt. In tegenstelling tot de woonruimteverdeling, waarin leefstijlonderzoek bepaalt welke woningen huurders kunnen kiezen en hen bij die keuze ook informeert over de sfeer tussen de mensen die daar wonen, wordt leefstijlsegmentatie in gebiedsontwikkeling ingezet als marketinginstrument. Hier dient het ter verkenning van de vraag en ter ondersteuning, toetsing en communicatie van het ontwerp. In ons onderzoek bekeken we zeventien gebiedsontwikkelingsprocessen waarbij leefstijlonderzoek is gebruikt: enkele marktverkenningen en veel nieuwbouwwontwikkelingen. De bestudeerde projecten werden verzameld op basis van deskresearch of aangedragen door de partijen die in het consortium participeerden (zie noot 1). Het merendeel van die nieuwbouwprojecten betreft herstructureringslocaties in minder populaire stadswijken.

In twaalf projecten werd gebruik gemaakt van de BSR leefstijlsegmentatie van SAC en in vijf projecten van het Mentality-model van Motivaction. Vervolgens hebben we in twee projecten middels een vragenlijst en interviews bij de bewoners onderzocht in hoeverre de leefstijlbenadering doorwerkte in hun koopproces en de uiteindelijke beleving van het project. Deze projecten zijn Le Medi in Rotterdam en Theresia's Rozen in Tilburg. Le Medi bestaat uit 93 koopwoningen gericht op huishoudens uit de rode en gele BSR-leefstijlgroep, Theresia's Rozen bestaat uit 61 koopwoningen en 61 sociale huurwoningen en is ontwikkeld voor 'ongebondenen', een leefstijl uit de voorloper van het huidige BSR model die op de rode leefstijl lijkt.

5.1. Van de stad tot de straat

Wat opvalt is dat de leefstijlbenadering zowel voor regionale woningmarktverkenningen als voor het ontwerpproces van concrete nieuwbouwlocaties wordt ingezet. In de woningmarktverkenningen (in ons onderzoek de stedelijke woonmilieukaart Utrecht en woonservicezones Leeuwarden) gebruiken leefstijl-consultancybureaus hun landelijke dataset om uit de huidige leefstijlverdeling van de stad de verwachte toekomstige woningvraag te extrapoleren. Het resultaat is een uitsplitsing van de stedelijke vraag naar leefstijl, met daarbij ook aangegeven waar in de stad de verschillende leefstijlgroepen willen wonen. Deze kennis kan dan meegenomen worden op het moment dat er woningbouwlocaties voorbereid worden, vergelijkbaar met het idee van 'De Grote Woontest' in de stadsregio Rotterdam (hierboven al genoemd).

Daarnaast zagen we leefstijlonderzoek vaak terug in het 'brandings'proces bij wijkvernieuwing. Voor de herstructureringslocaties in deze wijken wilde men over het algemeen (ook) een koopkrachtigere groep bewoners interesseren. Door in te spelen op de specifieke wensen van een preciezer bepaalde leefstijlgroep middenklasse kopers, zouden deze verleid kunnen worden zich te vestigen in een wijk die verder vooral uit goedkopere huurwoningen bestaat.

5.2. Leefstijlen in het ontwikkelproces van nieuwbouwprojecten

In de meeste nieuwbouwprojecten die we onderzochten werd leefstijlonderzoek gedaan in de fase waarin het Programma van Eisen (PVE) voor een bouwlocatie werd bepaald. Dit bestaat in de regel uit online vragenlijstonderzoek onder huishoudens die interesse hebben om op die locatie te gaan wonen. De vragenlijst bevat niet alleen vragen over demografische en sociaaleconomische achtergrondkenmerken van de respondent, maar ook vragen waarmee zijn of haar leefstijl kan worden afgeleid. Vervolgens wordt het ontwerp voor de locatie toegespitst op de woonvoorkeuren van de leefstijlgroep(en) die zich het meest geïnteresseerd heeft/hebben getoond in de locatie.

