



Delft University of Technology

De markt en marktonderzoek

De afstemming tussen vraag en aanbod

den Heijer, A.C.

Publication date
2020

Document Version
Final published version

Published in
Inzicht

Citation (APA)

den Heijer, A. C. (2020). De markt en marktonderzoek: De afstemming tussen vraag en aanbod. In M. Hoekstra, L. Lousberg, R. Rooij, W. Wilms Floet, & S. Zijlstra (Eds.), *Inzicht: Academische vaardigheden voor bouwkundigen 2020-2021_Q1* (pp. 249-259). Delft University of Technology.

Important note

To cite this publication, please use the final published version (if applicable).
Please check the document version above.

Copyright

Other than for strictly personal use, it is not permitted to download, forward or distribute the text or part of it, without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), unless the work is under an open content license such as Creative Commons.

Takedown policy

Please contact us and provide details if you believe this document breaches copyrights.
We will remove access to the work immediately and investigate your claim.

INZICHT - ACADEMISCHE VAARDIGHEDEN VOOR BOUWKUNDIGEN

DE REDACTIE, MAARTENJAN HOEKSTRA, LOUIS LOUSBERG,
REMON ROOIJ, WILLEMIJN WILMS FLOET, EN SAKE ZIJLSTRA

Technische Universiteit Delft, Faculteit Bouwkunde

Delft



Inzicht - Academische vaardigheden voor bouwkundigen by De redactie, MaartenJan Hoekstra, Louis Lousberg, Remon Rooij, Willemijn Wilms Floet, en Sake Zijlstra is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/), except where otherwise noted.

The above copyright license which TU Delft Open uses for their original content does not extend to or include any special permissions which were granted to us by the rights holders for our use of their content.

Omslag ontwerp: Willemijn Wilms Floet. Foto's en beeld bewerking: Willemijn Wilms Floet. Bronnen: de gevel van de Opera te Parijs uit: Mead, C.C., 1991. Charles Garnier's Paris opéra; architectural empathy and the renaissance of French classicism, Cambridge, Mass: MIT Press. Het fragment stadsplattegrond Parijs uit: Google Aerodata International Surveys 2013.



Technische Universiteit Delft, Faculteit Bouwkunde

Dit boek is mede mogelijk gemaakt door de ondersteuning van het 4TU Centre for Engineering Education: <https://www.4tu.nl/cee/en/>.

**4TU. CENTRE FOR
ENGINEERING EDUCATION**

Voor vragen over, of reacties op het boek, gelieve een bericht te sturen naar Sake Zijlstra: s.zijlstra@tudelft.nl.

HOOFDSTUK 15.2: DE MARKT EN MARKTONDERZOEK – DE AFSTEMMING TUSSEN VRAAG EN AANBOD

ALEXANDRA DEN HEIJER

INTRODUCTIE

“Bouwen is geen doel op zich, maar een middel om in de behoefte te voorzien”. Deze uitspraak staat centraal in het vakgebied “vastgoedmanagement” of – nog breder – bij het managen van de gebouwde omgeving in het algemeen (Den Heijer and Van der Voordt, 2012). Doel is het voorzien in de ruimtebehoefte oftewel de ruimtevraag met een passend ruimteaanbod. Om dit goed te kunnen doen is onderzoek nodig naar zowel de vraag als het aanbod van ruimte, met andere woorden: onderzoek naar de vastgoedmarkt.

Dit hoofdstuk gaat over dit zogenoemde marktonderzoek. Markt is een begrip uit de economie, waarbij termen als vraag en aanbod, schaarste en verdeling, en prijsvorming van zowel producten als diensten centraal staan. In de bouweconomie gaat het om vraag- en aanbodverhoudingen en prijsvorming in de vastgoedmarkt. Dit wordt vaak ten onrechte (uitsluitend) geassocieerd met commercieel vastgoed, zoals kantoren en winkels. De vastgoedmarkt betreft ook publiek vastgoed, in eigendom van publieke partijen en/of in gebruik voor publieke functies of voor publieke doelen (Den Heijer, 2020). Marktonderzoek kan dus net zo goed sociale woningbouw betreffen of de behoefte aan nieuwe zorgvoorzieningen of

scholen. In het vakgebied vastgoedmanagement wordt daarom vaker gerefereerd aan het onderliggende doel van marktonderzoek: de afstemming tussen vraag en aanbod van ruimte, nu en in de toekomst.

