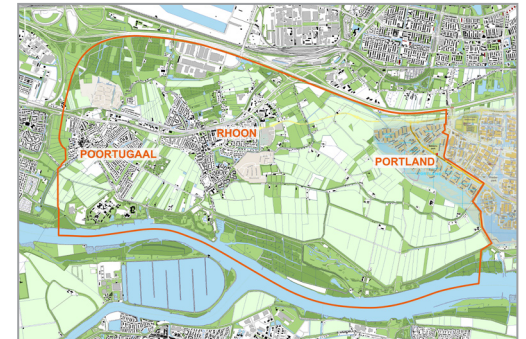

ALBRANDSWAARD

Profielschets

in opdracht van Gemeente Albrandswaard



COLOFON

More for You

Peeter Windt - marketeer
Sofia Opfer - landschapsarchitect

Postbus 452
3770 AL Barneveld
Telefoon: 0342-460070

Opdrachtgever:

Gemeente Albrandswaard

Datum:

27-06-2011

project 11-155

INHOUD

1. OPDRACHT	04
2. ANALYSE VAN DE MARKT	06
3. RUIMTELIJKE ANALYSE	14
4. VISIE OP DE IDENTITEIT	26
BIJLAGE I Marktscan® methode.....	36
BIJLAGE II Marktscan® data.....	44

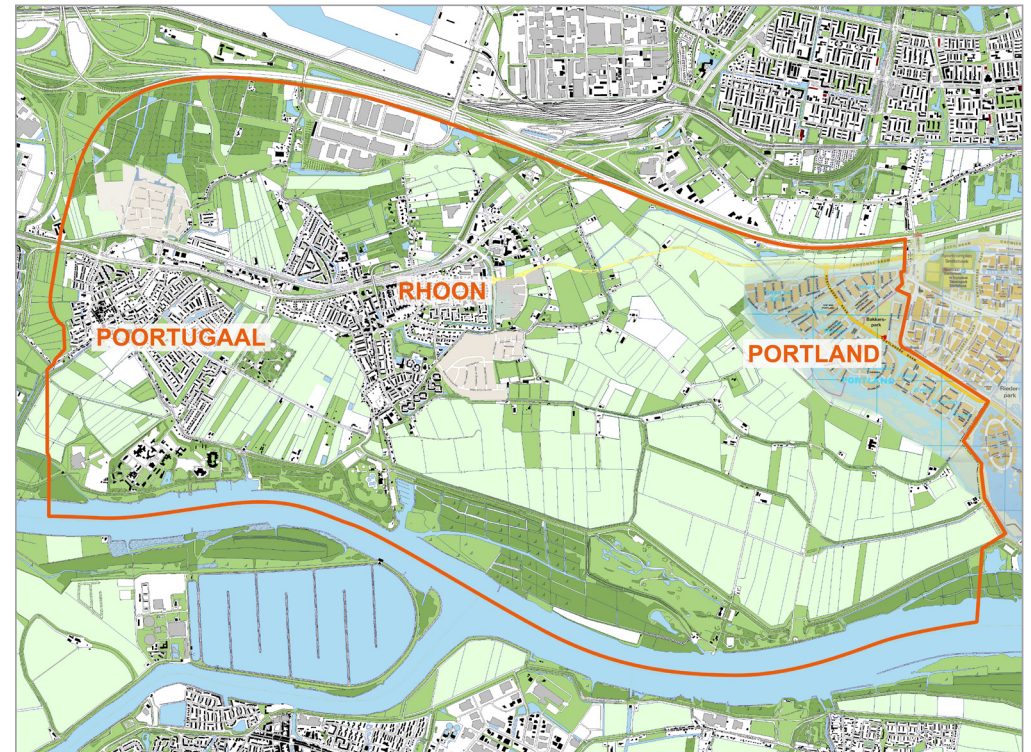
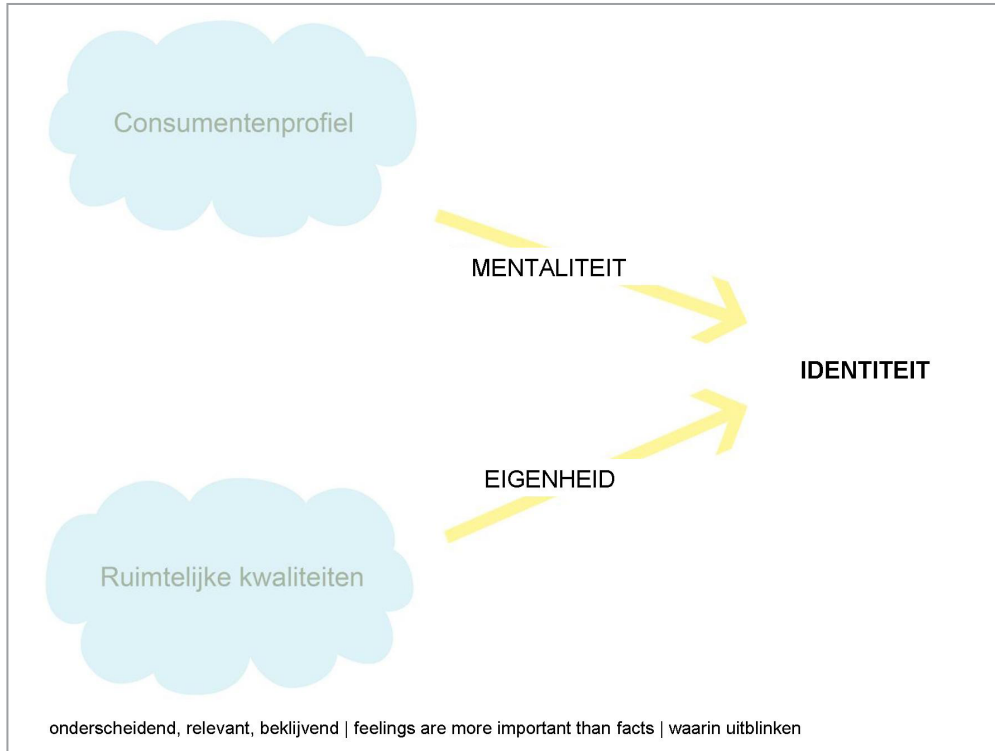
1. OPDRACHT

TOEKOMSTVISIE VANUIT STERKTES

Een gemeente moet vaak verschillende tegenstrijdige belangen tegen elkaar afwegen. Daarin worden keuzes gemaakt en zo ontstaat beleid. Niet zelden leidt dit tot een compromis. Het gekozen beleid heeft effect op de inwoners, maar ook op de positie van de gemeente in de context van de stadsregio. Het bepaalt in zekere zin het imago en de ontwikkeling van de gemeente. Hoe breng je daar consistentie in aan? En hoe geef je als gemeente daarin richting?

Een heldere toekomstvisie kan daarbij helpen. Het dient dan als referentiekader om beleid consistent en volgens plan uit te voeren. Om tot een toekomstvisie te komen is het zinvol om eens van buiten tegen de gemeente aan te laten kijken. Door sterktes en kansen te onderzoeken, kan met een onbevangen blik het profiel van de gemeente helder worden. Dit profiel kan vertaald worden in een suggestie voor een onderscheidende identiteit.

Om een bijdrage aan de toekomstvisie te leveren is dit profiel van Albrandswaard gemaakt. Daarvoor is een analyse uitgevoerd vanuit twee invalshoeken: de aanwezige consumentenprofielen en de eigenheid van de plek. Het geeft een beeld van de identiteit van Albrandswaard en laat zien waarin dit afwijkt van de omgeving. Dit levert zinvolle aanknopingspunten voor een aantrekkelijke en onderscheidende positionering van de gemeente in de context van de stadsregio en concurrerende buurgemeenten.



Vanuit een analyse van de mentaliteit van de consumentenprofielen en de eigenheid van de ruimtelijke kwaliteiten worden aanknopingspunten aangereikt voor een onderscheidende en relevante identiteit.

2. ANALYSE VAN DE MARKT

De ruim 10.000 huishoudens binnen de gemeente Albrandswaard en de kernen Poortugaal, Rhooen en Portland zijn aan de hand van 350 kenmerken geanalyseerd. Ze zijn daarbij vergeleken met die van de buurgemeenten Barendrecht en Hoogvliet en van de kleine 600.000 huishoudens in de Stadsregio Rotterdam en de zuidelijke flank daarvan. Er is gekeken naar inkomens en woningwaarde, naar levensfase en ook naar kenmerken die wat zeggen over de aspiraties en mentaliteit van de inwoners; - de lifestyle. Hiermee krijgen we snel een breed beeld waarin Albrandswaard nét dat anders is dan de omgeving; maar ook verschillen binnen de gemeente worden getoond. Uit alle kenmerken zijn 10 consumentenprofielen samengesteld, waardoor snel inzicht in de dominante profielen in Albrandswaard te geven is.

150	NEDERLAND				SRR				SRR ZUID				ALBRANDSWAARD				BARENDRECHT			
50																				
	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s
MORE for You Consumentenprofielen																				
Algemeen - consumentenprofielen																				
Postmoderne Intellectuelen	625.268	8,3	100		58.312	10,0	121		8.332	3,4	41	-	48	0,5	6	-	271	1,5	18	-
Jonge singles	614.029	8,1	100		53.847	9,2	114		18.109	7,4	92		586	5,8	71		1.118	6,0	74	
Multiculturelen	634.102	8,4	100		140.688	24,1	287 +		57.616	23,7	282 +		0	0,0	0	-	19	0,1	1	-
Sociale Senioren	645.216	8,5	100		53.874	9,2	108		27.585	11,3	133		520	5,1	60		1.107	5,9	69	
Ondernemende Senioren	583.034	7,7	100		41.228	7,1	92		13.390	5,5	71		509	5,0	65		1.729	9,3	120	
Buurtgerichte Burgers	1.037.310	13,7	100		90.988	15,6	114		47.625	19,6	143		1.231	12,1	88		2.479	13,3	97	
Provinciale Gezinnen uitwonend kinderen	628.725	8,3	100		7.448	1,3	15	-	4.904	2,0	24	-	152	1,5	18	-	197	1,1	13	-
Provinciale Gezinnen jongere kinderen	595.771	7,9	100		7.104	1,2	15	-	5.733	2,4	30	-	317	3,1	40	-	321	1,7	22	-
Oudere Modale Gezinnen	711.877	9,4	100		25.165	4,3	46	-	15.222	6,3	66		1.770	17,4	185 +		1.439	7,7	82	
Welgestelde (aankomende) Emptynester	606.372	8,0	100		30.795	5,3	66		9.443	3,9	48	-	1.151	11,3	141		2.783	14,9	186 +	
Jonge Moderne Gezinnen	884.064	11,7	100		74.869	12,8	110		35.442	14,6	125		3.898	38,3	328 +		7.221	38,6	331 +	
	7.565.768	100			584.318	100			243.401	100			10.182	100			18.684	100		

Drie consumentenprofielen manifesteren zich nadrukkelijk in de gemeente Albrandswaard. In de percentuele verdeling en een indexering ten opzichte van het Nederlandse gemiddelde is het verschil met de stadsregio snel te zien.