Meestal volgen daarna, gedurende het ontwerpproces van het nieuwbouwproject, nog 'klantenpanel'-onderzoeken. Dit kan opnieuw als een online survey worden uitgevoerd, maar meestal gaat het om focusgroep(en) met op leefstijl geselecteerde bewoners of woningzoekenden. In een groepsgesprek krijgen zij het voorlopige plan of ontwerpvarianten voorgelegd en vraagt men hun oordeel over verschillende 'harde' aspecten van het ontwerp, zoals grootte van de woning, aantal kamers, prijs,

indeling etc., maar ook over de ‘zachte’ elementen zoals de beoogde sfeer, omgang van bewoners onderling of de architectonische stijl. De reacties worden vervolgens teruggekoppeld naar de opdrachtgever, stedenbouwkundige en/of architect. Leefstijlonderzoek in gebiedsontwikkeling functioneert zo als feedbackloop tussen ontwerper en beoogde consument. Overigens is het ontwikkeltraject van nieuwbouwwoningen vaak zo lang dat deelnemers aan klantenpanels zelden de uiteindelijke kopers zullen zijn. Hun feedback komt ten goede van het product, voor weer andere consumenten met mogelijk dezelfde leefstijl.

Het kwam in onze cases ook voor dat een opdrachtgever een leefstijlprofiel kiest zonder dat dit volgt uit vragenlijstonderzoek onder de bestaande bewoners of geïnteresseerde doelgroep. Bijvoorbeeld wanneer de opdrachtgever en het leefstijladvisiebureau vinden dat een bepaalde leefstijlgroep past bij de locatie of bij de nichemarkt die zij willen bedienen.

5.3. Een ontwerpinspiratie, geen handleiding

Het is belangrijk te beseffen dat de keuze voor een leefstijlprofiel nog geen set omlijnende ontwerpaanbevelingen voor de stedenbouwkundige of architect inhoudt. Deze leefstijlsegmentatie deelt consumenten immers in op basis van hun behoefte aan contact en gerichtheid op andere mensen, niet op hun vormgevingsvoorkeuren. De adviezen gaan vooral over de behoefte aan privacy van het gekozen consumentensegment (waarop de ontwerper dan grootte van de ramen, zicht op gevel en tuin zou kunnen afstemmen) dan wel behoefte om haar of zijn buurtgenoten te ontmoeten (waarvoor ruimtelijke aanleidingen kunnen worden ontworpen zoals speel-, zitgelegenheid of verkeersluwe publieke buitenruimte). De stijl van de architectuur werd in onze cases dan ook niet ontleend aan het leefstijlprofiel an sich. (Dit in tegenstelling tot een ‘brand’ dat meestal wel ‘kernwaarden’ omvat die betrekking hebben op vormgeving en regelmatig onderligger is voor opvallende architectuur, bijvoorbeeld met een exotisch of historisch thema). Desalniettemin kan een dergelijk leefstijlbeeld een groot gevoel van betrokkenheid bij opdrachtgevers teweeg brengen, zo vertelt de corporatiemedewerker die de PVE fase van Theresia’s Rozen begeleidde:

“Wij werken al langer met gericht marktonderzoek en de positionering van gebieden. In de praktijk blijkt dat leuk om te doen. Mensen met bepaalde woonvoorkeuren zitten tijdens een klantenpanel namelijk ineens echt bij je aan tafel. Je ziet de verschillen. Bewoners met voorkeur A verschillen van bewoners met voorkeur B, zoals bezoekers van een hardrockcafé verschillen van bezoekers van een bruine kroeg. Ze zijn anders, ademen een andere sfeer. Cijfers krijgen zo een gezicht. Dat is enorm handig als je namens de corporatie met een architect aan tafel zit.” (De Graaf et al. 2012, p.43)

We merkten in onze interviews dat initiatiefnemers vaak het gevoel hadden dat het uiteindelijke ontwerp sterk was gekleurd door de leefstijlinspiratie, terwijl ontwerpers soms vertelden dat ze hier niet veel mee hadden gedaan. Zij zagen hun vakken-nis en eigen inspiratie als belangrijkste richtinggevers in het ontwerpproces. Initiatiefnemers gebruikten de kennis van leefstijlbureaus soms ook in de laatste fase van woningontwikkeling bij de verkoop van de woningen. Leefstijlbureaus adviseerden

dan welke toonzetting en referentiebeelden het best gebruikt konden worden in online of gedrukte woningbrochures. In de twee cases die wij meer uitgebreid onderzochten, werd leefstijlsegmentatie ingezet in de PVE fase (Theresia's Rozen) en daarnaast ook ter versterking van het 'brand', in ontwerper terugkoppeling via klantenpanels en bij de communicatie in de verkoopfase (Le Medi).

