

To become and stay the number 1



Markt- en marketinganalyse

Mei 2005

Datum,
26 mei 2005

In opdracht van,
Meeùs makelaars Den Haag
Laan van Nieuw Oost-Indië 123
2509 AK Den Haag

Opdrachtgever,
F.W. van der Kraan

Opdrachtnemer,
Anja Oosterling

Voorwoord

Voor u ligt het resultaat van mijn afstudeeropdracht, een markt- en marketinganalyse. In opdracht van de directeur wonen van Meeùs makelaars Den Haag heb ik onderzoek gedaan naar vier hoofdpunten. Als eerste heb ik de markt waarop Meeùs makelaars Den Haag actief is in kaart gebracht, vervolgens heb ik bekeken wat de beweegredenen van consumenten zijn om tot de keuze voor een makelaar te komen. Ten derde heb ik naar het gedrag en de werkwijze van geselecteerde concurrenten gekeken. Vervolgens heb ik in kaart gebracht, wat marketing en communicatie kan toevoegen in de makelaardij. Als laatste heb ik het landelijke marketingbeleid van de Meeùs organisatie vergeleken met de marketingactiviteiten op vestigingsniveau.

Het onderzoek is uitgevoerd door middel van desk- en fieldresearch. Tevens heb ik hulp gekregen van de organisatie OMAweb die voor mij alle gegevens van de geselecteerde concurrenten in kaart gebracht hebben.

Hierbij wil ik graag de heer F.W. van der Kraan bedanken voor het verstrekken van de opdracht en in het in mij gestelde vertrouwen. Maar ook voor zijn betrokkenheid, begeleiding en advies gedurende mijn afstudeerperiode. Daarnaast wil ik een ieder bedanken die, op welke wijze dan ook, bij mijn afstudeeropdracht betrokken is geweest voor de tips, raadgeving en hulp.

Tenslotte hoop ik dat u zich na het lezen van dit rapport een goed beeld kunt vormen van de woningmarkt in de gemeente Den Haag en Leidschendam-Voorburg, de gedachte van consumenten die gebruik maken van de dienst woning makelaardij, de werkwijze van de geselecteerde concurrenten en de mogelijkheden met betrekking tot het marketingbeleid. Verder vertrouw ik er op dat dit rapport helderheid geeft over hoe de markt in Den Haag en Leidschendam-Voorburg bediend moet worden. Daarnaast hoop ik dat door middel van dit rapport en de daaruit voortvloeiende conclusie, Meeùs makelaars Den Haag, waar nodig, haar vestigingsbeleid kan aanpassen aan de markt waarop zij actief is.

Inhoudsopgave

	4
Inleiding	5
Samenvatting	6
Hoofdstuk 1: Marktanalyse	8
§ 1.1 Regio Den Haag	8
§ 1.2 Gemeenten indeling	9
§ 1.3 Relevante marktcijfers	12
§ 1.4 Matrix van de marktcijfers	12
§ 1.5 Deelconclusie	15
Hoofdstuk 2: Consumentengedrag	16
§ 2.1 Inleiding	16
§ 2.2 De klanten van een makelaar	16
§ 2.3 Wel of geen makelaar inschakelen?	17
§ 2.4 Het in contact treden met een makelaar	18
§ 2.5 Het kiezen van een makelaar(skantoor)	18
§ 2.6 De rol van het NVM lidmaatschap bij het selectieproces	19
§ 2.7 Deelconclusie	19
Hoofdstuk 3: Concurrentieanalyse	20
§ 3.1 Inleiding	20
§ 3.2 Wat is concurrentie?	20
§ 3.3 Meeùs of de concurrent?	21
§ 3.4 De concurrenten van Meeùs makelaars Den Haag	21
§ 3.5 Transactieanalyse van de concurrenten	22
§ 3.6 Kwaliteitsanalyse van de concurrent	27
§ 3.7 Deelconclusie	48
Hoofdstuk 4: Marketing- en communicatieanalyse	50
§ 4.1 Inleiding	50
§ 4.2 Theorie marketingstrategie	50
§ 4.3 Marketingmix voor de makelaardij	51
§ 4.4 Het communicatieproces	55
§ 4.5 De effecten van marketing en communicatie	56
§ 4.6 Deelconclusie	56
Hoofdstuk 5: Marketingbeleidanalyse	58
§ 5.1 Landelijke marketingbeleid	58
§ 5.2 Marketingbeleid op vestigingsniveau	61
§ 5.3 Deelconclusie	61
Conclusie	63
Literatuurlijst	66
Bijlage	
Bijlage 1 Wijkindelingen	
Bijlage 2 Marktcijfers	
Bijlage 3 Interview	
Bijlage 4 Telefonische enquête	
Bijlage 5 Transactiegegevens	

Inleiding

Deze rapportage zal antwoord geven op de vraag: Welke mogelijkheden heeft Meeùs makelaars Den Haag om haar aantal transacties te vergroten aan de hand van het vestigingsbeleid?

De opdrachtgever, Meeùs makelaars Den Haag, wil door deze rapportage, middels een analyse inzicht krijgen in de markt waarop zij actief is, de beweegredenen van consumenten, het werkgebied en de werkwijze van de geselecteerde concurrenten en de marketing en communicatie middelen die een belangrijke rol spelen binnen de makelaardij.

Het doel van deze rapportage is om door het beantwoorden van de vraag, inzicht te verkrijgen hoe de regionale markt waarop zij actief zijn bediend moet worden en een inzicht te krijgen of dit vanuit één of meerdere vestigingen dient te geschieden. De directie van Meeùs makelaars Den Haag wil dit weten omdat er binnen de onderneming verschillende opvattingen zijn over hoe de markt bediend moet worden.

Om een zo goed mogelijk een beeld te scheppen van de markt waarop Meeùs makelaars opereert en de marketingactiviteiten die op deze markt ondernomen worden, heb ik door diverse invalshoeken de markt en de marketing geanalyseerd. Deze invalshoeken vormen tevens de basis voor de opbouw van deze rapportage. Achtereenvolgens vindt u de volgende hoofdstukken in dit rapport:

- Marktanalyse;
- Consumentengedrag;
- Concurrentieanalyse;
- Marketing- en communicatieanalyse;
- Marketingbeleidanalyse.

In het eerste hoofdstuk wordt een beschrijving gegeven van de markt waarop Meeùs actief is en worden relevante marktgegevens in een matrix weergegeven met een daaruit afgeleiden analyse. Het tweede hoofdstuk staat in het teken van het gedrag van consumenten, centraal staat wat haar beweegredenen zijn bij het kiezen van een makelaar. In hoofdstuk drie worden acht, door de opdrachtgever, geselecteerde concurrenten beschreven. Per concurrent wordt cijfermatig informatie gegeven over de transacties die zij verricht hebben. Daarnaast worden de concurrenten geanalyseerd op uitstraling van het kantoor, klantvriendelijkheid van het personeel en het commercieel gevoel van de medewerkers. Hoofdstuk vier zal in kaart brengen welke rol marketing en communicatie in de makelaardij kan spelen, hoofdstuk vijf staat in het verlengde van hoofdstuk vier, hier zal in gegaan worden op enerzijds het landelijke marketingbeleid van de Meeùs organisatie en anderzijds de marketingactiviteiten op vestigingsniveau en de samenhang en het verschil van deze twee.