150	NEDERLAND				ALBRANDSWAARD				PORTLAND				RHOON				POORTUGAAL			
50																				
	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s
MORE for You Consumentenprofielen																				
Algemeen - consumentenprofielen																				
Postmoderne Intellectuelen	625.268	8,3	100		48	0,5	6	-	0	0,0	0	-	48	1,3	16	-	0	0,0	0	-
Jonge singles	614.029	8,1	100		586	5,8	71		368	14,1	173 +		184	4,9	61		34	0,9	11	-
Multiculturelen	634.102	8,4	100		0	0,0	0	-	0	0,0	0	-	0	0,0	0	-	0	0,0	0	-
Sociale Senioren	645.216	8,5	100		520	5,1	60		51	1,9	23	-	281	7,5	88		188	4,9	58	
Ondernemende Senioren	583.034	7,7	100		509	5,0	65		189	7,2	94		274	7,3	95		46	1,2	16	-
Buurtgerichte Burgers	1.037.310	13,7	100		1.231	12,1	88		235	9,0	65		146	3,9	29	-	850	22,2	162 +	
Provinciale Gezinnen uitwonend kinderen	628.725	8,3	100		152	1,5	18	-	0	0,0	0	-	106	2,8	34	-	46	1,2	14	-
Provinciale Gezinnen jongere kinderen	595.771	7,9	100		317	3,1	40	-	0	0,0	0	-	195	5,2	66		122	3,2	40	-
Oudere Modale Gezinnen	711.877	9,4	100		1.770	17,4	185 +		170	6,5	69		690	18,5	196 +		910	23,8	253 +	
Welgestelde (aankomende) Emptynester	606.372	8,0	100		1.151	11,3	141		230	8,8	110		782	20,9	261 +		139	3,6	45	-
Jonge Moderne Gezinnen	884.064	11,7	100		3.898	38,3	328 +		1.376	52,5	450 +		1.030	27,6	236 +		1.492	39,0	334 +	
	7.565.768	100			10.182	100			2.619	100			3.736	100			3.827	100		

Binnen de gemeente Albrandswaard treffen we grote verschillen aan. Zo is het profiel Welgestelde (aankomende) Emptynester met name in Rhooon sterk vertegenwoordigd.

Drie profielen komen in Albrandswaard dominant voor: Jonge Moderne Gezinnen, Welgestelde (aankomende) Emptynester en Oudere Modale gezinnen. Samen maken deze drie profielen 67% van de bevolking uit. Er is een sterke spreiding aan te wijzen van de verschillende profielen binnen de gemeente. Zo treffen we in de kern Rhooon veel Welgestelde (aankomende) Emptynesters aan. De Jonge Moderne Gezinnen zien we met name in Portland waar ze 53% van de huishoudens uitmaken.

Dat er verschillen met de consumentenprofielen van de Stadsregio Rotterdam zijn hoeven wij u niet te vertellen. Dat er ondanks de vele overeenkomsten met de gemeente Barendrecht nu juist ook verschillen zijn, is meer betekendend. Op de volgende pagina's vindt u een overzicht van opvallende bevindingen:

OUDERE MODALE GEZINNEN

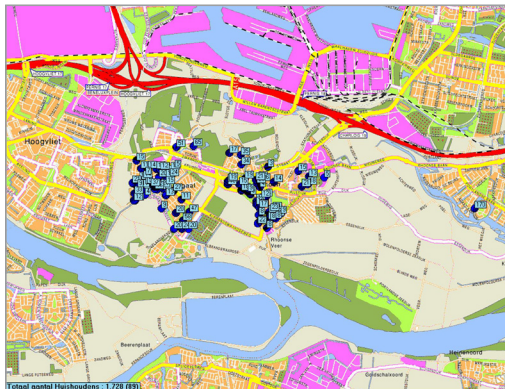
WONEN **VERVOER** **VRUJE TIJD**

Modale gezinnen met thuis- of uitwonende kinderen. De kostwinner is tussen de 45 en 74 jaar. Ze wonen in een koopwoning in weinig tot matig stedelijk gebied, in een 2-onder-1-kap-, hoek- of rijtjeshuis. Ze zoeken een nette woning in een geborgde buurt. Ze gaan naar de kerk en doen aan vrijwilligerswerk. Doneren aan organisaties gericht op missie/zending, gezondheid, rampen en andere goede doelen.

Bezige bij: "We helpen elkaar hier graag een handje."

HUIS HOUD BEURS

Typering van het profiel Oudere Modale Gezinnen en de postcodes waar ze domineren.



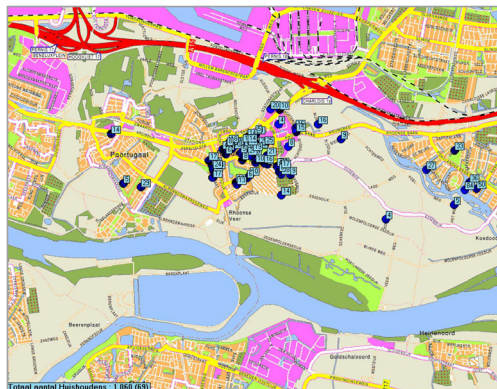
WELGESTELDE (BIJNA) EMPTYNESTERS

WONEN **VERVOER** **VRUJE TIJD**

Zeer welgestelde gezinnen met oudere of uitwonende kinderen. Wonen in een representatief koophuis, vaak een vrijstaand huis of twee-onder-1-kap in een omgeving met veel privacy. Kostwinner is tussen 45 en 69 jaar. In hun vrije tijd doen ze aan tennis en golf en gaan ze op wintersport. Verder houden ze zich bezig met beleggen en zijn ze geïnteresseerd in cultuur, kunst en wijnen.

Chique sportief: "Wij golfen regelmatig."

Typering van het profiel Welgestelde (aankomende) Emptynesters en de postcodes waar ze domineren.



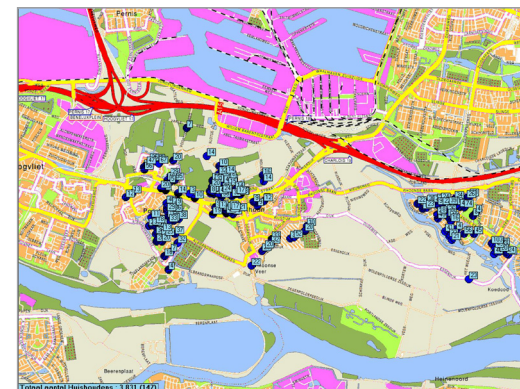
JONGE MODERNE GEZINNEN

WONEN **VERVOER** **VRUJE TIJD**

Fulltime werkende tweeverdieners, vaak met jonge kinderen. Ze hebben een hoog inkomen en wonen veelal in een koopwoning in een dorp(je) dichtbij de stad. Een rustige omgeving en goede uitvalswegen zijn het belangrijkste. Ze zijn geïnteresseerd in woningrichting, koken en beleggen. Ze zijn zeer actief op internet en bezitten de modernste elektronica.

Gadgets: "Wie brengt de kinderen?"

Typering van het profiel Jonge Moderne Gezinnen en de postcodes waar ze domineren.



1. inkomen en woningen:

In Albrandswaard domineren de hogere inkomensklassen van de Stadsregio Rotterdam. Het profiel lijkt sterk op dat van Barendrecht. Van de drie kernen van de gemeente hebben Portland en Rhoon de hoogste inkomens.

Het aandeel koopwoningen is met 70% gelijk aan dat van Barendrecht, maar veel hoger dan in de Stadsregio Rotterdam. De meeste koopwoningen hebben een waarde tussen de twee en vier ton. De woningen zijn relatief groot en vaak vrijstaand. De huurwaarde van de huurwoningen in Albrandswaard ligt veel hoger dan die van de Stadsregio.

2. lifestyle:

Een studie naar de interesses en activiteiten zegt iets over de mentaliteit van de inwoners. We treffen veel huishoudens met hoge scores die we veel zien bij jonge gezinnen in nieuwbouwwijken, zoals woninginrichting, auto's en een sport als voetbal. Donaties aan goede doelen zijn gericht op de directe omgeving voor gezondheid en kinderen. De consumenten zijn pragmatisch en trendgevoelig. Ze zijn geïnteresseerd in gadgets. In Rhoon wordt veel bewust in reformzaken gekocht. Er is ook interesse in antiek en kunst.

3. socio-demografische kenmerken:

Een analyse naar levensfase toont een oververtegenwoordiging van gezinnen. Die zien we ook in Barendrecht, maar in Portland zijn ze wat jonger. Deze gezinnen met kinderen onder de 6 jaar komen bijna anderhalf keer meer voor dan gemiddeld in Nederland. Het verschil met de stadsregio

Rotterdam is nog groter.

Door de dominantie van gezinnen zal de vergrijzing later intreden, waarbij we niet moeten vergeten dat met 37% het aandeel 55 plussers in de gemeente toch op het landelijke gemiddelde ligt. Vergrijzing is met name in de kernen Poortugaal en Rhoon een feit.

4. geografie:

Verder kijkend naar verschillen met de Stadsregio Rotterdam valt de afwijkende urbanisatiegraad van Albrandswaard op. De urbanisatiegraad 'weinig stedelijk' komt maar liefst 1300 procent meer voor dan in de stadsregio. Daarmee is de grootste afwijking in onze analyse er een van geografische aard! We komen hier op terug.

