



M

Het woord koopgarant is een combinatie van koop en garant. Koop staat voor 'koopwoning' en garant staat voor 'de zekerheid dat iets een succes wordt'. Maar is Koopgarant een succes? De laatste tijd hoor ik verschillende geluiden. Makelaars zijn kritisch en zeggen hardop dat het grote aanbod van Koopgarant de concurrentiepositie van de vrijemarktwoning negatief beïnvloedt terwijl projectontwikkelaars gunstige woningmarkteffecten verwachten van het aanbod van nieuwbouw Koopgarant.

Concurrentiepositie Koopgarant

Vroeger was de woningmarkt eenvoudig. Huishoudens konden kiezen tussen huurwoningen en koopwoningen: geen vermogensrisico versus wel vermogensrisico, geen rendement versus wel rendement. Totdat ongeveer zes jaar terug de tussenvormen op de markt kwamen. Koopgarant is daarvan het bekendste product en geeft consumenten de kans om vermogensrendement op te bouwen, maar dan wel met een beperkt risico. Het is een product dat door corporaties op de markt is gezet met als doel de keuzevrijheid van consumenten te vergroten. Een belangrijk kenmerk van Koopgarant is de korting voor de koper die oploopt naar 25% op de marktwaarde van een bestaande woning en tot maximaal 33,33% van een nieuwbouwwoning. Dat scheelt aanzienlijk in de woonlasten. Kopers moeten bij 'terugverkoop' met korting verkopen waardoor het rendement op hun vermogen lager is dan bij een vrijemarktwoning. In principe verdient de corporatie de korting terug uit de rendementsdeling.

Toen Koopgarant op de markt kwam, hadden we te maken met prijsstijgingen en veel vraag naar koopwoningen. De woonconsument koos massaal voor een koopwoning en het nieuwe aanbod van Koopgarant werd verwelkomd. Men ging er vanuit dat Koopgarant slecht interessant was voor een beperkte groep risicomijdende kopers met een beperkt budget. Het is toch zo dat de meeste kopers kiezen voor een koopwoning zonder korting waardoor optimaal geprofiteerd kan worden van het indirecte vermogensrendement. Echter, de tijden zijn veranderd. Na 2008 is het aantal verkopen gehalveerd en de prijs gedaald. De koper ervaart dat het eigenwoningbezit ook een vermogensverlies kan betekenen.

De afgelopen maanden voerde ik gesprekken met makelaars over de concurrentiepositie van Koopgarant. 'In economisch mindere tijden kiest de consument voor Koopgarant', ervaren zij. 'Als kopers de keuze hebben tussen wel of geen korting, dan kiest iedereen voor korting'. Zij maken zich zorgen over de concurrentiepositie van vrijemarktwoningen. Het marktaandeel van Koopgarant is stevig toegenomen terwijl erg veel reguliere koopwoningen te koop blijven staan.

Een tweede onderdeel van mijn onderzoek was het analyseren van de harde cijfers. Is het gevoel van makelaars gebaseerd op feiten of op marktgevoel? Het feit dat Koopgarant een groter marktaandeel heeft in de economische barre omstandigheden is logisch, kopers kiezen nu voor een product met weinig rendementsrisico. Dat was anders voor de kredietcrisis. De makelaars geven dat ook in de gesprekken ruiterlijk toe. Hun klanten kozen toen niet voor Koopgarant omdat zij een deel van de winst moesten afdragen. Uiteindelijk blijkt uit de harde cijfers, dat qua prijsontwikkeling en aantal verkopen, Koopgarant voor de crisis achterbleef bij de vrijemarktwoning, maar dat die situatie nu omgedraaid is. Een andere conclusie is dat er weliswaar sprake is van een behoorlijke toename van het marktaandeel Koopgarant, maar dat die toename nog geen vertaling kent naar de prijs. Wat we zien is dus het gevolg van marktwerking.

 **TU Delft**

Onderzoeksinstituut OTB

Paul de Vries

Onderzoeksinstituut OTB, TU Delft