Alle vijf de hoofdstukken beginnen met een inleiding en eindigen met een deelconclusie. Voor hoofdstuk één vind u een samenvatting, die in het kort de belangrijkste bevinding uit de vijf hoofdstukken weergeeft. Na de vijf hoofdstukken vind u de eindconclusie die antwoord geeft op de vraag: welke mogelijkheden Meeùs makelaars Den Haag heeft om haar aantal transacties te vergroten aan de hand van het vestigingsbeleid. Hierbij worden geen aanbevelingen gedaan, noch een implementatieplan opgesteld. Ten slotte vind u de literatuurlijst, waarin alle bronnen genoemd worden, welke als informatiedrager voor deze rapportage gediend hebben. Bij het rapport is tevens een bijlage toegevoegd, die ondersteunende informatie bevat.

Samenvatting

In deze markt- en marketinganalyse draait het om de vraag welke mogelijkheden Meeùs makelaars Den Haag heeft om haar aantal transacties te vergroten aan de hand van het vestigingsbeleid. De opdrachtgever wil middels deze analyse in kaart gebracht hebben of de markt waarop zij actief is bediend moet worden uit één of meerdere vestigingen. Om een goed antwoord te kunnen geven op deze vraag moet de markt waarop zij actief is geanalyseerd worden, moet gekeken worden naar het gedrag van de consumenten en van de concurrenten, moet de toegevoegde waarde van marketing en communicatie in kaart gebracht worden en moet het eigen marketingbeleid geanalyseerd worden.

Om de inhoud van het rapport weer te geven, zal ik onderstaand in een samenvatting een kort en bondig overzicht geven van de inhoud van deze rapportage.

Meeùs makelaars Den Haag is actief in de Haagse regio, die volgens de NVM wordt gevormd door de zevental gemeenten: Leidschendam, Rijswijk, 's Gravenhage, Voorburg, Voorschoten, Wassenaar en Zoetermeer. In deze rapportage is er voor gekozen om alleen de marktgegevens van de gemeenten Den Haag en Leidschendam-Voorburg te analyseren. Met het doel inzicht te verwerven in welke wijken binnen de gemeenten aantrekkelijk zijn. Hieruit komt naar voren dat 31 van de 34 wijken in de gemeente Den Haag courant zijn en 18 van de 24 wijken in Leidschendam-Voorburg. Echter kunnen al deze 49 wijken niet vanuit het regionale kantoor Meeùs Den Haag, aan de Laan van Nieuw Oost- Indië, bediend worden.

In hoofdstuk twee heb ik gekeken wat de reden is dat consumenten een makelaar inschakelen, de belangrijkste redenen is de onkunde van de consument zelf met betrekking tot het product makelaardij. Daarnaast is het ook praktische omdat het makelaarskantoor alles regelt voor de consumenten. Bij het verstrekken van de dienst aan een makelaar, selecteert de klant eerst een aantal makelaarskantoren, meestal zijn dit de makelaarskantoren die in de buurt gevestigd zijn en een goede naamsbekendheid hebben. Daarna is het de taak aan de makelaar in te spelen op de wensen en behoeften van de consument. Waarbij enigszins ingespeeld moet worden op de emotie van de consument en wederzijds vertrouwen opgebouwd moet worden. Dit zijn uiteindelijk de factoren waarop de meeste consumenten hun keuze voor een bepaalde makelaar baseren.

De opdrachtgever heeft van de 196 concurrenten, op woningmarkt van de gemeente Den Haag en Leidschendam-Voorburg, een achttal concurrenten geselecteerd. Bij het analyseren van de transacties gegevens, blijkt dat aan de hand hiervan het imago bepaald kan worden van het makelaarskantoor. Hieruit blijkt dat een aantal makelaars de functie van buurtmakelaar op zich nemen, een ander alleen actief is in het hoge segment van de markt of juist de gehele markt bedient. Bij het bekijken van de cijfers van Meeùs makelaars Den Haag kan geconcludeerd worden dat zij geen bepaalde marktpositie in de markt inneemt. Zij verricht in alle segmenten en wijken van de gemeenten Den Haag en Leidschendam-Voorburg transacties. Ook is er gekeken naar de kwaliteit van de concurrenten, opvallend hierbij was dat het commerciële gedrag van de meeste makelaarskantoren te wensen overliet.

In hoofdstuk vier ben ik ingegaan op de toegevoegde waarde van marketing en communicatie in de makelaardij. Het product makelaardij is ontastbaar en altijd terug te voeren naar de volgende vijf activiteiten:

- het aan- en verkopen van woningen;
- taxaties;
- het aan- en verhuren van woningen;
- nieuwbouw;
- activiteiten in onroerend goed voor niet woningen.

Ieder makelaars levert in beginsel hetzelfde product, hij moet er dus voor zorgen dat hij zich op een bepaalde wijze onderscheid van de concurrenten. Ten eerst moet hij de klant in laten zien wat de toegevoegde waarde van zijn product is daarnaast zal de makelaar ook tastbare elementen aan de dienst toemoeten voegen.

Een belangrijk element in de makelaardij is de naamsbekendheid, die een makelaarskantoor moet creëren. Dit kan in eerst instantie door gebruik te maken van algemene marketing. Een marketinginstrument wat ook erg effectief is binnen de makelaardij in positieve mond-op-mond reclame, echter kan het makelaarskantoor daar zelf geen directe invloed op uitoefenen. Daarnaast zal een makelaarskantoor medewerkers in dienst moeten hebben die in hun vrije tijd een netwerkrelatie opbouwen, waaruit opdracht voort vloeien. Echter bij het uitvoeren van een enkele marketingactiviteit in de makelaardij heeft het geen zin, het effect op het aantal transacties te meten. Marketing en communicatie heeft pas effect in de makelaardij wanneer al de bovengenoemde aspecten aanwezig zijn.

Het laatste hoofdstuk gaat in op het marketingbeleid van de landelijke Meeùs organisatie in vergelijking met het marketingbeleid op vestigingsniveau. Op dit moment is de landelijke marketing afdeling van de Meeùs organisatie bezig met het ontwikkelen van een nieuwe marketingbeleid, wat aansluit op de nieuwe strategie: focus 2008 op weg naar één Meeùs. De vestigings Meeùs Den Haag, heeft geen eigen marketingbeleid, zij moet het landelijke beleid volgen. Wel beschikt zij over de bevoegdheid, zelf marketingactiviteiten te ondernemen, echter moet er wel eerst toestemming gevraagd worden aan de landelijke marketing afdeling. Wel zijn ze binnen de vestiging Den Haag aan het onderzoeken, wat de mogelijkheden zijn meer zeggenschap te krijgen met betrekking tot marketingactiviteiten.