Elke ingreep in de gebouwde omgeving heeft invloed op de aanbodzijde van de markt, of het nu sloop is, transformatie naar een andere functie, of nieuwbouw. Een ingreep start vaak met een (veranderde) behoefte vanuit de vraagkant van de markt of met een gebouw dat niet meer voldoet aan die vraag. Bij elke opgave is marktonderzoek nodig – in welke vorm dan ook – om te specificeren wat nodig is (vraagzijde) en wat er tegen welke prijs en met welke kwaliteiten beschikbaar is, of kan worden gemaakt (aanbodzijde).

Dit hoofdstuk geeft achtereenvolgens 1) een aantal voorbeelden van marktonderzoek, 2) onderzoek van de vraagzijde oftewel het programma van eisen, 3) onderzoek van de aanbodzijde oftewel de bestaande voorraad, 4) methoden om tot afstemming van vraag en aanbod te komen. Het sluit af met een reflectie op dit continue afstemmingsproces.

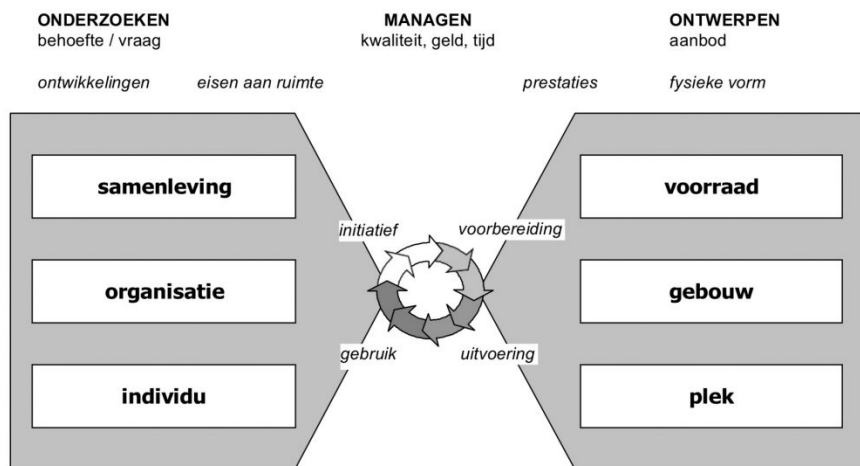
VOORBEELDEN VAN MARKTONDERZOEK

In de gebouwde omgeving spreekt het marktonderzoek bij het zoeken van een woning het meest tot de verbeelding: de meesten hebben er in een bepaald stadium van hun leven wel ervaring mee. Ook bij dit type marktonderzoek wordt – bewust of onbewust – zowel de vraagzijde als aanbodzijde gespecificeerd: wat is mijn behoefte (aantal kamers, woningvoorzieningen, locatie-eisen, maximaal budget), en wat is er waar beschikbaar, hoe groot, met welke kwaliteiten en tegen welke prijs? Wat opvalt bij deze eenvoudige vragen is dat de behoefte (de vraag) in dezelfde variabelen wordt uitgedrukt als het aanbod: locatie, kwantiteit (oppervlak in m²), kwaliteit en kosten. Hiermee kunnen vraag en aanbod worden “gematcht”: er kan worden gezocht naar een huisvestingsoplossing die zo goed mogelijk voldoet aan de behoefte. Als er geen “match” is, dan zal de vrager doorgaans zijn behoefte aanpassen of wachten totdat er wel een passende woning is. Als de woningmarkt krap is – meer vraag dan aanbod – dan zal de vrager eerder concessies doen aan zijn eisen, door het budget te vergroten of enkele eisen af te zwakken.

Het voorgaande marktonderzoek betrof een individu op zoek naar een plek (om te wonen). Dit onderzoek is weliswaar relatief eenvoudig, maar

heeft dezelfde elementen als grootschaliger marktonderzoek. Voorbeelden daarvan zijn de behoefte van een ziekenhuis aan extra ruimte of de behoefte van een samenleving aan extra woningbouwlocaties.

Bij elke (veranderende) behoefte vanuit de samenleving, organisaties en individuen aan ruimte is er marktonderzoek nodig naar de precieze behoefte aan de vraagzijde en naar de beschikbare voorraad, gebouwen en plekken aan de aanbodzijde. Figuur 15.2.1 geeft weer dat de continue afstemming van vraag en aanbod in de gebouwde omgeving – de vastgoedmarkt – onderzoek, ontwerp en management vraagt, op diverse schaalniveaus.