5. veel overeenkomsten met Barendrecht, maar ook verschillen:

In vergelijking met de buurgemeente Barendrecht zijn er vooral overeenkomsten aan te wijzen. De beide gemeentes hebben een grote VINEX-wijk die onderling niet al te veel verschillen in aard en samenstelling van de bevolking. We gaan hier toch wat geforceerd op zoek naar verschillen, omdat daarin juist een nuancering voor Albrandswaard te vinden is. Daarbij valt op dat in Albrandswaard de volgende kenmerken relatief meer voorkomen ten opzichte van de – in vele opzichten gelijkende – buurgemeente Barendrecht:

- Hogere WOZ waarden | Veel Koopprijzen boven €450.000 | Veel Vrijstaande woningen
- Meer woningen met bouwjaar 1944 en eerder
- Meer jonge kostwinners tussen 18-24

- Weinig consumenten met een postmoderne mentaliteit
- Weinig ouderen
- Weinig allochtonen
- Veel giften aan kunstbehoud
- Meer interesse in antiek
- Meer bezoek aan reformzaak
- Veel sporten ,maar weinig squash
- Veel profiel Oudere Modale Gezinnen

6. Nieuwbouwbewoners van Portland

Er is een analyse gemaakt van de kenmerken van nieuwbouwbewoners in Portland waar een populatie van ongeveer 1200 huishoudens woont in een woning van na 2005. Deze nieuwkomers hebben we apart beschouwd en daarbij zijn de volgende zaken opgevallen:

- Veel profiel Jonge Moderne Gezinnen
- Veel huishoudens met het oudste kind nog onder de vijf jaar oud
- Laag aandeel niet-westerse allochtonen
- Weinig alleenstaanden
- Een hoog en trendgevoelig winkelbudget
- Een niet te hoog postmodern profiel

	NEDERLAND				ALBRANDSWAARD				PORTLAND				RHOON				POORTUGAAL				
150																					
50																					
MORE for You Consumentenprofielen	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	
Arbeid & Inkomen -Inkomen																					
Beneden modaal	2.294.306	30,3	100		1.900	18,7	62		493	18,8	62		662	17,7	58		744	19,4	64		
Modaal	2.816.943	37,2	100		2.896	28,4	76		614	23,4	63		1.073	28,7	77		1.208	31,6	85		
1,5 x modaal	1.363.233	18,0	100		2.824	27,7	154 +		701	26,8	149		1.092	29,2	162 +		1.031	26,9	150		
2 x modaal	607.506	8,0	100		1.433	14,1	175 +		480	18,3	228 +		441	11,8	147		512	13,4	167 +		
2,5 x modaal of meer	481.782	6,4	100		1.129	11,1	174 +		331	12,6	198 +		467	12,5	196 +		331	8,6	136		
	7.563.770	100			10.182	100			2.619	100			3.735	100			3.826	100			

	NEDERLAND				SRR				SRR ZUID				ALBRANDSWAARD				BARENDRECHT				
150																					
50																					
MORE for You Consumentenprofielen	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	
Arbeid & Inkomen -Inkomen																					
Beneden modaal	2.294.306	30,3	100		196.242	33,6	111		81.691	33,6	111		1.900	18,7	62		3.096	16,6	55		
Modaal	2.816.943	37,2	100		208.536	35,7	96		88.429	36,3	98		2.896	28,4	76		6.743	36,1	97		
1,5 x modaal	1.363.233	18,0	100		98.796	16,9	94		42.044	17,3	96		2.824	27,7	154 +		4.261	22,8	127		
2 x modaal	607.506	8,0	100		44.677	7,6	95		18.854	7,7	96		1.433	14,1	175 +		2.440	13,1	163 +		
2,5 x modaal of meer	481.782	6,4	100		35.919	6,1	97		12.319	5,1	79		1.129	11,1	174 +		2.136	11,4	180 +		
	7.563.770	100			584.170	100			243.337	100			10.182	100			18.676	100			

De inkomensniveaus van de huishoudens binnen Albrandswaard zijn vergelijkbaar met Barendrecht en liggen ver boven de gemiddelden van de Stadsregio Rotterdam. Portugaal blijft wat achter bij Rhoon en Portland.

	NEDERLAND				ALBRANDSWAARD				PORTLAND				RHOON				POORTUGAAL				
150																					
50																					
MORE for You Consumentenprofielen	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	
Socio-demo - Levensfase																					
Alleenstaande, < 35 jaar	673.359	8,9	100		372	3,7	41	-	14	0,5	6	-	165	4,4	50	-	194	5,1	57		
Gezin zonder kinderen, < 35 jaar	402.519	5,3	100		452	4,4	83		131	5,0	94		171	4,6	86		151	3,9	74		
Gezin met kinderen, jongste < 6	660.862	8,7	100		1.227	12,1	138		569	21,7	249 +		226	6,0	69		432	11,3	129		
Gezin met kinderen, jongste 6-12	718.032	9,5	100		1.171	11,5	121		357	13,6	144		252	6,7	71		563	14,7	155 +		
Gezin met kinderen, jongste 13+	1.112.060	14,7	100		1.786	17,5	119		258	9,9	67		750	20,1	137		777	20,3	138		
Alleenstaande, 35-54 jaar	727.691	9,6	100		670	6,6	68		220	8,4	87		284	7,6	79		167	4,4	45	-	
Gezin zonder kinderen, 35-54 jaar	438.008	5,8	100		764	7,5	130		305	11,6	201 +		208	5,6	96		251	6,6	113		
Alleenstaande, 55+	1.270.214	16,8	100		1.333	13,1	78		266	10,2	60		635	17,0	101		433	11,3	67		
Gezin zonder kinderen, 55+	1.556.053	20,6	100		2.388	23,5	114		493	18,8	92		1.044	27,9	136		851	22,2	108		
	7.558.798	100			10.163	100			2.613	100			3.735	100			3.819	100			

	NEDERLAND				SRR				SRR ZUID				ALBRANDSWAARD				BARENDRECHT				
150																					
50																					
MORE for You Consumentenprofielen	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	abs huish	%	index	s s	
Socio-demo - Levensfase																					
Alleenstaande, < 35 jaar	673.359	8,9	100		60.753	10,4	117		19.552	8,0	90		372	3,7	41	-	734	3,9	44	-	
Gezin zonder kinderen, < 35 jaar	402.519	5,3	100		33.754	5,8	109		13.319	5,5	103		452	4,4	83		823	4,4	83		
Gezin met kinderen, jongste < 6	660.862	8,7	100		50.683	8,7	99		22.985	9,4	108		1.227	12,1	138		1.936	10,4	119		
Gezin met kinderen, jongste 6-12	718.032	9,5	100		50.341	8,6	91		22.866	9,4	99		1.171	11,5	121		2.642	14,1	149		
Gezin met kinderen, jongste 13+	1.112.060	14,7	100		80.186	13,7	93		36.315	14,9	102		1.786	17,5	119		3.283	17,6	120		
Alleenstaande, 35-54 jaar	727.691	9,6	100		65.089	11,1	116		23.693	9,7	101		670	6,6	68		1.034	5,5	58		
Gezin zonder kinderen, 35-54 jaar	438.008	5,8	100		33.115	5,7	98		13.757	5,7	98		764	7,5	130		1.334	7,1	123		
Alleenstaande, 55+	1.270.214	16,8	100		108.565	18,6	111		43.541	17,9	107		1.333	13,1	78		2.474	13,2	79		
Gezin zonder kinderen, 55+	1.556.053	20,6	100		101.222	17,3	84		47.079	19,3	94		2.388	23,5	114		4.382	23,5	114		
	7.558.798	100			583.708	100			243.107	100			10.163	100			18.642	100			

Albrandswaard telt veel jonge gezinnen, met name in Portland. De gezinnen zijn wat jonger dan die in Barendrecht. De bevolkingssamenstelling wijkt sterk af van de Stadsregio Rotterdam waar alleenstaanden een grote populatie vormen.

AANBEVELINGEN VANUIT DE MARKT

Uit de analyse van de consumentenprofielen zijn de volgende aanknopingspunten voor een onderscheidende profilering voor de gemeente Albrandswaard gedestilleerd:

- Er worden in de gemeente relatief veel giften gedaan aan zaken als kunstbehoud (t.o.v. Barendrecht en Hoogvliet), maar ook hoge scores voor doelen rond thema's als gezondheid. Daarbij zoekt men goede doelen dichtbij huis. Er is ook interesse in antiek. We zien hierin een behoudende attitude waaruit een waardering voor oude waarden en tradities spreekt. Een wat nostalgisch verlangen – ook bij jonge gezinnen - naar een tijd toen alles nog overzichtelijk en niet zo gehaast was. Bijvoorbeeld door wat weg te dromen bij een vergezicht over het traditionele platteland bij wat koeien en oude boerderijen. Ook het relatief hoge aandeel van bebouwing van voor 1945 in de dorpskernen Rhoon en Poortugaal en de aard ervan kan bijdragen aan een thema rond nostalgie. Het platteland en kleine dorpen zijn helemaal terug en het is fijn daar vlakbij te wonen.
- Er is een groot trendgevoelig gezinswinkelpubliek aangetroffen dat in is voor hippe zaken waartoe ook duurzaamheid gerekend kan worden. Dit zal in de Albrandswaard en omstreken dan duurzaamheid zijn op een wat pragmatische manier, want het moet ook weer niet te veel tijd en inspanning vragen. Dus wel bijvoorbeeld meer met de kinderen gezonde dingen doen en af en toe gezond voedsel kopen, maar niet geitenwollen sokken gedoe. Het ontstaat niet

zo zeer vanuit een postmoderne idealistische mentaliteit ten aanzien van duurzaamheid, maar meer omdat het leuk en trendy is. Een belangrijke groeiende consumententrend die de komende jaren mainstream wordt, is die van regionaal biologisch verbouwd en smaakvol voedsel. Deze trend zal niet exclusief blijven voor een intellectuele avant-garde, maar zal ook door de inwoners van Albrandswaard e.o. worden opgepikt en ingevuld. Dat men daarbij niet te veel concessies wil doen aan luxe en comfort, laat zich raden, maar dat het komt er aan. Men gaat dus wel voor duurzaam, maar wil niet het gedoe, zou je kunnen zeggen.

- Tenslotte is de uitzonderlijk lage urbanisatiegraad een goed te gebruiken kenmerk. De afwijking ten opzichte van de Stadsregio en Barendrecht is dermate hoog, dat je er wel wat mee móet doen. Het is een tastbaar ruimtelijk kenmerk dat Albrandswaard totaal anders maakt dan de overige gemeenten in de Stadsregio en daarmee een ideaal aanknopingspunt voor een profilering. Zeker als de grote stad en de industrie zo vlak bij zijn, kan het effectvol zijn je daar tegen af te zetten. De gemeente kan een uniek leefmilieu bieden dat inspeelt op een toenemende en blijvende waardering voor het authentieke platteland en de hernieuwde belangstelling voor regionaal verbouwd en smaakvol voedsel.



Aspiraties voor de gemeente Albrandswaard vanuit de consumentenprofielen: Comfortabel onthaasten in de natuur, waar de kinderen wat opsteken en er iets duurzaam is om mee naar huis te nemen.