Uit de conclusie blijkt dat het niet reëel is de markt, bestaande uit de gemeenten Den Haag en Leidschendam-Voorburg te bedienen van uit één regionale vestiging in Den Haag. De gemeente Den Haag zal opgesplitst kunnen worden in drie deelmarkten naar wijken, waarbij elke deel markt over een eigen vestiging zal moeten beschikken. De gemeente Leidschendam-Voorburg zal ook een eigen vestiging moeten krijgen, gekeken naar de criteria van het vestigingsbeleid, wat voorschrijft dat een Meeùs vestiging gerechtvaardigd is in een gemeenten met meer dan 50.000 inwoners, voldoet de gemeente met 73.830 inwoners op 1 januari 2004. Voordat hier toe besloten wordt zal echter een vergelijkbare analyse gemaakt moeten worden voor in deze gemeente gevestigde concurrenten.

Hoofdstuk 1: Marktanalyse

In dit hoofdstuk zullen marktgegevens verwerkt worden van de markt waarop Meeùs makelaars Den Haag actief is. Eerst zal worden vastgesteld in welke regio zij actief is en welke gemeenten deel uitmaken van deze regio. Na vaststelling van de gemeenten, volgt een onderverdeling in wijken binnen de gemeenten. Om vervolgens over deze wijken marktgegevens in kaart te brengen. De cijfermatige marktgegevens zijn verwerkt in bijlage twee. De belangrijkste cijfermatige gegevens zijn verwerkt in een matrix en is terug te vinden in paragraaf § 1.4. Aan de hand van de matrix zal in de deelconclusie van dit hoofdstuk weergegeven worden wat aantrekkelijke wijken zijn voor Meeùs makelaars, om transacties te verrichten.

§ 1.1 Regio Den Haag

Meeùs makelaars Den Haag is actief in de Haagse regio. Voordat gestart kan worden met de marktanalyse zelf, moet in kaart gebracht worden, welke gebied precies de regio Den Haag vormt en welke gemeenten binnen dit gebied liggen.

Volgens de NVM, de brancheorganisatie waar Meeùs makelaars Den Haag lid van is, omvat de regio Den Haag de volgende gemeenten:

- Leidschendam;
- Rijswijk;
- 's Gravenhage;
- Voorburg;
- Voorschoten;
- Wassenaar;
- Zoetermeer.

Deze indeling heeft de NVM gebaseerd op de gemeentelijke indeling die landelijk gehanteerd wordt.

Binnen de Meeùs organisatie zelf wordt een andere regio indeling gehanteerd. Deze regio indeling, bestaat uit zes van de bovenstaande zeven gemeenten. De gemeente Zoetermeer wordt als een afzonderlijke regio beschouwd, deze gemeente heeft een eigen Meeùs kantoor. Dit is al eerder bepaald aan de hand het vestigingsbeleid, wat bepaald dat een vestiging van Meeùs gerechtvaardigd is in een gemeente met meer dan 50.000 inwoners.

Uitgaande van de NVM omvat de regio Den Haag een zevental gemeenten. In de marktanalyse zullen alleen de gemeenten 's Gravenhage en Leidschendam-Voorburg geanalyseerd worden. Tot deze keuze is besloten, omdat deze gemeenten in de buurt liggen van de vestiging Meeùs makelaars Den Haag aan de Laan van Nieuw Oost Indië. De gemeenten Voorburg en Leidschendam zijn in 2002 gefuseerd tot de gemeente Leidschendam-Voorburg en zijn dus als één geheel geanalyseerd.

§ 1.2 Gemeenten indeling

Om een goede marktanalyse te kunnen maken zullen de gegevens over de gemeenten Den Haag en Leidschendam-Voorburg niet alleen als geheel weergegeven worden. Cijfers die gaan over de gehele gemeente hebben weinig betekenis in de marktanalyse, omdat deze over een te groot gebied gaan aan de hand hiervan kunnen geen goede conclusies getrokken worden, daarom zal gebruik gemaakt worden van een gedetailleerde indeling.

De gemeente Den Haag kent drie verschillende indelingen, naar stadsdeel, wijkindeling en buurtindeling. De gemeente Leidschendam-Voorburg daarentegen kent alleen een wijkindeling en buurtindeling. Er zal binnen deze marktanalyse gewerkt worden met wijkindelingen, deze geeft een overzichtelijk en gedetailleerd beeld van de gegevens en is voor beide gemeente bekend. Een stadsdeel omvat een te groot gebied en tevens kent de gemeente Leidschendam-Voorburg geen stadsdelen. Een buurtindeling is te onoverzichtelijk om mee te werken daarom zal gewerkt worden met wijkindelingen.

Gemeente Den Haag

Voor de gemeente Den Haag bestaan verschillende wijkindeling, opgesteld door verschillende instanties. De wijkindeling die door het CBS en de gemeente Den Haag gebruikt worden zijn gelijk aan elkaar. De brancheorganisatie NVM en het daarop aangesloten makelaarsprogramma OMA kennen echter een andere wijkindeling. De verschillen tussen de twee wijkindelingen zijn niet groot, maar wel aanwezig. Zo kent de indeling van het CBS en de gemeente 44 wijken en die van de NVM en OMA 41.

De wijkindeling van de gemeente Den Haag, volgens het CBS en de gemeente Den Haag:

1	Oostduinen	23	Willemspark
2	Belgisch Park	24	Haagse Bos
3	Westbroekpark/Duttendel	25	Mariahoeve en Marlot
4	Benoordenhout	26	Bezuidenhout
5	Archipelbuurt	27	Stationsbuurt
6	van Stolkpark/Scheveningse Bosjes	28	Centrum
7	Scheveningen	29	Schildersbuurt
8	Duindorp	30	Transvaalkwartier
9	Geuzen- en Statenkwartier	31	Rustenburg en Oostbroek
10	Zorgvliet	32	Leyenburg
11	Duinoord	33	Bouwlust/ Vrederust
12	Bomen en Bloemenbuurt	34	Morgenstond
13	Vogelwijk	35	Zuiderpark
14	Bohemen, Meer en Bos	36	Moerwijk
15	Kijkduin en Ockenburgh	37	Groente- en Fruitmarkt
16	Kraayenstein	38	Laakkwartier en Spoorwijk
17	Loosduinen	39	Binckhorst
18	Waldeck	40	Wateringse veld
19	Vruchtenbuurt	41	Hoornwijck
20	Valkenboskwartier	42	Ypenburg
21	Regentessekwartier	43	Forepark
22	Zeeheldenkwartier	44	Leidschenveen

Een plattegrond van deze wijkindeling, vindt u in bijlage 1.1.

De wijkindeling van de gemeente Den Haag, volgens de NVM:

7900	Archipel	7921	Valkenboschkwartier
7901	Benoordenhout	7922	Vogelwijk
7902	Bezuidenhout	7923	Waldeck
7903	Binckhorst	7924	Zeehelden kwartier
7904	Vruchtenbuurt	7925	Zorgvliet
7905	Bohemen links	7926	Zuiderpark/ Moerwijk
7906	Bohemen rechts	7927	Van Stolkpark
7907	Bouwlust	7928	Westbroekpark/ Duttendel
7908	Centrum	7929	Belgische Park
7909	Duinoord	7930	Bloemenbuurt
7910	Hollands / Staatsspoor	7931	Bomenbuurt
7911	Kijkduin	7932	Heesterbuurt
7912	Loosduinen	7933	Kraaijenstein / Uithof
7913	Mariahoeve	7934	Houtwijk
7914	Marlot	7935	Zichtenburg
7915	Morgenstond	7936	Wateringse veld
7916	Regentessekwartier	7937	Ypenburg
7917	Scheveningen	7938	Leidschenveen
7918	Spoor/ Laakkwartier	7939	Vlietstreek
7919	Statenkwartier	7940	Boswijk
7920	Transvaal/Schilderswijk		

Gemeente Leidschendam-Voorburg

Voor de gemeente Leidschendam-Voorburg gaat het niet op dat de wijk indeling van het CBS en de gemeente gelijk zijn. Dit is in het verleden wel zo geweest echter de gemeente Leidschendam-Voorburg heeft onlangs een eigen nieuwe wijkindeling gemaakt. In onderstaande zullen beide wijkindelingen vermeld worden.