5.4. Tevreden bewoners, ongeacht hun leefstijl

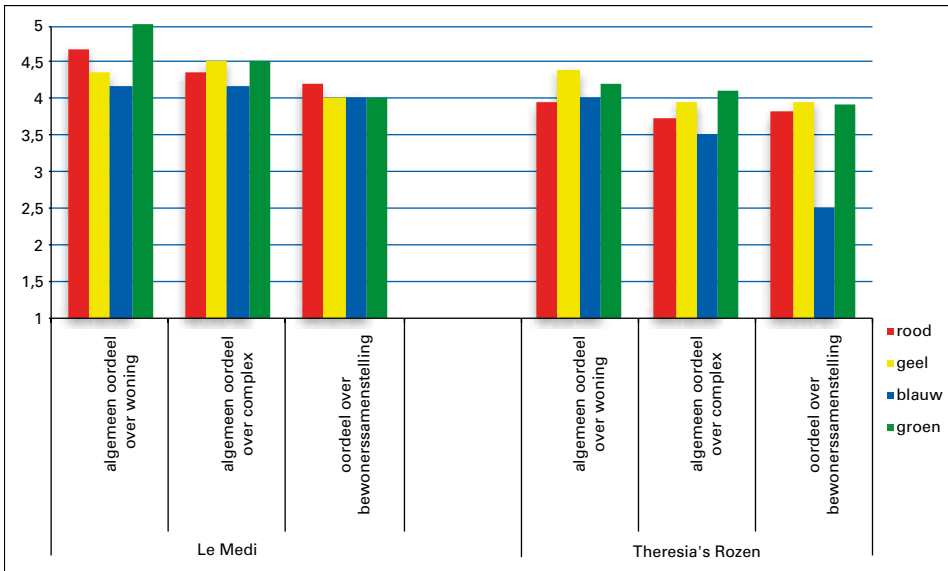
Zoals gezegd is leefstijlsegmentatie in gebiedsontwikkeling geen selectiemiddel maar een marketinginstrument: iedereen die het kan betalen (en in het geval van de sociale huurnieuwbouw: iedereen die aan de beurt is) mag er wonen, ongeacht zijn of haar leefstijl. In de praktijk zien we dan ook in beide onderzochte complexen dat de bewonersgroep behoorlijk gemengd is naar leefstijl.

Omdat onze vragenlijst ook de BSR leefstijl-testvragen bevatte, konden we de leefstijl van de uiteindelijke bewoners vaststellen. In Le Medi en Theresias Rozen vulden circa 40% van de huishoudens onze vragenlijsten in. 67% van de respondenten in Le Medi heeft een van de twee beoogde leefstijlen (48% een rode en 19% een gele leefstijl). 13% van de respondenten hoorde tot de groene en 19% tot de blauwe leefstijl. Dit staat in contrast met de inschatting die de ontwikkelaar maakte van de mensen die een woning gekocht hebben: hun gevoel was dat zij allemaal rood of geel waren op één blauw huishouden na. In Theresia's Rozen heeft slechts 32% van de respondenten de beoogde rode leefstijl.

We hebben verder onderzocht of de gevolgde leefstijlbenadering doorwerkt in de waardering en beleving van consumenten. Bewoners gaven hun waardering over hun woning en over het complex in het geheel. Dat is te zien in figuur 4. De waardering van de bewoners van Le Medi was iets hoger dan die van Theresia's Rozen, maar in beide gevallen zijn er nauwelijks noemenswaardige verschillen te constateren tussen bewoners met een verschillende leefstijl. Opmerkelijk is dat in Theresia's Rozen de architectonische stijl het meest in de smaak valt bij de 'groene' respondenten, terwijl het voor de rode leefstijlgroep bedoeld is. Niet-leefstijlgebonden kenmerken als prijs-kwaliteitverhouding en ligging van de woning in de stad zijn in beide projecten het meest bepalend.