Figuur 15.21: het cyclische afstemmingsproces tussen vraag en aanbod – op verschillende schaalniveaus – vereist onderzoek, ontwerp en management (bron: TU Delft, 2019)

ONDERZOEK NAAR DE VRAAGZIJDE: HET PROGRAMMA VAN EISEN

Bij het zoeken naar een woning is de vraagzijde overzichtelijker dan bij het beslissen over een renovatie en uitbreiding van een museum. Toch is de structuur vergelijkbaar: gevraagd wordt de behoefte te specificeren in een programma van eisen (Van Meel & Størdal, 2017; TU Delft, 2019), waarin het gevraagde oppervlak gespecificeerd wordt in soorten m² en kwaliteiten. Daarbij zal de vrager zich vaak oriënteren door referenties van gelijksoortige vragen te verzamelen. Als de vrager dit niet doet, loopt hij het risico dat hij eisen stelt die in de markt niet kunnen worden vervuld.

Bij het zoeken van een woning overziet de vrager eisen en budget doorgaans zelf. Als eisen en budget worden bepaald door verschillende partijen binnen een organisatie, dan kan het specificeren van de vraag een langdurig proces zijn. Dit wordt geïllustreerd in figuur 15.2.2.



Marktonderzoek is van belang om een realistisch beeld te krijgen van de specificaties (kwantiteit, kwaliteit en kosten) van mogelijke oplossingen. In de gebouwde omgeving komt het vanzelfsprekend ook voor dat er bepaalde typen vragen zo uniek zijn dat er geen betrouwbare referenties zijn.

252

kunnen overzien. De perspectieven en kleuren van het model in figuur 15.2.3 zijn dezelfde als die van de illustratie in figuur 15.2.2. Elk van deze perspectieven op het management van de gebouwde omgeving vertegenwoordigt waarden en (ontwerp)eisen, zoals functionaliteit, duurzaamheid en betaalbaarheid (Den Heijer 2020), die vaak op gespannen voet met elkaar staan, zoals geïllustreerd in figuur 15.2.2.



Figuur 15.2.3: bij elk (ontwerp)project moet een balans worden gevonden tussen vier perspectieven op het managen van de gebouwde omgeving, die elk waarden en (ontwerp)eisen vertegenwoordigen (bron: Den Heijer 2020).

Omdat bij elk (ontwerp)project een balans moet worden gevonden tussen vier perspectieven, is het van belang marktonderzoek te doen naar de verbanden hiertussen. Verschillende onderzoeken hebben hiervoor methoden en tools aangeleverd (Arkesteijn, 2019; Den Heijer, 2020) om in complexe huisvestingsprojecten ontwerp- en managementbeslissingen te ondersteunen. Daarbij wordt onderzoek naar de vraagzijde gecombineerd met onderzoek naar de aanbodzijde.

ONDERZOEK VAN DE AANBODZIJDE: DE BESTAANDE VOORRAAD

De bestaande voorraad omvat vele typen vastgoed en kan worden onderverdeeld naar functies, zoals wonen, werken, leren, zorgen, recreëren (inclusief winkelen) en logistiek. Dit zijn vastgoedsectoren waarvan de markt onderzocht kan worden. De aanbodzijde wordt

uitgedrukt in omvang (in m² of verhuurbare eenheden) en specificeert in kwaliteiten, zoals locatie en energieprestatie. Ook prijs per m², bouwjaar en technische staat worden vaak gespecificeerd.

Bij het zoeken van een woning omvat het marktonderzoek naar de aanbodzijde het zoeken van voorbeelden van bestaande woningen, die (op een aantal zoekcriteria) aan de eisen voldoen. Bijvoorbeeld alle woningen die binnen het budget passen of juist alle woningen op gevraagde locatie met de gevraagde omvang en kwaliteit. Beide verzamelingen komen niet noodzakelijk overeen. Dat geldt ook bij complexere ruimtevragen: er wordt een database gevuld met projecten die – min of meer – aan de zoekcriteria voldoen.

Marktonderzoek naar de aanbodzijde kan dus leiden tot een database met relevante projectspecificaties (locatie, kwaliteit en prijs) en zo mogelijk hun invloed op gestelde doelen, de kosten, de tevredenheid van de gebruikers en de (ecologische) “footprint” (conform de perspectieven in figuur 15.2.3). Dit heeft als doel om de besluitvorming over een huisvestingsproject te verbeteren en versnellen.



Figuur 15.2.4: databases met specificaties van recente (bouw)projecten ondersteunen beslissers bij hun afwegingen tussen vraag en aanbod, bijvoorbeeld een database van universiteitsgebouwen en andere campusprojecten (bron: Den Heijer, 2020).