De wijkindeling van de gemeente Leidschendam-Voorburg volgens het CBS:

1	Voorburg-West	13	Leidschendam-Zuid
2	Voorburg-Oost	14	Damlaan
3	Damsigtkwartier	15	De Rietvink
4	Voorburg-Noord Oud	16	Wilsveen
5	Voorburg-Noord Nieuw	17	Park Leeuwenberg
6	't Loo	18	Prinsenhof
7	Essesteijn	19	Raadhuiskwartier
8	Voorburg-Centrum	20	Stompwijk
9	De Heuvel	21	Verzetsheldenwijk
10	De Zijde	22	Zeeheldenwijk
11	Duivenvoorde	23	Veursestraatweg-Noord
12	't Lien	24	Landelijk gebied

De wijkindeling van de gemeente Leidschendam-Voorburg, volgens de gemeente Leidschendam-Voorburg:

- 1 Voorburg Noord;
- 2 Bovenveen;
- 3 Voorburg West, Park Leeuwenbergh;
- 4 Voorburg Midden en Oud;
- 5 Essesteijn, Sytwende I en II;
- 6 Damsigt, Sijtwende III, IV en V, Verzetsheldenwijk, Raadhuiskwartier;
- 7 Damcentrum, Klein Plaspoelpolder, Zeeheldenwijk, Leidschendam Zuid;
- 8 Leidschenhage, De Heuvel, Park Veursehout;
- 9 De Zijde, Amstelwijk, Duivenvoorde, terrein Robbert Fleurystichting;
- 10 De Prinsenhof;
- 11 Rietvink, 't Lien;
- 12 Stompwijk en Buitengebied;

Een plattegrond van deze wijkindeling, vindt u terug in bijlage 1.2.

De NVM hanteert voor de gemeente Leidschendam-Voorburg een indeling gebaseerd op de oude situatie waar Leidschendam en Voorburg nog uit twee aparte gemeenten bestond. In het makelaarssysteem worden zij beide als aparte randgemeente van de gemeente Den Haag beschouwd, waar geen verder wijkindeling gehanteerd wordt.

In de marktanalyse zal gewerkt worden met wijkindeling met de oude wijk indeling van de gemeenten Leidschendam en Voorburg, wat ook de daadwerkelijk wijkindeling is zoals hij landelijke gehanteerd wordt. Een tweede reden dat hiervoor gekozen is dat de gemeente wel een nieuwe indeling hanteert alleen de benodigde gegevens zijn bekend naar de oude wijkindeling.

Aangezien de meeste informatie die relevant is voor de marktanalyse verstrekt wordt door het CBS en de gemeente zal voor de gemeente Den Haag de wijk indeling van de gemeente aangehouden worden en voor de gemeente Leidschendam-Voorburg de wijkindeling van het CBS. Wanneer er gegevens verwerkt worden die op een van de andere wijkindeling betrekking hebben zullen deze voorzover mogelijk aangepast worden naar de indelingen waarvoor gekozen is mee te werken.

§ 1.3 Relevante marktcijfers

Om de markt waarop Meeùs makelaars Den Haag actief is in kaart te brengen, zijn vele marktgegevens over het jaar 2004 opgevraagd en geanalyseerd. Daar het cijfermatige gegevens betreft, zijn deze opgenomen in bijlage twee. De volgende gegevens zijn in de bijlage in kaart gebracht:

- Aantal inwoners en huishoudens per wijk in Den Haag;
- Aantal inwoners en huishoudens per wijk in Leidschendam-Voorburg;
- Aantal woningen per wijk in Den Haag;
- Aantal woningen per wijk in Leidschendam-Voorburg;
- Aantal huur- en koopwoningen per wijk in Den Haag;
- Aantal huur- en koopwoningen per wijk in Leidschendam-Voorburg;
- Verhouding tussen huur- en koopwoningen in Den Haag;
- Verhouding tussen huur- en koopwoningen in Leidschendam-Voorburg;
- Aantal verkochte woningen naar prijsklasse per wijk in Den Haag;
- Gemiddelde verkoopprijs van de verkochte woningen per wijk in Den Haag;
- Gemiddeld aantal dagen dat woningen te koop staan per wijk in Den Haag;

De drie laatst genoemde aspecten zijn niet bekend voor de gemeente Leidschendam-Voorburg per wijk. Wel zijn de twee aspecten, aantal verkochte woningen naar prijsklasse en het gemiddeld aantal dagen dat woning te koop staan, bekend per afzonderlijke gemeente.

Aantal verkochte woningen naar prijsklasse in 2004 in de gemeente Voorburg:

€ 0 tot € 150.000:	182
€ 150.000 tot € 250.000:	120
€ 250.000 tot € 350.000:	81
€ 350.000 en meer:	61
Totaal:	444

Aantal verkochte woningen naar prijsklasse in 2004 in de gemeente Leidschendam:

€ 0 tot € 150.000:	333
€ 150.000 tot € 250.000:	180
€ 250.000 tot € 350.000:	100
€ 350.000 en meer:	144
Totaal:	757

Gemiddeld aantal dagen dat woningen te koop stonden in de gemeente Voorburg bedraagt 79 dagen en in de gemeente Leidschendam 68 dagen.

§ 1.4 Matrix van de marktcijfers

Om overzicht te creëren in de marktcijfers van de gemeenten Den Haag en Leidschendam-Voorburg, wordt in deze paragraaf van beide gemeente een matrix weergegeven, waarin de belangrijkste gegevens vermeld staan. Door het gebruik van kleuren is aangegeven welke wijken, binnen de gemeenten Den Haag en Leidschendam-Voorburg, voor Meeùs makelaars Den Haag aantrekkelijk zijn. Bij het bepalen van de aantrekkelijkheid zijn de cijfers getoetst aan courantheid en ligging ten opzichte van de vestiging Meeùs makelaars Den Haag aan de Laan van Nieuw Oost-Indië. Bij het beoordelen van de courantheid is gekeken naar het aantal inwoners en huishoudens per wijk, het aantal koopwoningen per wijk, de prijsdifferentiatie van de verkochte woningen en de periode dat de woningen in de wijk gemiddeld te koop stonden. De matrix van de gemeente Den Haag is uitgebreider dan die van de gemeente Leidschendam-Voorburg, zoals eerder aangegeven zijn een aantal gegevens van de gemeente Leidschendam-Voorburg niet beschikbaar of niet bekend naar wijkindeling.