5.5. Voorkeur voor wonen onder gelijkgestemden?

In beide projecten wilden de initiatiefnemers een complex realiseren dat vooral mensen met een specifieke leefstijl zou trekken, en het idee was dat deze mensen het zouden waarderen in een buurtje te wonen met gelijkgestemden. In onze vragenlijst hebben we daarom gevraagd of zij bij hun koop- of huurbeslissing werden aangetrokken door 'de (geschetste) sfeer tussen bewoners' of door 'de mogelijkheid om te wonen tussen gelijkgestemden'. Dat was echter nauwelijks het geval, voor 'rode' respondenten evenmin als voor de respondenten met een andere leefstijl. Bewoners van Le Medi met verschillende leefstijlen zijn bovendien ook praktisch even tevreden over hun buurtgenoten nu zij er wonen, zoals te zien is in figuur 4.



1 = zeer negatief, 2 = negatief, 3= neutraal, 4 = positief, 5 = zeer positief

Figuur 4. Algemeen oordeel over woning, complex en bewonerssamenstelling in Le Medi en Theresia's Rozen, naar leefstijl van de respondent.

Het is mogelijk dat de behoefte aan wonen onder gelijkgestemden in deze cases niet naar voren komt omdat beide voornamelijk zijn bedacht voor ‘rode’ bewoners, die volgens SAC het juist op prijs stellen om niet alleen met gelijkgestemden te wonen. Inderdaad werd ‘de naar verwachting multiculturele groep bewoners van Le Medi’ door het merendeel van de ‘rode’ respondenten als een van hun koopredenen herkend, maar dit gold ook voor een derde deel van de blauwe en gele respondenten. Le Medi’s respondenten delen, ongeacht hun leefstijl, een voorkeur voor een gemengde bewonersgroep wat betreft etniciteit, culturele achtergrond, opleidingsniveau en –in iets minder sterke mate- levensfase en inkomensniveau. Tegelijkertijd zijn bijna alle bewoners positief gestemd over het feit dat Le Medi alleen uit koopwoningen bestaat. Huishoudens met lage inkomens worden dus niet gemist. Alles bij elkaar is leefstijl in Le Medi geen sterke voorspeller van stijlvoorkeuren, of een voorkeur voor wonen onder gelijkgestemden, en wordt diversiteit meer gewaardeerd dan gelijkgestemdheid of gelijkvormigheid tussen huishoudens.

Ook in Theresia’s Rozen zijn de leefstijlgroepen in gelijke mate gesteld op een naar leefstijl, etniciteit, levensfase en culturele achtergrond gemengde bewonersgroep. Die voorkeur voor menging is wel wat minder uitgesproken dan onder de bewoners van Le Medi, het complex dat ook gemarket is als woonomgeving voor de stedeling die van diversiteit houdt. Wel vinden de ‘blauwe’ respondenten van Theresia’s Rozen (die hier gemiddeld de hoogste inkomens hebben) dat de bewoners veel meer gemengd zijn naar inkomen en opleidingsniveau dan zij zouden wensen. Zij zijn bovendien gemiddeld negatief over de samenstelling van de bewonersgroep en over het feit dat het complex uit koop- én huurwoningen bestaat. Deze verschillen komen echter ook naar voren als niet naar leefstijl maar naar inkomen van de respondenten

gekeken wordt: Theresia's Rozen-respondenten met een hoger inkomen vinden vaker dan respondenten met een lager inkomen dat er te veel menging naar inkomen en opleiding in het complex is. En terwijl huurders 'positief' oordelen over het feit dat het complex zowel huur- als koopwoningen heeft, oordelen kopers hierover gemiddeld slechts 'neutraal'. Meerdere kopers verduidelijkten dit tijdens de interviews: zij waren niet enthousiast over het feit dat sommige huurders regelmatig op straat zitten en soms barbecueën. Net als in Le Medi, zouden veel kopers het daarom waarschijnlijk niet erg vinden als hun complex alleen uit koopwoningen bestond.

5.6. Leefstijl heeft weinig voorspellende waarde

Onze cases laten alles bij elkaar niet heel veel voorspellende waarde van leefstijl zien op woningwaardering en stijlvoorkeuren. Ook voorkeuren voor de samenstelling van de bewonersgroep zijn niet makkelijk uit leefstijl af te leiden, behalve als het om sociaaleconomische homogeniteit gaat. Blauwe respondenten, hier sterk samenhangend met een hoger inkomen, hebben er de meeste problemen mee als er meer mensen met lage inkomens in de buurt wonen dan zij zouden wensen, zoals onze case Theresia's Rozen laat zien. Beide cases laten vooral zien dat deze kopers graag tussen kopers wonen, misschien meer vanwege de perceptie dat er dan minder overlast zal zijn in de buitenruimte, dan vanwege een behoefte aan gelijkgestemdheid