In de vastgoedmarkt worden diverse databases gebruikt om beslissers periodiek te informeren over het aanbod. Voorbeelden zijn de periodieke

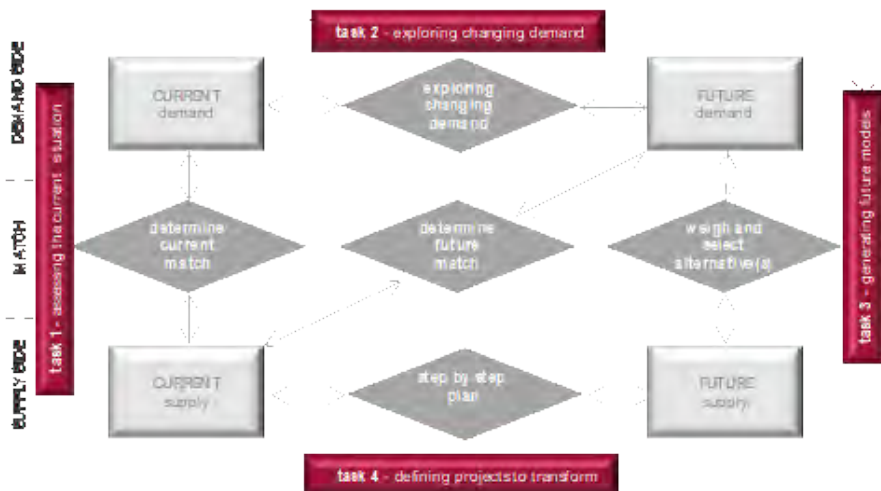
rapportages over de woningmarkt, overzichten van actuele huurprijzen van winkels op diverse locaties en tabellen met bouwkosten van diverse typen gebouwen. Binnen publieke en private organisaties die veel gebouwen beheren wordt ook marktonderzoek gedaan naar hun specifieke vastgoedvoorraad, variërend van universiteitsgebouwen tot bankkantoren. Databases worden gevuld met ervaringen vanuit praktijk en wetenschap. Ook onderzoekers van de Faculteit Bouwkunde dragen hieraan bij, zoals Peter Boelhouwer aan de woningmarkt (een voorbeeld in het tekstkader hieronder) en Alexandra den Heijer en haar Campus Research Team aan de universiteiten (zie figuur 15.2.4).

METHODEN VOOR AFSTEMMING VAN VRAAG EN AANBOD

Beslissers over de gebouwde omgeving zullen naast een onderzoek van de huidige behoefte en het beschikbare aanbod ook een inschatting willen doen van de toekomstige situatie. Dit om te voorkomen dat na het vinden van de juiste huisvestingsoplossing – wat tijd kost – de behoefte alweer is veranderd en wellicht ook het beschikbare aanbod.

Vastgoedmanagement wordt dan ook gedefinieerd als het afstemmen van vraag en aanbod in tijd, nu en in de toekomst. Figuur 15.2.5 geeft dit schematisch weer en koppelt hieraan vier stappen – “tasks” – voor het (markt)onderzoek:

- stap 1: in kaart brengen huidige aanbod (stap 1a) en vraag (stap 1b)
- stap 2: verkennen veranderende vraag, zo mogelijk in scenario's
- stap 3: ontwerpen mogelijke en wenselijke toekomstoplossingen
- stap 4: definiëren van een stappenplan om de voorkeursoplossing te realiseren (de strategieën)



figuur 15.2.5: vastgoedmanagement omvat het afstemmen van vraag en aanbod in de tijd (De Jonge et al., 2008) – het marktonderzoek zal naast de huidige situatie ook de toekomstige situatie moeten ingeschat, hier weergegeven in 4 stappen ("tasks").

Huurprijzen flink gestegen in corona crisis

De woninghuren lagen afgelopen juli gemiddeld 2,9 procent hoger dan een jaar eerder. De huren van sociale huurwoningen die niet in handen waren van een woningcorporatie stegen het meest, met 3,4 procent. Daarna volgden de vrijesectorwoningen met 3 procent. Bewoners van sociale huurwoningen van woningcorporaties moesten gemiddeld 2,7 procent meer betalen. Maar het verschil met vorig jaar was wel het grootst. Toen gingen hun huren nog met 2 procent omhoog.

De huurverhogingen zijn rechtstreeks terug te voeren op de inflatie, zegt Peter Boelhouwer, hoogleraar woningmarkt aan de TU Delft. 'Zij moeten inflatievolgend huurbeleid toepassen en die was vorig jaar 2,7 procent. Dan heb je ook nog woningen die leeg komen, waarvan ze zelf de huur mogen bepalen. De totale huursom mag maximaal met 2,6

procent stijgen, maar voor de hoge inkomensgroepen mogen ze tot 6,5 procent vragen. En ze komen al 30 miljard euro tekort om voor 120 miljard euro te investeren.'