Matrix gemeente Den Haag

Matrix gemeente Den Haag

Wijk nr.	Wijk naam	Aantal	Aantal	Woning	Koop	Huur	Prijsdifferentiatie verkochte woningen (x 1.000)				Totaal	Gemiddelde koopsom	Gemiddelde looptijd	
		inwoners	huishoudens	voorraad	woningen	in %	woningen	€ 0 tot € 150	€ 150 tot € 250	€ 250 tot € 350				€ 350 of meer
1	Oostduinen	10	0	10	5	62,5	3	-	-	-	-	-	-	-
2	Belgisch Park	7640	3990	3910	2198	57,1	1485	13	68	34	34	149	283955	92
3	Westbroekpark/Duttendel	2110	870	940	643	68,3	260	0	8	2	13	23	484359	80
4	Benoordenhout	12800	6410	6830	4760	71,7	1530	39	73	80	124	316	354074	89
5	Archipelbuurt	5870	3330	3510	1930	56,2	1372	16	29	24	47	116	416975	74
6	Van Stolkpark en Scheveningse Bosjes	690	310	335	212	63,7	105	0	2	1	6	9	730944	83
7	Scheveningen	16420	8540	8755	4612	53,6	3648	75	103	31	22	231	223358	97
8	Duindorp	5490	2850	3050	739	25,4	2146	22	17	0	0	39	144026	88
9	Geuzen- en Statenkwartier	13670	6630	6965	4239	63,7	2190	31	71	43	76	221	347348	70
10	Zorgvliet	450	250	300	155	70,5	55	0	2	0	2	4	414125	59
11	Duinoord	7060	4120	3895	2129	56,5	1447	17	43	32	36	128	305630	55
12	Bomen- en Bloemenbuurt	13620	7140	7265	4970	66,8	2197	142	126	28	9	305	171065	72
13	Vogelwijk	4880	1950	2030	1778	89,7	158	0	12	5	54	71	439733	67
14	Bohemen, Meer en Bos	4950	2880	2970	2008	68,5	861	47	51	8	10	116	182076	81
15	Kijkduin en Ockenburgh	2270	1110	1025	630	61,6	382	0	3	2	11	16	500610	64
16	Kraayenstein	4330	2250	2185	642	31,8	1324	38	7	9	2	56	168759	89
17	Loosduinen	19790	8880	8420	3671	45,0	4363	82	100	24	2	208	176297	95
18	Waldeck	15240	7880	7955	3470	39,6	5181	105	90	13	2	210	159988	78
19	Vruchtenbuurt	10750	5180	5280	3242	72,4	1115	107	81	23	10	221	187054	61
20	Valkenboskwartier	17740	9520	8835	4718	54,6	3439	171	59	12	5	247	139161	82
21	Regentessekwartier	12260	6960	5930	2471	43,6	2939	36	35	19	10	100	202857	80
22	Zeeheldenkwartier	10500	6580	5145	2064	39,5	2952	29	51	21	21	122	283015	74
23	Willemspark	1380	900	1090	322	31,1	624	3	6	9	18	36	482194	88
24	Haagse Bos	350	200	255	148	46,7	137	15	2	0	0	17	116824	88
25	Mariahoeve en Marlot	13680	8230	8465	2624	31,3	5467	164	54	11	22	251	175727	84
26	Bezuidenhout	14670	8380	8385	4420	53,9	3439	197	130	24	17	368	170672	67
27	Stationsbuurt	8880	5180	4550	710	15,6	3695	17	6	8	1	32	188469	76
28	Centrum	17550	10980	10565	2573	24,7	7393	45	73	42	30	190	243226	99
29	Schildersbuurt	32890	13620	12250	1936	16,2	9799	39	12	2	0	53	135123	118
30	Transvaalkwartier	14890	6780	6325	1332	22,2	4412	20	5	0	0	25	113920	118
31	Rustenburg en Oostbroek	17360	8550	8215	5184	63,6	2567	268	31	1	0	300	107769	99
32	Leyenburg	14240	7300	7405	4200	56,2	2948	278	42	6	2	328	128030	68
33	Bouwlust/Vrederust	24680	11940	11375	1702	14,2	10174	104	22	3	3	132	121627	90
34	Morgenstond	17640	10160	10080	1123	11,8	8358	95	17	7	1	120	124656	81
35	Zuiderpark	0	0	5	0	0,0	1	-	-	-	-	-	-	-
36	Moerwijk	19300	10660	10080	1504	14,5	8766	74	33	0	0	107	128867	115
37	Groente- en Fruitmarkt	5100	2280	1960	692	40,5	951	4	5	1	0	10	176200	103
38	Laakkwartier en Spoorwijk	36580	18210	17180	6335	37,3	9779	264	34	1	0	299	109419	114
39	Binckhorst	290	180	160	9	6,2	136	-	-	-	-	-	-	-
40	Wateringse Veld	12110	4350	4200	2743	63,1	1403	0	45	41	19	105	290853	147
41	Hoornwijck	200	70	70	59	86,8	8	0	1	0	2	3	525833	41
42	Ypenburg	17550	6390	6510	3719	55,8	2689	0	39	56	29	124	313098	105
43	Forepark	170	80	40	33	76,8	8	1	0	0	0	1	69000	296
44	Leidschenveen	11010	3690	3525	2661	69,5	1059	1	43	45	18	107	280539	117
	Totaal	469060	235760	228230	95315	42,2	122965	2559	1631	668	658	5516	210470	86

courant, bedienen vanuit kantoor Laan van NOI

courant, niet te bedienen vanuit kantoor Laan v NOI

niet courant en/of te ver weg

Matrix gemeente Leidschendam-Voorburg

Matrix gemeente Leidschendam-Voorburg

Wijk nr.	Wijk naam	Aantal inwoners	Aantal huishoudens	Woning voorraad	Koop woningen in %	Huur woningen in %
1	Voorburg-West	4540	1850	1795	1491	83,1
2	Voorburg-Oost	4840	1910	1935	1247	64,4
3	Damsigtkwartier	1980	890	900	782	86,9
4	Voorburg-Noord Oud	8750	4390	4330	3585	82,8
5	Voorburg-Noord Nieuw	6740	4030	4060	2273	56,0
6	't Loo	4690	2590	2670	977	36,6
7	Essesteyn	5210	2490	2280	664	29,1
8	Voorburg-Oud	2480	1160	1165	866	74,3
9	De Heuvel	3250	1810	1825	924	50,6
10	De Zijde	2820	1190	1280	918	71,7
11	Duivenvoorden	2160	1130	1145	402	35,1
12	't Lien	4260	1670	1675	929	55,5
13	Leidschendam-Zuid	3070	1360	1355	312	23,0
14	Damlaan	2090	1090	1125	519	46,1
15	De Rietvink	2330	880	885	622	70,3
16	Wilsveen	110	40	40	40	100,0
17	Park Leeuwenbergh	400	160	165	165	100,0
18	Prinsenhof	5480	2460	2440	466	19,1
19	Raadhuiskwartier	2810	1280	1305	928	71,1
20	Stompwijk	2180	810	790	575	72,8
21	Verzetsheldenkwartier	1750	600	600	600	100,0
22	Zeeheldenwijk	1140	450	475	475	100,0
23	Veursestraatweg-Noord	630	220	225	225	100,0
24	Landelijkgebied	120	50	40	40	100,0
	Totaal	73830	34510	34505	20025	58,0

	courant, bedienen vanuit kantoor Laan van NOI
	courant, niet te bedienen vanuit kantoor Laan van NOI
	niet courant en/of te ver weg

§ 1.5 Deelconclusie

In de conclusie van dit hoofdstuk zal antwoord gegeven worden op de vraag, welke wijken in de gemeente Den Haag en Leidschendam-Voorburg zijn voor Meeùs makelaars Den Haag aantrekkelijk?