6. LEEFSTIJLONDERZOEK HEEFT TERREIN VERLOREN DOOR STRUCTURELE WIJZIGINGEN IN HET WOONDOMEIN EN BEPERKTE MEERWAARDE

Van de sterke groei die leefstijlonderzoek gedurende het eerste decennium van deze eeuw in het woondomein liet zien, is inmiddels geen sprake meer. Er zijn nog steeds woningcorporaties, gemeenten en ontwikkelaars die het gebruiken bij gebiedsontwikkeling, wijkanalyses en in de woonruimteverdeling. Zonder dat we dat anno 2016 opnieuw uitvoerig onderzocht hebben, kunnen we echter wel stellen dat het leefstijlonderzoek op die gebieden terrein heeft verloren. Daar zijn verschillende oorzaken voor te noemen.

Ten eerste is er, zoals is gebleken uit ons onderzoek, maar een beperkte meerwaarde van de leefstijltoepassing geweest. Het aansturen op scheiding van de verschillende leefstijlen in de woonruimteverdeling heeft niet geleid tot een duidelijk hogere woonwaardering, ondanks dat sommige verschillen in woonoriëntaties wel samenhang vertoonden met de BSR-leefstijl. Bewoners waardeerden de toepassing wel, maar de roep om enige mate van controle speelde daarin naar onze mening de hoofdrol. Daaraan kunnen corporaties ook invulling geven door meer te investeren in contact met de bewoners. Bij de gebiedsontwikkeling heeft toepassing van leefstijlonderzoek, vaak in combinatie met 'branding', wel bijgedragen aan het ontwikkelen van projecten die algemeen gewaardeerd werden, maar niet per se hoger gewaardeerd werden door de beoogde leefstijlgroep. Andere argumenten, 'value for money' en ligging in de stad, speelden voor de meeste bewoners een belangrijker rol.

Een tweede belangrijke factor voor het terreinverlies zijn de grote veranderingen die hebben plaatsgevonden binnen het woondomein. De economische en vastgoedcrisis

die in Nederland echt effect kreeg vanaf 2009, heeft geleid tot een enorme afname van de woningproductie en een grote prijsdaling. De later doorgevoerde strengere hypotheekvoorwaarden hebben de vraag naar koopwoningen verder doen slinken. Pas sinds kort is er weer herstel. Ontwikkelaars hebben langdurig een pas op de plaats gemaakt en concentreerden zich op kleinere projecten met een gunstige prijs-kwaliteitsverhouding: veel m² voor een lage prijs. Daarbij zijn de woningcorporaties als ontwikkelaars van koopwoningen grotendeels van het toneel verdwenen. De parlementaire enquête Woningcorporaties, naar aanleiding van diverse schandalen in de sector, en de nieuwe Woningwet, hebben geleid tot een sterke focus van de corporaties op het huisvesten van de primaire doelgroep. Daarnaast heeft de opgave om de uitgaven aan huurtoeslag in te perken, geleid tot veel striktere regels in de woonruimteverdeling. Bovendien dienen de corporaties sinds enige jaren bij te dragen aan de overheidsfinanciën via de jaarlijkse verhuurderheffing van nu rond de 1,7 miljard euro per jaar. Al die wijzigingen bij elkaar hebben er voor gezorgd dat veel corporaties sterk hebben bezuinigd op de bedrijfslasten. Reorganisaties hebben geleid tot inkrimping van beleids- en projectontwikkelingsafdelingen en budgetten voor experimenten en (leefstijl)onderzoek. Vestia, een van de pleitbezorgers van het toepassen van leefstijlonderzoek, kan zich door de derivatenaffaire weinig meer veroorloven. Kortom, door de structurele veranderingen binnen het woondomein wordt leefstijlsegmentatie minder toegepast en zeker niet verder uitgebouwd.