3. RUIMTELIJKE ANALYSE

In deze analyse wordt antwoord gezocht op de vraag wat Albrandswaard uniek maakt. Welke ruimtelijke kenmerken zorgen ervoor dat de gemeente zich van de directe omgeving onderscheidt? Hoe kan de ruimtelijke ontwikkeling ervoor zorgen dat mensen ervoor kiezen om in Albrandswaard te komen wonen en niet in bijvoorbeeld Barendrecht of Hoogvliet? Om deze vragen te beantwoorden worden twee een ruimtelijke analyse uitgevoerd. De eerste heeft een top down benadering. De eigenheid van Albrandswaard wordt vanuit de context van de Stadsregio Rotterdam bekeken. Ook de rol die de gemeente toebedeeld krijgt in beleidsdocumenten vanuit de Provincie en de Stadsregio komen aan de orde.

Vervolgens wordt Albrandswaard bottom up benaderd. Portland, Rhoon en Poortugaal worden elk beschreven wat betreft hun ruimtelijke kwaliteit, infrastructuur en voorzieningen. Aan de hand hiervan kunnen relevante kwaliteiten en knelpunten worden benoemd.

Door deze twee analyses te combineren ontstaat een goed beeld van de eigenheid van Albrandswaard en kan bepaald worden welke kwaliteiten kunnen zorgen voor een onderscheidende propositie voor de gemeente.



TOP DOWN: DE ROL VAN ALBRANDSWAARD IN HET GROTERE GEHEEL

Op een historische kaart van de Stadsregio Rotterdam valt vooral op hoe leeg het rond 1850 was. Vlaardingen, Schiedam en Rotterdam zijn compacte waterstadjes en Rhoon en Poortugaal zijn boeren gehuchten ver van de steden verwijderd. Op de kaart van 1850 hebben Albrandswaard en Rotterdam nog niets met elkaar te maken.

Vooraf in de laatste zestig jaar is het gebied echter sterk verstedelijkt. De Stadsregio is tegenwoordig een brei van steden, voorsteden, infrastructuur, havens en bedrijventerreinen. Albrandswaard is aan Rotterdam vastgegroeid. Open groene ruimtes zijn in de Stadsregio een zeldzame verademing. Albrandswaard is de trotse bezitter van één van die open plekken. Dit is natuurlijk niet onopgemerkt gebleven bij de Provinciale overheid en het bestuur van de Stadsregio Rotterdam. In het Regionale Groen Blauwe Structuurplan is het buitengebied van Albrandswaard aangemerkt als zeekleilandschap met stadslandbouw, als natuurgebied langs getijdenrivier en als robuuste groenblauwe zone.

In het Streefbeeld Regiopark IJsselmonde is te zien dat binnen de gemeente Albrandswaard zowel natuur als recreatief groen gerealiseerd zal worden, evenals een nieuw recreatief knooppunt. Recreatieve verbindingen met de omringende stedelijke gebieden moeten aansluiten op een fietspadennetwerk over de dijken.

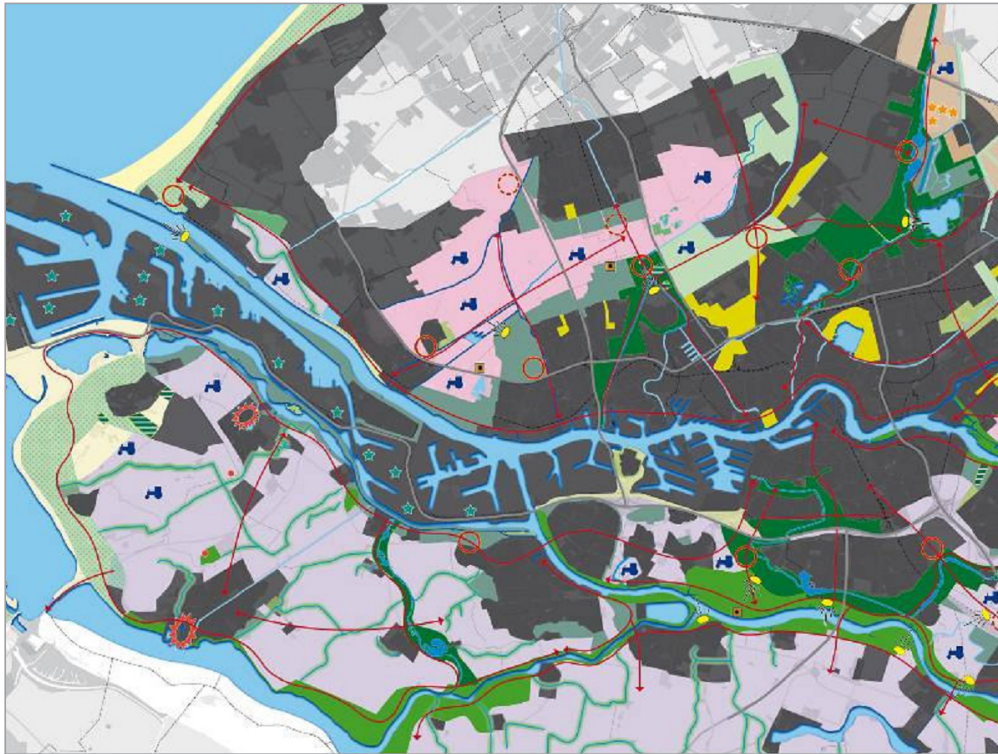
Als natuurcompensatie voor de aanleg van Maasvlakte 2 is in Albrandswaard het Landschapspark Buytenland gepland. In het

ontwerp hiervoor van landschapsarchitect Peter Verkade is het middeleeuwse dijkstelsel het raamwerk waarbinnen recreatief groen en natte natuur ingepast worden.

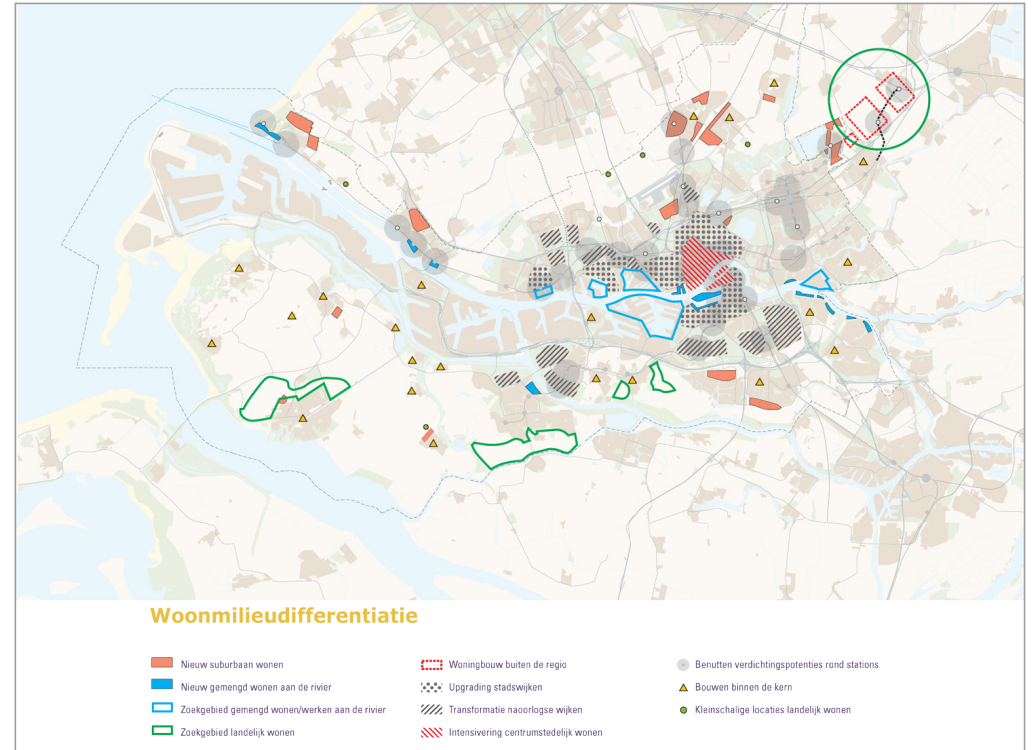
De Stadsregio maakt wat betreft de woningbouw onderscheid in verschillende woonmilieus. In de gemeente Albrandswaard zijn twee locaties aangeduid als zoekgebied landelijk wonen. Bovendien wordt er ruimte gegeven aan bouwen binnen de kern. Albrandswaard krijgt hiermee de kans om nieuwe landelijke woonmilieus te realiseren op korte afstand van het centrum van Rotterdam. Alle andere zoekgebieden voor landelijk wonen liggen veel meer in de periferie van de Stadsregio.

De rol van Albrandswaard in het grotere geheel kan als volgt worden samengevat:

- Agrarische enclave; zeldzaam in de verstedelijkte omgeving
- Middeleeuws zeekleilandschap versus uitgestrekte voorsteden
- Mogelijkheden voor stadslandbouw
- Belangrijke rol voor recreatie
- Plannen voor natuurontwikkeling ter compensatie Maasvlakte 2
- Zoekgebied landelijk wonen



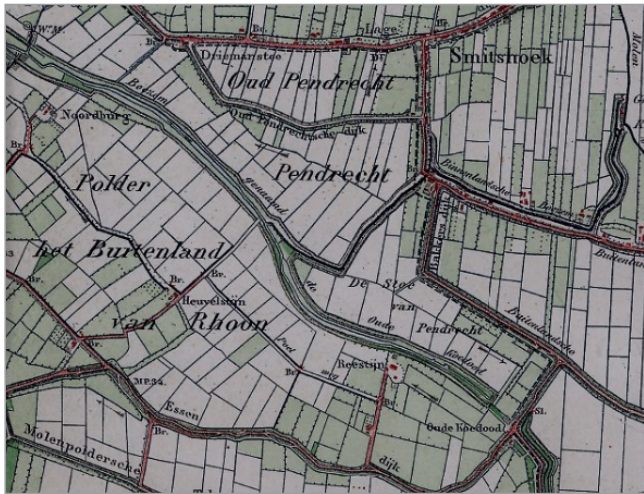
Regionaal Groen Blauw Structuurplan 3



BOTTUM UP: DE EIGENHEID VAN PORTLAND, RHOON EN POORTUGAAL

Portland

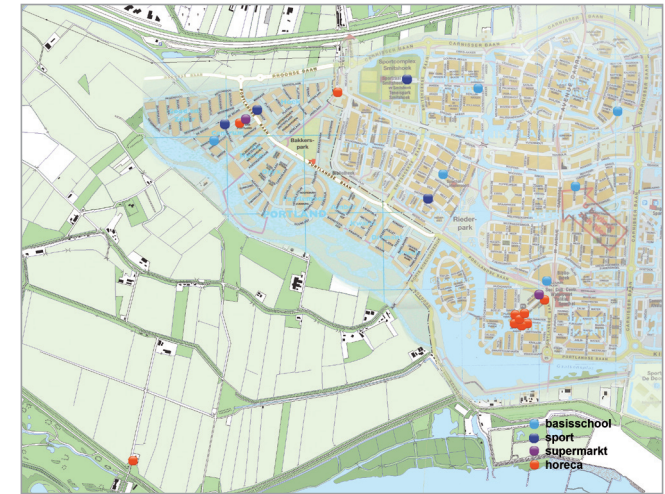
Portland is formeel een wijk van Rhoon, maar ruimtelijk is het vooral onderdeel van de VINEXlocatie Midden-IJsselmonde. Tot voor kort was het agrarisch landschap. Pas in 2007 is de bouw begonnen. In 2011 verwacht men klaar te zijn. Portland is een nette moderne woonwijk die een waterrijke woonomgeving biedt in een landelijke setting. Qua architectuur en stedenbouw onderscheidt Portland zich nauwelijks van Carnisselande of andere VINEXwijken. De ontsluiting voor auto's is prima, het OV is iets minder goed geregeld. Er zijn veel basisvoorzieningen.