De aantrekkelijkheid van een wijk is bepaald aan de hand van twee criteria:

- De courantheid
- De ligging van de wijk ten opzichte van de het kantoor Meeùs makelaars Den Haag aan de Laan van Nieuw Oost-Indië

Uit de matrix van gemeente Den Haag blijkt dat 13 van de 44 wijken die de gemeente kent, niet aantrekkelijk zijn voor Meeùs makelaars Den Haag. Deze wijken zijn niet courant en/of liggen te ver van het kantoor vandaan. De overige 31 wijken zijn wel interessant voor Meeùs makelaars Den Haag, echter zijn zij niet alle te bedienen vanuit het kantoor Den Haag, gevestigd aan de Laan van Nieuw Oost-Indië. De courante wijken, die vanuit het huidige kantoor Den Haag bediend kunnen worden zijn:

- Belgische Park;
- Westbroekpark/Duttendel;
- Benoordenhout;
- Archipel;
- Van Stolkpark en Scheveningse Bosjes;
- Scheveningen;
- Geuzen- en Statenkwartier;
- Zorgvliet;
- Duinoord;
- Zeeheldenkwartier;
- Willemspark;
- Haagse Bos;
- Mariahoeve en Marlot;
- Bezuidenhout;
- Centrum;
- Binckhorst.

Bij de gemeente Leidschendam-Voorburg kan uit de matrix geconcludeerd worden dat 6 van de 24 wijken niet aantrekkelijk zijn voor Meeùs makelaars Den Haag. De overige 18 wijken zijn wel courant. De wijken gelegen in de oude gemeente Leidschendam zijn niet goed te bedienen vanuit het huidige kantoor Meeùs Den Haag. De oude gemeente Voorburg kan gedeeltelijk bediend worden vanuit het kantoor Meeùs Den Haag. De volgende wijken kunnen vanuit het huidige kantoor bediend worden:

- Voorburg-West;
- Voorburg-Oost;
- Voorburg-Noord Oud;
- Voorburg-Noord Nieuw;
- Voorburg-Oud.

Hoofdstuk 2: Consumentengedrag

§ 2.1 Inleiding

Dit hoofdstuk gaat in op de keuzes die consumenten maken bij het aankopen en verkopen van een woning. Eerst zal aangegeven worden welke consumenten, klant zijn van een makelaar(skantoor), daarna de redenen van de consument om een makelaar in te schakelen bij de aankoop of verkoop van een woning. Als bekend is waarom de consument een makelaar inschakelt, zal in gegaan worden op hoe een klant een makelaar zoekt, wat de beweegredenen zijn om voor een bepaalde makelaar te kiezen, of er rekening gehouden wordt met het NVM lidmaatschap. De gegevens die nodig zijn voor het schrijven van dit hoofdstuk zijn verkregen door het uitvoeren van interviews met zeven medewerkers van de afdeling makelaardij te Den Haag en door telefonische enquêtes af te nemen bij 15 consumenten die hun woning te koop hebben staan.

Er is in eerste instantie gekozen om interviews af te nemen onder de medewerkers van de afdeling makelaardij Meeùs Den Haag, omdat consumenten in het algemeen het totaal aantal selectiecriteria voor de keuze van een makelaar niet overzien. Door het houden van het interview is, aan de hand van de ervaring van de medewerkers, in beeld gebracht wat de beweegredenen zijn van consumenten om voor een makelaar te kiezen. Om een helder beeld te kunnen scheppen, zijn werknemers met verschillende functies geïnterviewd, zij hebben immers allemaal een goed beeld van de verschillende beweegredenen van consumenten. De vragen van het interview zijn te vinden in bijlage drie. Daarnaast zijn er een aantal consumenten benaderd die hun woning te koop hebben staan in de wijk Bezuidenhout, om te toetsen of de gedachtegang van de medewerkers klopt. In bijlage vier staan de vragen van de telefonische enquête vermeld. Er is voor gekozen de gehouden interviews en enquêtes niet geheel uit te werken, maar de antwoorden te verwerken in onderstaande verslag. Het hoofdstuk zal afgerond worden met een conclusie waarin het kort nog even in kaart gebracht wordt hoe consumenten makelaar(skantoren) selecteren.

§ 2.2 De klanten van een makelaar

In onze maatschappij worden vele verschillende diensten aangeboden waar consumenten gebruik van kunnen maken. Het 'product' makelaardij is ook een dienst. Het dienstverleningsproces makelaardij bestaat onder andere uit het aankopen, verkopen en taxeren van woningen.

Consumentengedrag omvat het koopgedrag van de consument. Binnen de makelaardij zijn de consumenten, de personen die hun huis willen verkopen of de personen op zoek zijn naar een woning. Consumenten kunnen wel of niet gebruik maken van de dienst. Binnen de makelaardij is er onderscheid te maken tussen gebonden en ongebonden klanten. Gebonden klanten zijn de opdrachtgevers, hierbij is sprake van een schriftelijke overeenkomst tussen het makelaarskantoor en de klant tot aan- of verkoop van een woning. Ongebonden klanten zijn de consumenten, aan wie de woningen worden verkocht.

§ 2.3 Wel of geen makelaar inschakelen?

De belangrijkste reden dat een consument beslist om een makelaar in te schakelen is de onkunde van de consument zelf, met betrekking tot de dienst makelaardij. Het vervreemden van onroerende zaken is een ingewikkeld feitelijk en juridisch proces. De makelaar is bij de dienst makelaardij, de specialist op het gebied van het aankopen en verkopen van woningen, het is immers zijn werk. Hij is vakkundig, heeft kennis van de markt, weet hoe prijzen tot stand komen en kent de onderhandelings technieken die nodig zijn binnen het onderhandelingsproces. Dit in tegenstelling tot de consument, die hier minder of geen ervaring mee heeft. Hierbij komt kijken dat de makelaar objectief is binnen het proces en heeft daardoor niet de emotie, die de consument wel heeft. Hierdoor is hij in staat goed te adviseren, en de zakelijke kant van het proces niet door emotie te laten beïnvloeden.

Het is ook praktisch voor de consument, het makelaarskantoor neemt een hoop taken op zich, zij regelen de bezichtigingen en de bijkomende administratie, daarnaast weet de makelaar hoe problemen opgelost moeten worden en pakt deze aan wanneer dat nodig is.

De makelaar heeft contacten met andere makelaars en klanten. Het grote bereik van de website funda voor NVM makelaars is ook zeer aantrekkelijk, hierdoor kan bij de verkoop van het huis iedereen zien dat een woning te koop staat. Voor opdrachtgevers die een woning zoeken is het grote voordeel dat zij al een aantal dagen voordat de woningen op funda verschijnen al op de hoogte worden gesteld welke woningen er te koop komen. Zij worden dus eerder geïnformeerd dan de overige consumenten.