Een derde reden sluit aan bij beide voorgaande factoren. De meerwaarde van leefstijlen en leefstijlonderzoek is altijd al onderhevig geweest aan debat. Er zijn altijd sceptici geweest. Die twijfel is door de onderzoeksresultaten over de effecten van het leefstijlonderzoek niet afgenomen. Tegenover de sceptici is er in het woondomein gedurende een lange periode een stevige groep 'believers' geweest. Met alle reorganisaties in de corporatiesector zijn deze 'believers' voor een deel op andere plekken, soms bij andere organisaties, terechtgekomen. Het draagvlak voor leefstijlprojecten onder professionals in het woondomein is zeker nog aanwezig bij een deel van de gebieds- en projectontwikkelaars, maar over het geheel genomen is het niet gegroeid, misschien eerder afgekalfd. In de stadsregio Rotterdam, waar in 2004, 2008 en 2012 grootscheepse woonconsumentenonderzoeken plaatsvonden waarin leefstijl een belangrijke rol speelde ('De Grote Woontest'), bleek niet genoeg draagvlak aanwezig om het in 2016 te herhalen.

Is daarmee het einde van het leefstijlonderzoek in het woondomein in zicht? Dat zeker niet. De heterogenisering van bewoners gaat zeker voort en dat resulteert mogelijk in verder uiteenlopende woonvoorkeuren en woongedragingen van bewoners. Er blijft dus vraag bestaan naar duiding van de bewoners die verder gaat dan gegevens over inkomen, huishoudensamenstelling en levensfase, liefst in een vorm die makkelijk te communiceren is, een criterium waaraan leefstijlsegmentatie wel voldoet. Het is echter te verwachten dat voor de sociale huursector de kerntaak duidelijker voorop zal staan: het aanbieden van goede huurwoningen voor de lagere inkomens. De kwaliteit en het beheer van de woning zal bepalender zijn voor de waardering dan segmentatie op basis van leefstijl. Bij de nieuwbouwontwikkeling zal behoefte blijven aan geprofileerde projecten die, met raadpleging en betrokkenheid van aspirant-huurders en kopers, zich kunnen onderscheiden van andere projecten. Maar ook daar staat de prijs-kwaliteitverhouding vooralsnog centraal.

NOTEN

- 1 Het onderzoeksconsortium bestond naast Nicis-Institute en OTB uit Platform Corpovenista (een samenwerkingsverband van woningcorporaties De Alliantie, Eigen Haard, Haag Wonen, Lefier, Parteon, Portaal, PWS, Rentree, Stadgenoot, Woonbedrijf, WonenBreborg, Woonbron, Woonstad Rotterdam en Ymere), woningcorporatie Vestia, de gemeenten Den Haag, Leeuwarden, Maastricht en Rotterdam en bouwer en ontwikkelaar ERA-Contour
- 2 Het advertentiemodel (ook wel genoemd aanbodmodel of het Delftse model) is sinds de jaren negentig vrijwel in geheel Nederland gangbaar. Woningzoekenden kunnen daarbij zelf een keuze maken uit het totale aanbod aan leegkomende sociale huurwoningen (zie voor een overzicht over de ontwikkelingen in de woonruimteverdeling: Ouwehand 2014),
- 3 Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van een groot aantal samenwerkende woningcorporaties, gemeenten, projectontwikkelaars, beleggers en de Stadsregio Rotterdam. Het is een grootschalig woonbelevingsonderzoek waarin standaardvragen zijn gesteld over woonsatisfactie en woonwensen, naast vragen op basis waarvan de leefstijl bepaald kon worden.
- 4 Het is voor eenieder mogelijk om die vragenlijst, waarbij deelnemers zichzelf typeren op basis van karakterkenmerken, gezin/huishouden, beroep, vrijetijdsbesteding en als laatste waarden, zelf in te vullen. Zie daarvoor de website van SAMR, waarin SAC enige jaren geleden is opgegaan: <https://smartweb3.smartagent.nl/ennis/surveys/bsrwebsite/>
- 5 Zie voor de uitvoerige beschrijving en vergelijkende analyse van de modellen: Ouwehand et al. 2011
- 6 Volgens SAC is de leefstijlbepaling op basis van hun methode voor 70% van de totale populatie stabiel. Dit aandeel is gebaseerd op hun eigen onderzoek onder respondenten die de uitgebreide vragenlijst hebben ingevuld. Wij hebben in de meeste praktijktoepassingen en in dit onderzoek echter te maken met de verkorte vragenlijst, op basis waarvan de stabiliteit hoogstwaarschijnlijk lager is (als zodanig ook onderkend door SAC)
- 7 De matching op leefstijl is in het POL-model niet geheel dichtgetimmerd: er zijn combinaties die noch in het rijtje 'voorkeur' noch in de reeks 'geen voorkeur' voorkomen en dus neutrale combinaties zijn (zie figuur X). Dit resulteert in een fijnmazig patroon van botsende, passende en neutrale leefstijlcombinaties