Portland in 1880



Portland: wonen, winkels en infrastructuur



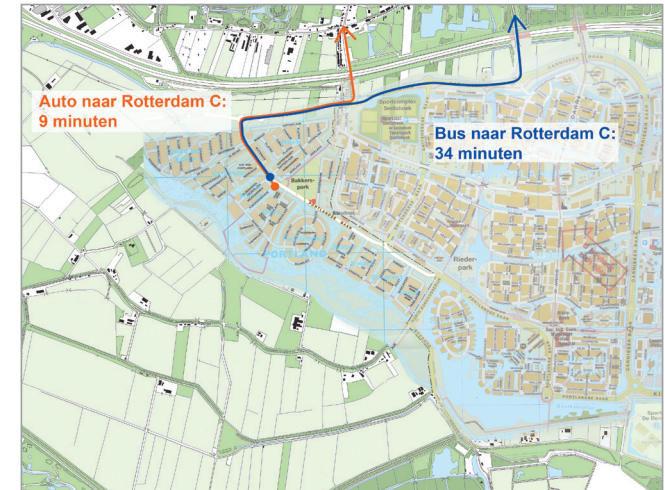
Portland: basisvoorzieningen



Carnisselande



Portland: water en landschap



Portland: ontsluiting

Rhoon

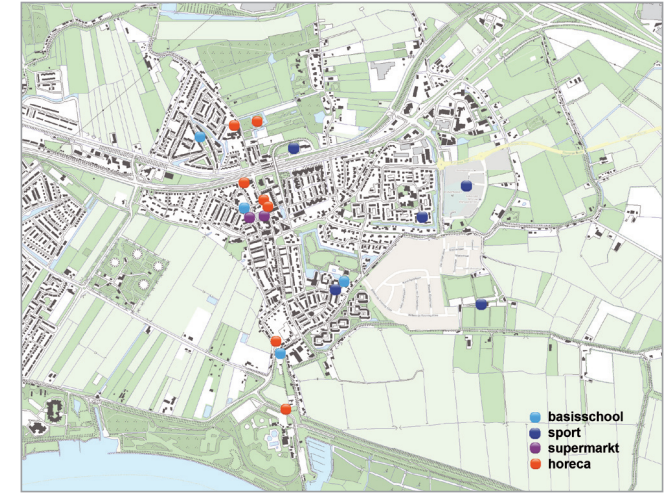
Rhoon is ontstaan in de middeleeuwen toen Biggo van Duyveland hier het kasteel bouwde dat nu nog steeds te bewonderen is. Het oorspronkelijke dorp was een lintdorp langs de dijken. Vooral langs de Rijdsdijk en Dorpsdijk staan nu nog fraaie historische buitenplaatsen. Later is de ruimte tussen de dijken bebouwd, maar Rhoon is nog steeds te typeren als een kleinschalig dorp in landelijke omgeving. Vooral de verweving van dorp en historische dijken maken Rhoon bijzonder. Toch maken veel dijkhuisjes een vervallen indruk. Een renovatie zou zeker bijdragen aan de identiteit van Rhoon. Het dorpscentrum is niet zo gezellig, maar daar wordt aan gewerkt. Het valt op dat niet alle nieuwbouw even goed aansluit bij het dorpse karakter. Rhoon heeft alle dagelijkse basisvoorzieningen bij de hand, maar verder is het aanbod van winkels, horeca of cultuur niet zo spannend. Het dorp is dankzij de metro zeer goed verbonden met Rotterdam.



Rhoon in 1880



Rhoon: dijk en landschap



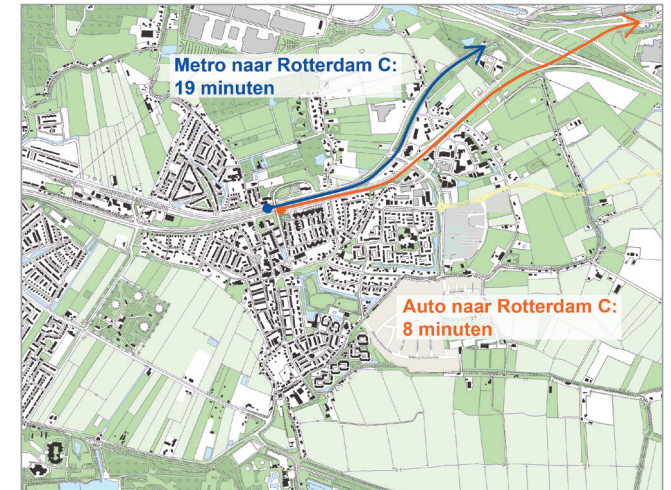
Rhoon: basisvoorzieningen



Rhoon: historische bebouwing



Rhoon: centrum



Rhoon: ontsluiting

Poortugaal

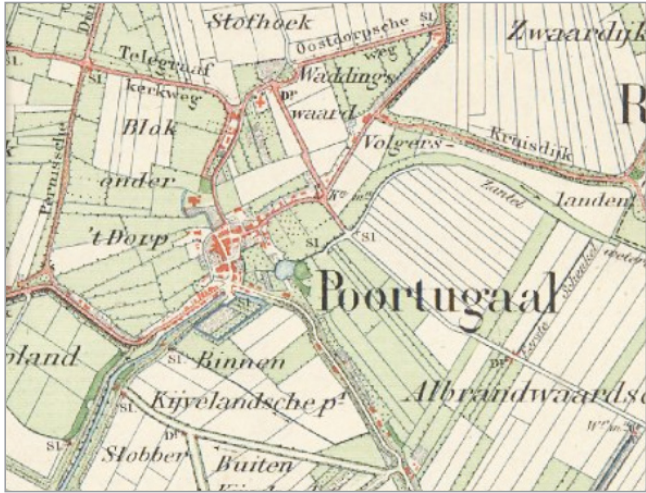
Poortugaal is net als Rhoon in de middeleeuwen ontstaan bij Slot Valckensteyn. Dit kasteel is in de negentiende eeuw gesloopt. Op de historische kaart is te zien dat Poortugaal niet alleen een lintdorp was, maar ook een kleine kern had. Deze historische kern is tegenwoordig nog steeds zeer pittoresk en heeft veel potentie om uit te groeien tot een recreatieve trekpleister. Vanaf 1909 is er in de omgeving al een psychiatrische kliniek. Op dit moment liggen TBS-kliniek “De Kijvelanden” en het Delta Psychiatrisch Centrum ten zuiden van Poortugaal.

Net als Rhoon is Poortugaal te omschrijven als een kleinschalig dorp in landelijke omgeving met een bijzondere verweving van dorp en historische dijken. Buiten het dorpscentrum staan opvallend veel grote huizen. Er wordt veel aandacht besteed aan een zorgvuldige inpassing nieuwbouw in het dorp. Ook Poortugaal heeft alle dagelijkse basisvoorzieningen bij de hand, maar verder is het aanbod van winkels, horeca of cultuur niet zo spannend. Het dorp is dankzij de metro zeer goed verbonden met Rotterdam.

Albrandswaard

Kijkend naar de specifieke kwaliteiten van de afzonderlijke kernen, zou Albrandswaard als geheel als volgt getypeerd kunnen worden:

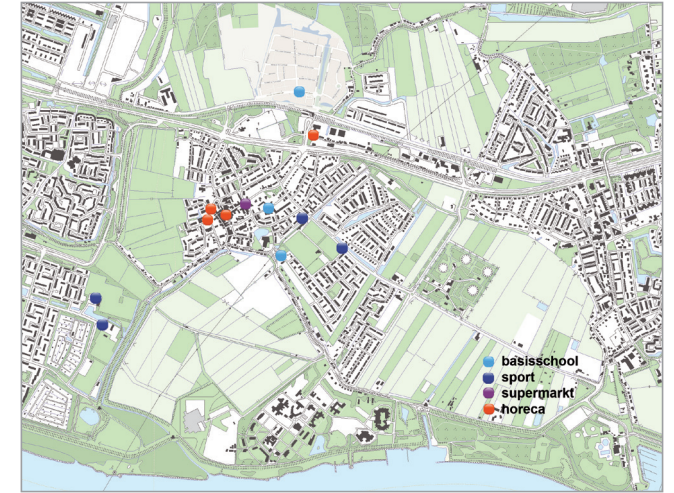
- Landelijke omgeving met de stad binnen handbereik
- Idyllische dijkes en pittoreske boerderijen
- Verweving van dorp en landschap
- Waterrijke woonomgeving
- Het oude centrum van Poortugaal is recreatief zeer aantrekkelijk
- Kasteel en statige landhuizen in Rhoon



Poortugaal in 1880



Poortugaal: dijk en landschap



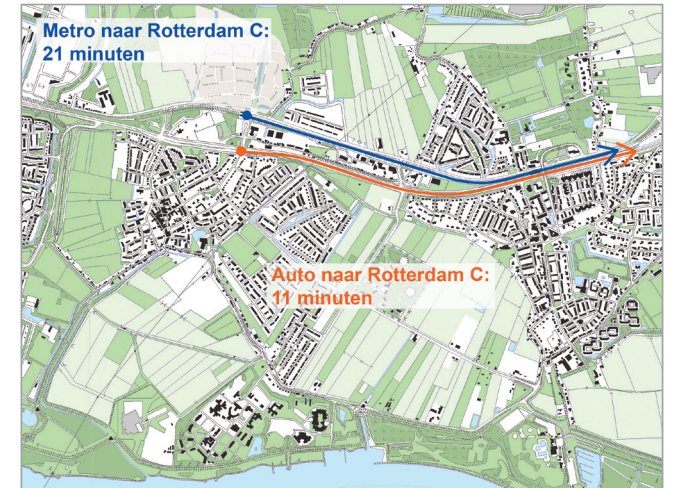
Poortugaal: basisvoorzieningen



Poortugaal: historisch centrum



Poortugaal: nieuwbouw



Poortugaal: ontsluiting

AANBEVELINGEN VANUIT DE RUIMTELIJKE ANALYSE

Uit de voorgaande ruimtelijke typering komt een aantal kansen naar voren. Door deze kansen te benutten kunnen de unieke ruimtelijke kwaliteiten van Albrandswaard worden versterkt en kan de gemeente zich duidelijk onderscheiden van de andere plaatsen binnen de Stadsregio Rotterdam.