Toch wordt bij het aankopen van een woning over het algemeen veel minder gebruik gemaakt van de dienst van een makelaar. Omdat het een minder omslachtig proces is, de verkopende makelaar regelt alle administratie de kopers hoeven alleen maar de koopakte te komen tekenen. Behalve in het geval dat de consument de regio waarin hij een huis zoekt niet kent, zal hij vaker ervoor kiezen een makelaar in te schakelen.

Andere motieven waarom een consument niet kiest voor de dienst van een makelaar is dat, vooral bij aankoop van een woning, de markt door funda zeer transparant is. Een ieder kan via funda zien welke woningen te koop staan. Vooral wanneer een consument zelf kennis van zaken heeft zal hij er voor kunnen kiezen om geen makelaar in te schakelen, deze kan hij opgedaan hebben door de vele ervaring die hij opgedaan heeft met het aan- en verkopen van woningen in het verleden. Tegenwoordig komen er ook steeds meer instanties op de markt zoals Vereniging Eigen Huis, die consumenten helpen bij het hele proces wat komt kijken bij het aan- en verkopen. Tevens is de consument door de jaren heen veel mondiger geworden en zal aan de hand hiervan vaker beslissen het proces voor eigen rekening te nemen. Hij denkt dat de dienst niet zoveel voorstelt en het zelf wel kan. De toegevoegde waarde van een makelaar wordt soms niet ingezien.

Een slechte ervaring met makelaars in het verleden kan een consument doen besluiten geen makelaar in te schakelen, omdat hij geen vertrouwen meer in ze heeft. Ook het kostenplaatje, de courtage die een makelaar in rekening brengt, speelt een rol waardoor de consument kan beslissen geen makelaar in te schakelen.

§ 2.4 Het in contact treden met een makelaar

Wanneer de consument besluit gebruik te maken van de dienst van de makelaar kan hij via verschillende wegen in contact komen met een makelaar.

De makkelijkste manier voor de consument om met een makelaar in contact te komen, is doordat iemand binnen de familie of vriendenkring in de makelaardij werkzaam is. Dit vormt het netwerk van de makelaar.

Mond-op-mond reclame speelt in de makelaardij een grote rol, het verhaal wat consumenten horen van bekenden die net hun woning via een bepaald makelaarskantoor hebben aan- of verkocht. De consument kan ook bij een makelaar terecht komen doordat hij door een tussenpersoon is doorverwezen naar een desbetreffende makelaar of door dat hij gebruik maakt van andere diensten van een organisatie waarbinnen ook een makelaarafdeling aanwezig is.

Ook speelt reclame een rol, zoals sponsorborden op sportverenigingen, de veel geziene advertenties van een makelaar, de verkoopborden in de tuinen of op ramen van woningen die te koop staan. Deze media kan in de makelaardij zorgen voor naamsbekendheid. Vandaag de dag speelt internet ook een grote rol, waarbij via een makkelijke weg informatie over de dienst van de makelaar kan worden verkregen.

§ 2.5 Het kiezen van een makelaar(skantoor)

Bij verkoop van de woning zullen consumenten kijken welke makelaarskantoren veel zaken hebben gedaan in de wijk waar hun woning staat. Er wordt vaak gezocht naar de buurt makelaar, waarbij de naamsbekendheid een grote rol speelt. Er zijn ook mensen die de makelaarskantoren puur selecteren op courtage die voor de dienst gerekend wordt.

Bij aankoop zal er niet zozeer gekozen worden voor een makelaar die in de gewenste buurt aanwezig is, maar voor een makelaar vlakbij de huidige woning, indien deze in Den Haag staat, die goede naamsbekendheid heeft. Er wordt dus in grote mate op het imago van het kantoor gelet.

De uitstraling van het kantoor en de hoogte van de ‘zogenaamde’ drempel om binnen te stappen zijn ook factoren die een rol spelen. Maar een van de belangrijkste factoren binnen de makelaardij is toch wel de mond-op-mond reclame, waarneer een consument van familie of een goede kennis hoort, dat een bepaald kantoor hem goed begeleid heeft bij het gehele proces. Dit wekt vertrouwen bij de consument.

Wanneer de consument één of meerdere makelaarskantoren heeft geselecteerd, zal hij gaan uitzoeken welk kantoor het beste bij hem past. Hierbij is niet alleen het imago van het kantoor heel belangrijk maar ook de manier waarop de consument behandeld wordt. De consument laat zich in hoofdzaak emotioneel beïnvloeden. De eerste indruk die het kantoor en de medewerkers achter laten is dan ook zeer belangrijk. De makelaar is vervolgens degene die de consument over de streep moet trekken, hij moet hem overtuigen van zijn kwaliteit en van de kwaliteit van de dienst die hij levert. Hierbij moet de makelaar vertrouwen creëren tussen hemzelf en de consument

De consument maakt dus in eerste instantie een keuze voor een makelaarskantoor op basis van de hiervoor genoemd factoren. Daarnaast zal hij beslissing baseren op de prijs-kwaliteit verhouding. In feite kan gezegd worden dat een consument kiest voor de makelaar en zijn kantoor die in alle opzichten het beste bij hem past.

§ 2.6 De rol van het NVM lidmaatschap bij het selectieproces

Meeùs makelaars Den Haag is aangesloten bij de brancheorganisatie NVM, die voornamelijk de belangen van consumenten behartigt. Belangrijk om te weten is dus houden consumenten rekening met het NVM lidmaatschap?

Het blijkt dat consumenten veel waarde hechten aan het logo van de NVM makelaars. De NVM heeft door de jaren heen veel aan marketing gedaan, denk aan het logo en de website Funda. Hierdoor heeft zij een enorm marktaandeel weten te verwerven en naamsbekendheid gekregen. Tevens wordt de NVM geassocieerd met kwaliteit. Het biedt zekerheid, door de tuchtcommissie van de NVM, waar een consument beroep op kan doen als hij naar zijn mening niet goed begeleid en geadviseerd is door een NVM-makelaar.

§ 2.7 Deelconclusie

Om een duidelijk beeld te geven zal tot slot nog kort weergegeven worden waarom een consument voor een bepaald makelaarkantoor en/of makelaar kiest.

De consument zal over het algemeen eerst altijd op zoek gaan naar makelaarskantoren die in de buurt zitten, tevens gespecialiseerd zijn in deze buurt en een goede naamsbekendheid hebben. De uitzonderingen daargelaten die naar een bekende (familie/vriend) gaat die makelaar is. Wanneer de consument de keuze op een of meerdere makelaarskantoren heeft laten vallen, zal voornamelijk de eerste indruk die het personeel van het makelaarskantoor heeft achtergelaten, het hoofdmotief zijn om de tot de keuze van de makelaar te komen. Wederzijds vertrouwen tussen de consument en de makelaar, is tevens een belangrijk aspect. Daarnaast speelt het product, de werkmethode en de prijs ook een rol bij de uiteindelijke keuze.