LITERATUUR

- Anderiesen, G. & Reijndorp, A. (1989) *Gescheiden werelden: Sociale segmentering in 19e-eeuwse wijken*; Stedelijke netwerken, Werkstukken 17, Amsterdam (Centrum voor Grootstedelijke Onderzoek Universiteit van Amsterdam)
- Anderiesen, G. & A. Reijndorp (1990) *Eigenlijk een geniale wijk, dagelijks leven in de Indische buurt*, Amsterdam (Uitgeverij het Spinhuis)
- Bosch, E., B. Sleutjes & A. Ouweland (2012) *Stijl van leven, stijl van bouwen. 'Branding' en leefstijlen in gebiedsontwikkeling*. Den Haag/Delft: Platform Corpovenista
- Bourdieu, P. & L.J.D. Wacquant (1992) *Argumenten; voor een reflexieve maatschappijwetenschap*. Amsterdam: Sua.
- Doff, W. & A. Ouweland (2012) 'Soort bij soort'. *Leefstijlen in woonruimteverdeling en beheer*. Den Haag/Delft: Platform Corpovenista
- Ganzeboom, H. *Leefstijlen in Nederland; een verkennende studie*. Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau
- Graaf, K. de, M. Mijer en L. de Vos (2012) Leefstijlbenadering en branding. Het gebied is een product. In: K. de Graaf, G. Haest, K. Koning & A. Ouweland (red.) *Wijken en wegen*. Amsterdam: IOS Press, p. 41-44
- Heijs, W., M. Carton, J. Smeets & A. van Gemert (2005) *Labyrint van leefstijlen*. Cahier Architectuur Stedebouw Eindhoven 07, Eindhoven: Technische Universiteit Eindhoven
- Heijs, W., M. Carton, J. Smeets & A. van Gemert (2009) The labyrinth of life-styles. *Journal of Housing and the Built Environment* 24 (3) pp. 347-356
- Kullberg, J. (1993) *Woonstijlen en de toewijzing van woningen*. Rotterdam: SEV
- Ministerie van VROM (1997) *Woonverkenningen 2030*. Den Haag: Ministerie van VROM
- Nio, I. (2010) Van homogene woonvlekken tot geelgroene flats. De fragiele relatie tussen leefstijlen en woonmilieus. In: A. Reijndorp & L. Reinders (2010) *De alledaagse en de geplande stad, over identiteit, plek en thuis*. Amsterdam: SUN Trancity
- Ouweland, A. (2014) Woonruimteverdeling tussen Scylla en Charibdis. *Tijdschrift voor de Volkshuisvesting*, 20 (6) p. 22-27
- Ouweland, A., W. Doff & C. Adriaanse (2011) *Voorkeur voor een leefstijl? Een onderzoek naar leefstijlmethodeken in het woondomein*. Delft/Hilversum: Platform Corpovenista
- Parqui, J. (1956) Uit de praktijk van het sociale beheer in Zuidwijk. *Tijdschrift voor volkshuisvesting en stedenbouw* 37 (10) p. 172-174
- Reijndorp, A., V. Kompier & L. de Haas (red.) (1997) *Leefstijlen, wonen in de 21ste eeuw*, Rotterdam: NAI uitgevers
- Vreeze, N. de, (1993) *Woningbouw, inspiratie & ambities: Kwalitatieve grondslagen van de sociale woningbouw in Nederland*. Almere: Nationale Woningraad
- Wijs-Mullekens, E. de (1999) *Wonen op stand, lifestyles en landschappen van de culturele en economische elite*, Amsterdam: Het Spinhuis
- Wolters, M., D. Reitsma, A. Lamme, B. Hop & E.J. Reitsma (2007) *HBDI vs. BSR: Een kritische vergelijking van twee segmentatiemodellen*. Leusden: The SmartAgent Company
- Wouden, R. van der & J. Kullberg (2002) Stijloefeningen, leefstijlen in onderzoek en praktijk. *S&RO* 83 (6), p. 10-21