- Albrandswaard kan zich met het agrarische karakter onderscheiden van de rest van de Zuidrand van Stadsregio Rotterdam: Nergens is nog echt boerenland te zien op zo'n korte afstand van het centrum van Rotterdam. Buurgemeente Barendrecht heeft ook de nodige groene ruimte, maar zij zetten bij de ontwikkeling hiervan vooral in op ruige, natte natuur en bos.

- Door te investeren in recreatieve voorzieningen werken aan een sterk imago en een aantrekkelijke woonomgeving: Als het in Albrandswaard fijn toeven is voor recreanten zullen meer mensen de gemeente ontdekken als potentiële nieuwe woonplaats.

- Zet in op stadslandbouw, agrarisch natuurbeheer, recreëren bij de boer en streekproducten: Dat de ruimte in Albrandswaard beperkt is voor levensvatbare landbouw wil niet zeggen dat er geen toekomst meer is voor de boeren. Als creatieve ondernemer kunnen zij een belangrijke rol spelen in het aantrekkelijk houden van de gemeente.

- Oorspronkelijke landschap versterken: De open ruimtes en de dijken met beplanting en bebouwing erlangs typeren het oude zeekeilandschap. Door deze landschappelijke kwaliteiten in stand te houden, blijft Albrandswaard herkenbaar als authentieke enclave binnen de Stadsregio.

- Nieuwbouw kleinschalig, afwisselend en traditioneel: Voorkom dat Albrandswaard te veel op Barendrecht gaat lijken door geen grote nieuwbouwwijken meer te bouwen. Kleinschalige, afwisselende projecten dragen bij aan het organische dorps karakter. Nieuwbouw hoeft niet noodzakelijkerwijs historiserend te zijn, als het maar past binnen de context. Een goede architect is in staat om eigentijdse gebouwen te ontwerpen die toch verwijzen naar de lokale bouwtradities.



Albrander streekproducten



Albrander Vlechtbrood



Albrander Brandnetelkaas



Albrander Bramentaart

Albrander Brandewijn



4. VISIE OP DE IDENTITEIT

Om een heldere toekomstvisie op de identiteit van de gemeente Albrandswaard te krijgen is een gefocuste en onderscheidende uitwerking gemaakt van de aanbevelingen uit de analyse. We zijn daarbij gedisciplineerd te werk gegaan door niet te veel verschillende zaken in de profilering te betrekken, maar juist een heldere keuze te maken voor het authentieke, landelijke karakter. Op deze manier kan de gemeente Albrandswaard opvallend zichzelf blijven, ten opzichte van de omliggende gemeenten in de Stadsregio Rotterdam.

HOTSPOTS IN HET GROEN

Albrandswaard onderscheidt zich van de omgeving door het authentieke, landelijke karakter. De landschappelijke kwaliteiten zijn een belangrijke factor in de aantrekkelijkheid en het onderscheid ten opzichte van met name Barendrecht. Door in te zetten op authentieke, landelijke recreatie zullen veel meer mensen Albrandswaard ontdekken, misschien wel als toekomstige woonomgeving.

De gemeente speelt een belangrijke rol bij het scheppen van kaders en mogelijkheden voor de ontwikkeling van authentieke, landelijke recreatie. Het belangrijkste lijkt een comfortabel, aantrekkelijk en veilig netwerk van recreatieve routes en verbindingen. Daarnaast zou een aantal zogenoemde hotspots kunnen worden aangewezen waar investeringen en clustering van recreatieve voorzieningen kansrijk zijn. Met een gefocust plan voor deze verschillende hotspots heeft de gemeente Albrandswaard veel potentie om zich concreet en onderscheidend op de



kaart te zetten. De hotspots kunnen verder helpen bij het bepalen van randvoorwaarden voor steun aan ondernemers die dagrecreatie willen bevorderen en aan boeren die hun bedrijf willen verbreden. Zo kan een beleid worden opgesteld voor het verstrekken van horecavergunningen, starterssubsidies en huisvestingondersteuning in historische monumentale boerderijen of dorpspandjes en andere initiatieven die passen binnen de nieuwe identiteit van Albrandswaard. Het stimuleren van een verbrede landbouw sluit aan op de huidige consumententrend van duurzaamheid, biologische en veilige voeding en interesse in eigen streekproducten.

DOORVERTALING IN VIER AUTHENTIEK LANDELIJKE WOONCONCEPTEN VOOR VIER DOELGROEPEN

Het bovenstaande concept voor de authentieke, landelijke recreatie is goed door te trekken in het woonbeleid. De recreatieve hotspots kunnen aanleiding geven tot bijzondere landelijke woonmilieus en deze bovendien – als vanzelf tijdens een fietstocht gebeurt - promoten. Op deze manier ontstaat een kruisbestuiving tussen ruimtelijke kwaliteit, recreatie en wonen op een wijze zoals die alleen in Albrandswaard kan worden gerealiseerd. Aan de hand van de woonbehoefte, lifestyle en het budget van huishoudens is een vertaalslag gemaakt naar vier doelgroepen die model staan voor bewoners van het (toekomstige) Albrandswaard die in de verschillende woonconcepten geïnteresseerd zouden kunnen zijn.

Het Dorpslint voor Het Jonge Gezin

Het bijzondere dorpslint van Poortugaal biedt inspiratie voor het woonconcept Dorpslint. Dit betekent niet dat het dorpslint ook daadwerkelijk vlakbij het centrum van Poortugaal moet komen te liggen, maar wel dat het qua sfeer herkenbaar is. Het dorpslint is een smalle, slingerende woonstraat. de bebouwing langs het lint is maximaal twee lagen met kap en vormt een gesloten wand. De gevels zijn individueel vormgegeven. Aan de achterzijde van het lint is ruimte voor parkeren en buiten spelen. Het Jonge Gezin staat model voor bewoners die zich hiertoe aangetrokken voelen. Bij de vorming van een jong gezin ontstaat vaak de behoefte een grondgebonden woning met tuin te bewonen. De wens om voor het jonge kind geschikte oppas bij de ouders (in de buurt) en een vertrouwde school te vinden draagt hieraan bij. Het dorpslint kan een geschikt woonconcept zijn voor dit profiel.

Het Dorpslint



geïnspireerd door het Dorpslint van Poortugaal



Referentiebeelden



HET JONGE GEZIN



Een grote tuin is een must

gezellig



Als het nodig is, kunnen we er een extra slaapkamer bij laten maken

eigenwijs



Een frisse, moderne woning in een vertrouwde omgeving

De kinderen kunnen hier lekker buiten spelen



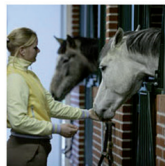
Het Landhuis voor De Carrière Doorstromer

Het Kasteel van Rhoon en de statige landhuizen langs de Rijsdijk en Dorpsdijk bieden aanknopingspunten om ook nieuwe statige landhuizen te realiseren. Het landhuis is vrijstaand en heeft een monumentaal karakter, bij voorkeur met een vrij uitzicht of een oprijlaan. Wellicht kan een aantal landhuizen gecombineerd worden met een manege. Ondanks de crisis op de woningmarkt zijn er groepen die doorgroeien. De Carrière Doorstromer gaat het goed met de zaken en hij ervaart een hoog en stijgend inkomen. De huidige woning heeft nog steeds een grote overwaarde. Er is behoefte aan een grotere kavel met meer vrijheid rond de woning. Naast vrijstaande woningen komen ook zeer ruime tweekappers hieraan tegemoet. Men zoekt voldoende ruimte voor auto's en om wat te kunnen klussen. Aan de woning mag gezien worden dat het ze goed gaat. Het woonconcept landhuis sluit hierop aan.

Het Landhuis



geïnspireerd door het Kasteel van Rhoon en de villa's langs de Rijdsijk



Referentiebeelden

DE CARRIÈRE DOORSTROMER



Wel een nostalgische sfeer, maar geen gedoe met onderhoud



Thuis wil ik rust en ruimte



We hebben er hard genoeg voor gewerkt



In Albrandswaard hebben we leuke burens



Het Dijkgehucht voor De Rust en Ruimte Zoeker

Zorgboerderij Buytenhof staat symbool voor het nieuwe boerenland. Aangenaam wonen speelt in het nieuwe boerenland ook een belangrijke rol. Op verschillende plekken in het dijkenlandschap zouden nieuwe dijkgehuchten kunnen ontstaan; Een cluster moderne dijkhuisjes, misschien wel met een gemeenschappelijke moestuin.

Niet iedereen wil nabij een druk stadscentrum wonen en grote wat eenvormige Vinex nieuwbouwwijken bieden niet altijd de rust en sfeer van een kleine dorpskernen. Dat het voorzieningenniveau in een klein dorp daarbij wat achter kan blijven, neemt deze groep voor lief. Ze vallen voor de charme en de authenticiteit van de kleinere plaats waar het prettig onthaasten is. De grote stad wordt met de auto in 20 minuten bereikt. Een wat romantisch dorpse uitstraling kan deze groep laten verhuizen naar Albrandswaard. Het dijkgehucht kan een geschikt woonconcept zijn dat hierop aansluit.

Het Dijkgehucht



geïnspireerd door Zorgboerderij Buytenhof



Referentiebeelden

DE RUST- EN RUIMTE ZOEKER



Een veilige omgeving voor de kinderen



...en het magnifieke landschap

Je zit toch zo weer in de stad



We zijn gevallen voor de stijlvolle detaillering...



De romantiek van het dorpsleven

Het Slot voor De Verzilveaar

De jachthaven en de golfbaan bieden aanknopingspunten voor de realisatie van luxe appartementen. Welgestelde senioren die van zeilen of golfen houden zullen zich hier thuis voelen. Deze appartementen zouden vormgegeven kunnen worden als robuuste complexen die geïsoleerd in de natuur staan, zoals een slot in de middeleeuwen als verdedigingswerk langs de rivier stond. Dat de Nederlandse bevolking door vergrijzing aan het veranderen is, gaat ook aan Albrandswaard niet voorbij. De bewoners van Het Slot zijn emptynesters die nu nog in een te grote woning met grote tuin wonen. Ze zoeken een wat kleiner maar wel chique en comfortabel woning.