De huurverhogingen van de corporaties zitten nét iets boven de inflatie. Hun opgaven zijn dan ook gigantisch, zegt Boelhouwer. 'Ze moeten als motor van de verduurzaming gaan dienen en ze moeten de woningbouwproductie meer dan verdubbelen.' Opmerkelijk genoeg heeft 18 procent van de commerciële verhuurders de huur niet verhoogd 'Dat is wel heel bijzonder. Je hoort altijd dat commerciële verhuurders het maximale eruit halen, dat hebben ze duidelijk niet gedaan.

bron: www.bnr.nl/nieuws/bouw-woningmarkt/10420230/huurprijzen-fliink-gestegen-in-coronacrisis, maandag 7 september 2020

REFLECTIE

Idealiter omvat het (markt)onderzoek zowel de huidige als de toekomstige situatie. De onzekerheden in de ontwikkelingen van de vraagzijde (de behoeften van de samenleving, organisaties en individuen) en de aanbodzijde (de beschikbare voorraad gebouwen) maken dit niet eenvoudig. Bij vele projecten is ook het aantal partijen toegenomen dat eisen stelt aan te kiezen oplossing of het ontwerp. Strengere gezondheids- en veiligheidseisen en ook aangescherpte duurzaamheidseisen zijn slechts enkele voorbeelden die het vinden van een huisvestingsoplossing niet makkelijker maken. De complexiteit van de markt ondervindt eenieder ook bij het zoeken van een passende woning. Gezamenlijk staan onderzoekers, ontwerpers en andere beslissers over de gebouwde omgeving voor de uitdaging om vraag en aanbod zo goed mogelijk op elkaar af te stemmen, nu en in de toekomst.

Campus NL, een marktonderzoek

In 2016 heeft TU Delft's Campus Research Team aan de Faculteit Bouwkunde, bij de afdeling Management in the Built Environment (MBE), onderzoek gedaan naar vraag en aanbod van universiteitsgebouwen in Nederland, nu en in de toekomst. Dit marktonderzoek volgde de vier onderzoekstappen zoals in de hoofdttekst beschreven en in figuur 5 weergegeven, in vier achtereenvolgende hoofdstukken

Ook komen in alle hoofdstukken de perspectieven terug, zoals in figuur 3 gevisualiseerd: het organisatorische perspectief (de universiteit van de toekomst), het functionele perspectief (de ontwikkeling van de studentenaantallen, de veranderende eisen), het financiële perspectief (de budgetten en waarden) en het energie-technische/fysieke perspectief (technische staat, kwaliteiten en energieprestatie). Alle Nederlandse universiteiten hebben aan dit onderzoek meegewerkt.



15.2.6 omslag campus NL publicatie
(bron: De Heijer et al. 2016).

VSNU-persbericht 2017 met link naar rapport: www.vsnu.nl/f_c_gebouwen.html
meer achtergrondinformatie: managingtheuniversitycampus.nl/campus-nl/

BRONNEN

Arkesteijn, M. (2019). *Corporate Real Estate alignment: a preference-based design and decision approach*. Delft University of Technology. Retrieved from <https://doi.org/10.7480/abe.2019.12>

De Jong, P., Van Dooren, E.J.G.C., Den Heijer, A.C. (2015), "Explicit design for real estate education: The management game", 11th *ERES Education Seminar* 2015, Delft.

De Jonge, H., Arkesteijn, M. H., Den Heijer, A. C., Vande Putte, H. J. M., & De Vries, J. C. (2008). *Corporate real estate management: Designing an Accommodation Strategy (DAS Frame)*. Delft. Department Real Estate and Housing, Faculty of Architecture, TU Delft.

Den Heijer, A.C. en Van der Voordt, D.J.M. (red.) (2012) *Inleiding Vastgoedmanagement*, Delft: Publikatiebureau Bouwkunde.

Den Heijer, Alexandra (2020), "*Campus of the future – managing a matter of solid, liquid and gas*", Delft: TU Delft Open.

Den Heijer, Alexandra, Arkesteijn, Monique, de Jong, Peter, & de Bruyne, Evi (2016), *Campus NL: Investeren in de toekomst*. TU Delft, Architecture, Management in the Built Environment.

TU Delft (2019), "*Van idee tot PvE*", reader module BK3MA1, Delft: TU Delft.

Van Meel, J. & Størdal, K. (2017). *Briefing for Buildings: a practical guide for clients and their design teams*. Copenhagen: ICOP.