Dit profiel bevindt zich over het algemeen in een goede financiële positie met een grote overwaarde op de woning. Ten aanzien van het verhuisgedrag zien we door de crisis een wat afwachtende houding. De groep woont nu veelal riant, waardoor een urgentie om te verhuizen niet direct aanwezig is. Wij verwachten echter dat indien de lagere waarde van de huidige woning als een voldongen –en te incasseren - feit wordt gezien, dit profiel een volgende stap in de wooncarrière zal zetten. Het veilige woonconcept het slot kan aansluiten op de behoefte van dit profiel.

Het Slot



geïnspireerd door de jachthaven en de golfbaan



Referentiebeelden



DE VERZILVERAAR



Netjes en overzichtelijk
Vooral gelijkvloers



Een tuin hoeft niet meer,
maar wel een ruim terras



Hier kunnen we
comfortabel oud worden



Praktisch, maar wel sfeervol



Een stijlvolle uitvalsbasis,
want we gaan veel reizen



BIJLAGE 1

Marktscan® methode

DE MARKT ALS UITGANGSPUNT NEMEN

More for You bv helpt bij het verschaffen van inzicht in ontwikkelpotentie en haalbaarheid van een gebiedsontwikkeling. We doen dit door naar een optimalisatie te zoeken vanuit de samenhang van de drie componenten markt, ruimte en middelen. De marktpotentie wordt daarbij als uitgangspunt genomen en is leidend voor het bepalen van de rendement en risico's voor het plangebied.

Met een indicatieve vertaling naar stedenbouw en verkoopprijzen wordt een beeld geschetst van een haalbare marktgerichte ontwikkeling. De aanpak bestaat uit twee delen; een verkenning en een visie.

1. EEN VERKENNING VANUIT MARKT EN RUIMTE

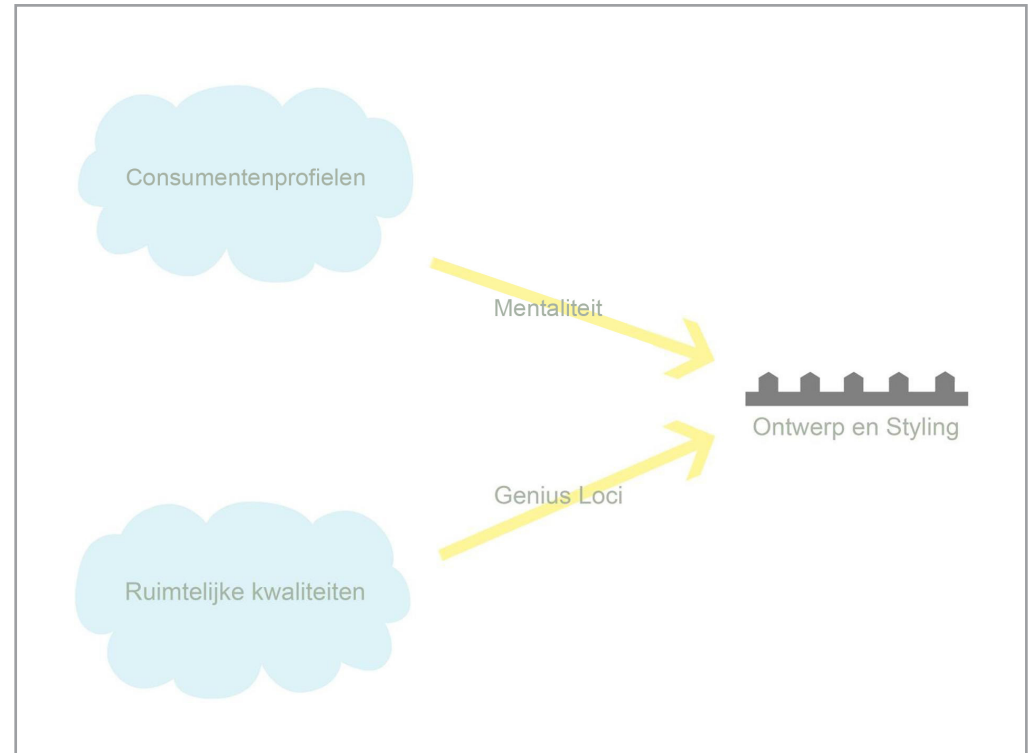
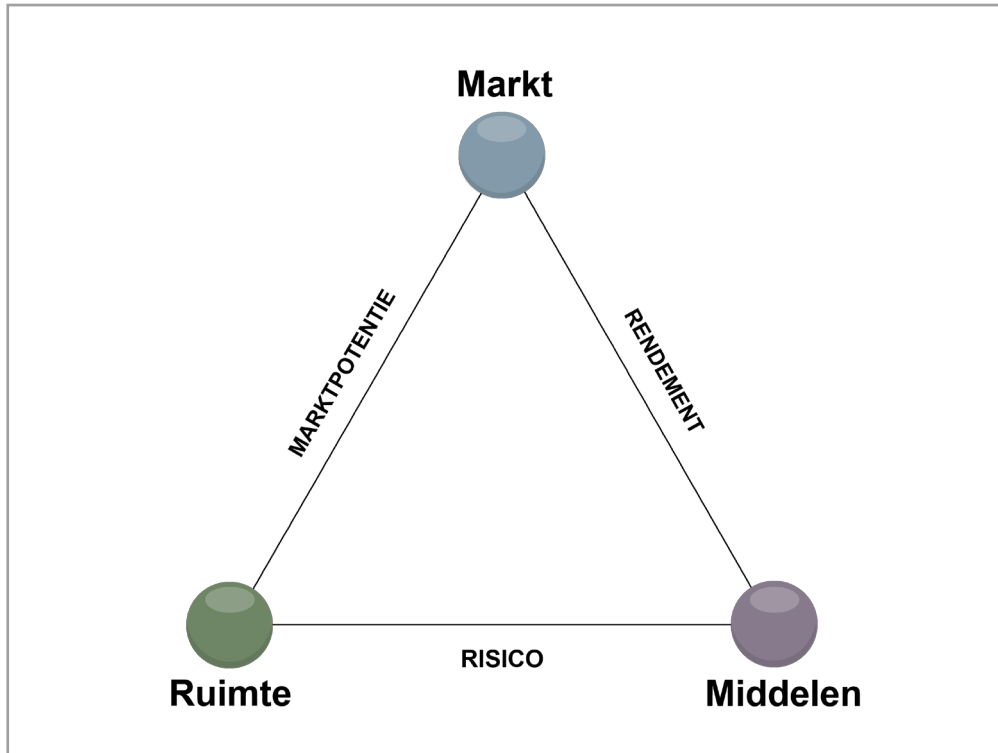
Hierin worden twee analyses gemaakt ten einde de marktvraag en de kwaliteiten van de locatie optimaal te benutten:

A. Relevante consumentenprofielen die zich lokaal manifesteren worden met de marktscan® gedetailleerd en onderbouwd gevisualiseerd, gekwantificeerd en gelokaliseerd, met name het woongedrag, budget en stijlvoorkeuren. Er wordt ingezoomd op mogelijke kansrijke, haalbare doelgroepen, inclusief hun aspiraties en mentaliteit. (zie bijlage voor verdere toelichting van de methode)

B. Kansen en knelpunten worden vanuit de context van de omgeving en de dynamiek van de locaties letterlijk - in kaart gebracht. In de ruimtescan® worden de ruimtelijke kwaliteiten en de eigenheid van de locatie en omgeving – de Genius Loci –bepaald.

2. EEN ONDERBOUWDE VISIE.

Deze fase noemen we concepting®, waarin aan de hand van behoeftes, lifestyle, mentaliteit en budget van doelgroepen een vertaalslag gemaakt wordt in woonvolumes, prijzen en styling. Daarbij wordt in een gestructureerd creatief proces met onze 'woonmomenten' de wisselwerking met de kwaliteiten van de locatie gezocht. Het wordt uitgewerkt in suggesties voor de woningen en de openbare leefomgeving. Met suggesties voor een onderscheidende branding en marketingstrategie wordt het zicht op een unieke identiteit gecompleteerd. Dit vergroot de kans op een succesvolle positionering in de markt.



In de marktscan® wordt met moderne consumenten research en marketingtechnieken inzicht verschaft in de locale marktomstandigheden. Relevante consumentenprofielen die zich lokaal manifesteren worden gedetailleerd en onderbouwd gevisualiseerd.

Om een beeld te krijgen van de samenstelling van de bevolking hanteert More for You 10 consumentenprofielen voor segmentatie en doelgroepbepaling. Deze profielen kunnen gelokaliseerd worden door ze te koppelen aan de postcodegebieden. Hiermee kan een locatie-afhankelijk advies gegeven worden. Dit kan op verschillende schaalniveaus, waardoor we kunnen inzoomen van de regio naar de wijkdelen en straten.

De profielen zijn gebaseerd op socio – demografische en economische kenmerken, die zijn verrijkt met 150 aanvullende statistische kenmerken. Hierdoor kan een scherp beeld van de consumenten in een bepaald gebied geboden worden. Een beeld dat verder gaat dan sociologische en waarde oriëntatie. Het profiel geeft inzicht in (woon) gedrag en (stijl)voorkeuren.

De data is onder andere opgebouwd uit databronnen van CBS, TNT, WDM, Stichting Selectieve Post en Kadata.



Op de rechterpagina ziet u een korte typering van de 10 **consumentenprofielen** die More for You hanteert.

De profielen worden tot leven gebracht met een typering van het gedrag rond wonen, reizen en vrije tijd, inclusief een omschrijving van de groep en een quote.

Per profiel is telkens een indicatie gegeven van de typering van deze groepen bij andere segmentatiemodellen die gehanteerd worden.



More for You Consumentenprofielen

POSTMODERNE INTELLECTUELEN

WONEN **VERVOER** **VRIJE TIJD**

Hoopgeplenden tussen 35 en 60 jaar. Welstandige, sportieve alleenstaanden, DINK's of kleine gezinnen wonend in het centrum van grote steden. Waardering voor stedelijke levenswijze, herkenbare identiteit en historische architectuur. Interesse in kunst en cultuur, koken en vooringsrichting. Hun vrije tijd besteden ze divers: cafés, concerten en musea worden regelmatig bezocht. Ook lezen ze graag literaire romans.

Cultureel actief: "Haal jij de kaartjes, dan reserveer ik het eten."

JONGE SINGLES

WONEN **VERVOER** **VRIJE TIJD**

Studenten en alleenstaanden tot 35 jaar die (nog) niet veel te besteden hebben. Wonend in een huurwoning in (grote) steden. Ze zoeken goedkope woonruimte in een levendige omgeving, tennissen van alle voorzieningen. Houden van muziek, film en uitgaan. Internet wordt gebruikt voor het zoeken naar vacatures, chatten en netwerken. Tijdens hun vakanties aanblijven ze de zon op de camping of maken ze een rondreis.

Vrijheid bijheid: "Dan bij we ik als we er zijn."

MULTICURELEEN

WONEN **VERVOER** **VRIJE TIJD**

Multiculturisten tussen 35 en 54 jaar, vaak alleenstaand. Wonend in een huurwoning in zeer sterk stedelijk gebied. Ze zijn op zoek naar een strakke, betaalbare woning in een gemengde buurt. Ze hebben een laag bestedingsbedrag, doen hun inkopen in de goedkopere winkels en boodschappen. In hun vrije tijd kijken ze graag films. Ze volgen de actualiteit middels het lezen van gratis dagbladen en spelen mee met loterijen.

Lit alle vindstroken: "Wat we over houden gaat naar de familie."

SOCIALE SENIOREN

WONEN **VERVOER** **VRIJE TIJD**

Alleenstaanden of stellen van 60 jaar of ouder, vaak met kleinkinderen. Wonend in goedkope huurwoningen, service flats of bejaardewoningen in een rustige, nette, groene omgeving, in de buurt van familie. Ze genieten van hun kleine pensioen of werken om andere redenen niet. Ze houden van spelletjes en quizen, handwerken, kerkbezoek en kruiswoordpuzzels. Ze beproeven hun geluk in kansspelen en loterijen.

Bingo! "Ik doe al 40 jaar op dinsdag de buitenboel."

ONDERNEMENDE SENIOREN

WONEN **VERVOER** **VRIJE TIJD**

Ondernemende paren en alleenstaanden van 60 jaar of ouder. Wonend in een confortabele flat of appartement in een nette buurt met goede voorzieningen. Zijn met pensioen of werken om andere redenen niet. Ze hebben verschillende interesses, zoals kunst, cultuur, natuur en antiek. In hun vrije tijd zijn ze actief in de kerk en doen ze aan bridge, puzzelen en vrijwilligerswerk.

Kwaliteitstijl: "Wij maken ieder jaar een paar culturele stedentrips."

OUDERE MODALE GEZINNEN

WONEN **VERVOER** **VRIJE TIJD**

Modale gezinnen met thuis- of uitwonende kinderen. De kostwinner is tussen de 45 en 74 jaar. Ze wonen in een koopwoning in weening tot mistig stedelijk gebied, in een 2-onder-1-kap-, hoek- of rijtjeshuis. Ze zoeken een nette woning in een geboren buurt. Ze gaan naar de kerk en doen aan vrijwilligerswerk. Doneren aan organisaties gericht op missiebereiding, gezondheid, rampen en andere goede doelen.

Bezige bij: "We helpen elkaar hier graag een handje."

PROVINCIALE GEZINNEN

WONEN **VERVOER** **VRIJE TIJD**

Grote gezinnen met oudere thuis- of uitwonende kinderen. Wonend in een vrijstaand huis of boerderij in (hele) kleine dorpen. Ze zoeken een traditionele, grote woning op ruime kavels. Ze hebben een gemiddeld tot hoog bestedingsbedrag. In hun vrije tijd doen ze veel aan sport, houden van koken, kussen en rijden motor. In de vakantie blijven ze in de Benelux. Ze luisteren naar regionale radioprogramma's.

Oost west thuis best: "Samen uit, samen thuis."

BUURTGERICHTE BURGERS

WONEN **VERVOER** **VRIJE TIJD**

Huishoudens met een modaal inkomen. De kostwinner is tussen de 35 en 54 jaar. Wonend in rijtjeshuizen in (kleine) steden, vaak een huurhuis. Ze zijn op zoek naar een betaalbare woning, in gezellige buurt, met voldoende ontmoetingsplekken. Doen veel aan chatten en gamen. Ze zijn prijsbewust en postordergevoelig. Ze kijken graag naar soaps, series, reality TV en zijn geïnteresseerd in ereclen en kansspelen.

Recht voor zijn raap: "Niks boven een potje beer en een lekker balletje."

WELGESTELDE (BIJNA) EMPTYNESTERS

WONEN **VERVOER** **VRIJE TIJD**

Zeer welgestelde gezinnen met oudere of uitwonende kinderen. Wonend in een representatief koophuis, vaak een vrijstaand huis of twee-onder-1-kap in een omgeving met veel privacy. Kostwinner is tussen 45 en 69 jaar. In hun vrije tijd doen ze aan tennis en golf en gaan ze op wintersport. Verder houden ze zich bezig met belangen en zijn ze geïnteresseerd in cultuur, kunst en wijnen.

Chique sportief: "Wij golten regelmatig."

JONGE MODERNE GEZINNEN

WONEN **VERVOER** **VRIJE TIJD**

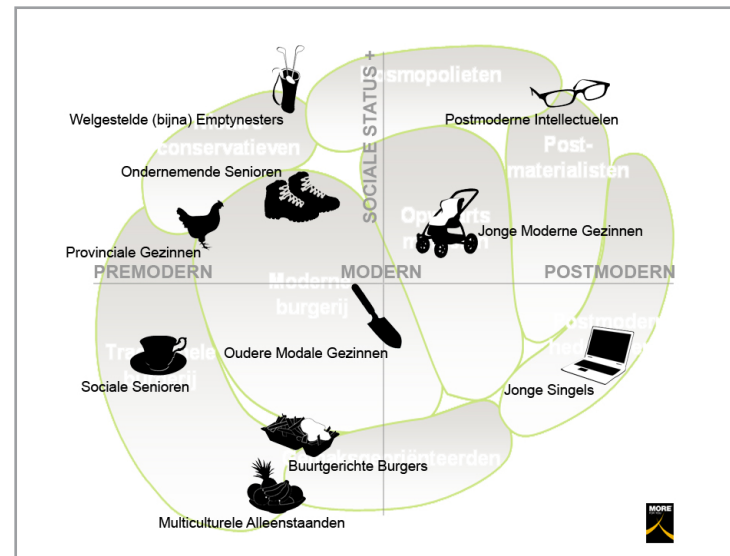
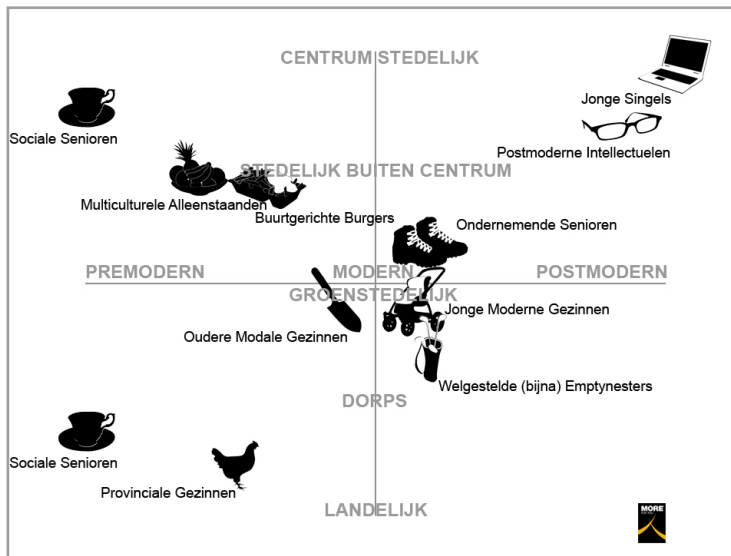
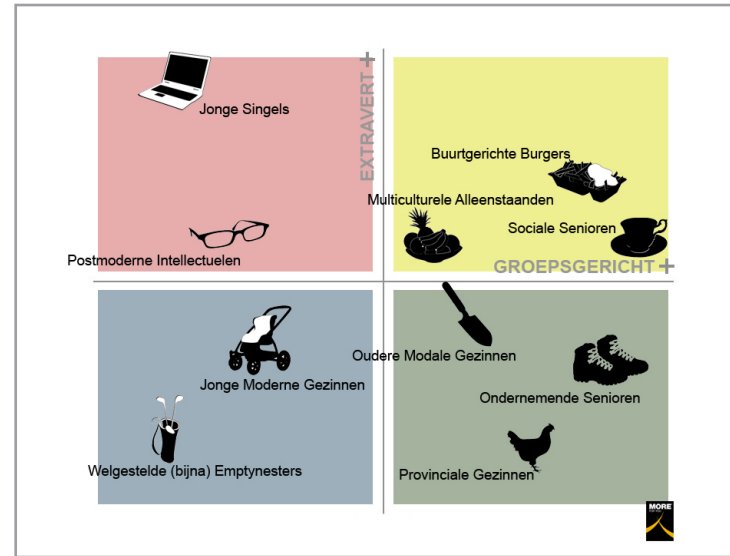
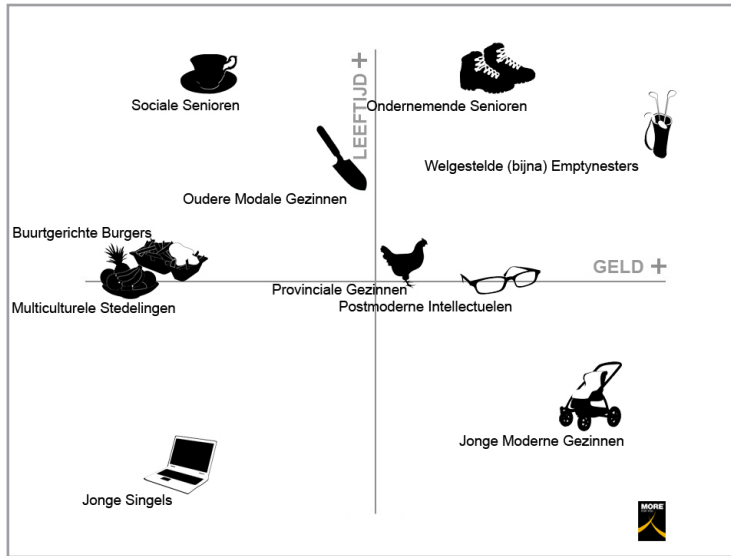
Fulltime werkende tweeverdieners, vaak met jonge kinderen. Ze hebben een hoog inkomen en wonen veelal in een koopwoning in een (dorpje) dichtbij de stad. Een rustige omgeving en goede uitvalswegen zijn het belangrijkste. Ze zijn geïnteresseerd in vooringsrichting, koken en belleggen. Ze zijn zeer actief op internet en bezitten de modernste elektronica.

Gadgets: "We brengt de kinderen?"

Op de rechterpagina zijn de 10 consumentenprofielen afgezet tegen verschillende assen waardoor een beeld ontstaat van de **onderlinge positionering van de profielen**.

segmentatiemodellen:

1. inkomen/vermogen en leeftijd
2. psychografische segmentatie volgens BSR-model
3. woonmilieu / waarden
4. sociale status en waarden volgens SigmalII



BIJLAGE 2

Marktdata