Hoofdstuk 3: Concurrentieanalyse

§ 3.1 Inleiding

In dit derde hoofdstuk staat het gedrag van de concurrenten centraal. Om dit hoofdstuk in te leiden zal eerst in kaart gebracht worden wat concurrentie is en hoe bepaald kan worden wie de daadwerkelijke concurrenten van de onderneming zijn. Vervolgens zullen de redenen aan het licht gebracht worden waarom een consument voor Meeùs makelaars Den Haag kiest of voor één van de concurrenten. Naast Meeùs makelaars Den Haag zijn er nog 196 andere makelaarskantoren op de woningmarkt van de gemeenten Den Haag en Leidschendam-Voorburg aanwezig. Door de grootte van de concurrentie is het voor mij niet te doen een concurrentieanalyse uit te voeren, waarin ik de daadwerkelijke concurrenten van Meeùs makelaars Den Haag in kaart breng. Daarom is er voor gekozen de opdrachtgever een selectie van de concurrenten te laten maken. Van acht concurrenten zal ik het imago bepalen door eerst de cijfermatige gegevens met betrekking tot de gedane transacties te analyseren, om te bepalen in welke markten zij actief zijn. Ten tweede zal ik een verslag maken van de bezoeken die ik aan de geselecteerde concurrenten heb gebracht, met het doel inzicht te geven in de vestigingsplaats en uitstraling van het kantoor en de verleende service van het personeel. Dit hoofdstuk zal afgesloten worden met een conclusie waarin weergegeven staat wat de opvallendste punten zijn van de uitgevoerde analyses.

§ 3.2 Wat is concurrentie?

Een organisatie is vaak niet de enige aanbieder van zijn product op de markt. Vaak zijn er andere organisaties met producten die voorzien in dezelfde of soortgelijke behoeftes van de afnemer. De concurrenten moeten altijd goed in de gaten gehouden worden omdat zij grote invloed op de markt kunnen uitoefenen. Ondernemingen doen er verstandig aan de concurrenten net zo goed in de gaten te houden als de klanten, omdat deze twee groepen een grote invloed kunnen uitoefenen op de markt.

De grootte van de concurrentie, bepaalt in sterke mate de strategie van de organisatie. Ondanks de invloed van concurrentie op het marktaandeel van de organisatie Meeùs, stemt zij haar beleid niet af op de concurrenten. Ze gaat uit van “the winner takes all”. Toch zal zij haar concurrenten goed in de gaten moeten houden. Immers bij sterk toenemende concurrentie wordt de onderneming toch gedwongen zich te richten op een bepaalde doelgroep, de strategie van segmentatie, om zijn marktaandeel te behouden. Bij weinig concurrentie kan zij zich permitteren de verlangens van de kopers (bijna) te negeren. Men koopt het product toch wel, zodra er concurrerende producten op de markt komen kan de onderneming niet meer om de wensen en behoeftes van de consumenten heen. En daarvan is in de makelaardij zeker sprake wat er zijn vele makelaarskantoren actief op dezelfde markt als Meeùs makelaars Den Haag.

Om in kaart te brengen wie de concurrenten van de onderneming zijn moeten de huidige en potentiële concurrenten in kaart gebracht worden. Dit gebeurt door het in kaart brengen van zwakke en sterke punten van concurrent, daarnaast wordt vaak een inschatting gemaakt van de kosten, winstcijfers en het aantal transacties van de concurrent. Wanneer over deze gegevens van de concurrent beschikt wordt is het zinvol een benchmarking uit te voeren, waarbij de ondernemingsresultaten van de concurrenten vergeleken worden met de resultaten van de onderneming zelf om hier vervolgens conclusie uit te kunnen trekken.

§ 3.3 Meeùs of de concurrent?

Belangrijk voor de organisatie is om te weten waarom een klant wel of niet zal kiezen om de diensten van Meeùs Makelaars in te schakelen. Daarom zal in kaart gebracht worden wat de redenen zijn om wel of niet gebruik te maken van dienst van Meeùs makelaars Den Haag.

De voordelen voor de consument om de opdracht onder te brengen bij Meeùs makelaars Den Haag zijn:

- Meeùs is landelijk actief, waardoor de verkoop landelijk kan plaats vinden;
- De vestiging Meeùs Den Haag heeft alle diensten onder een dak en kan daardoor alle gerelateerde producten van de makelaardij aanbieden;
- De specialisatiegraad van het personeel is hoog;
- Binnen de organisatie wordt met een consument gerichte werkwijze gewerkt: de Meeùs methode, deze geeft voor de makelaardij aan via welke wegen de woning aangekocht of verkocht wordt. Echter moet dit product wel goed verkocht worden aan de consument anders zien zij deze toegevoegde waarde niet.

Veel consumenten komen bij Meeùs makelaars Den Haag terecht doordat ze al gebruik maken van andere producten van de Meeùs organisatie. Zoals mensen die een nieuwbouw woning bij Meeùs gekocht hebben, de verzekeringen via Meeùs hebben geregeld of een hypotheek gesprek bij de Meeùs organisatie hebben gehad. Wanneer dit een positieve ervaring bij de consument heeft opgeleverd is de kans op terugkeer groot.

Naast de redenen die genoemd zijn waarom een consument voor Meeùs makelaars Den Haag kiest, zijn er ook redenen waarom hij juist niet voor Meeùs als makelaar kiest. Hieruit zal blijken dat datgene wat een voordeel is ook een nadeel kan zijn. De redenen om niet voor Meeùs te kiezen maar voor de concurrent:

- Door de grootschaligheid van Meeùs kan de organisatie log en onpersoonlijk over komen;
- Meeùs zit pas een aantal jaren in de regio Den Haag gevestigd, waardoor de naamsbekendheid hier in de regio nog niet groot is, vele consumenten kunnen de naam Meeùs ook niet goed uitspreken;
- De organisatie wordt vaak niet geassocieerd met de woningmakelaardij maar met bedrijfsonroerend goed en verzekeringen. Zo wist de helft van de consumenten, die deelnamen aan de enquête, bij vrije herinnering, Meeùs niet als makelaarskantoor in Bezuidenhout te noemen;
- De kantoor uitstraling, maakt het entree voor de consument hoogdrempelig;
- Meeùs makelaars Den Haag is niet gespecialiseerd in een bepaalde buurt, waar zij een groot marktaandeel hebben. Ze zijn actief in alle wijken van Den Haag en de randgemeente Voorburg en Leidschendam
- Meeùs Makelaar Den Haag mist een sterk imago voor een bepaalde doelgroep.

§ 3.4 De concurrenten van Meeùs makelaars Den Haag

De concurrenten voor Meeùs makelaars Den Haag worden gevormd, doordat Meeùs zich niet op een bepaalde doelgroep richt, door alle andere 196 makelaarskantoren die actief zijn op woningmarkt in de gemeenten Den Haag en Leidschendam-Voorburg. Elk makelaarskantoor streeft hetzelfde doel na zoveel mogelijk transacties behalen dan wel of niet in een bepaald segment van de markt. De concurrentieanalyse is een onderdeel van mijn afstudeeropdracht, maar het is niet mogelijk alle gegevens van de concurrenten in kaart te brengen. Besloten is om alleen gegevens in kaart te brengen van de door de opdrachtgever geselecteerde concurrenten.

De geselecteerde concurrenten zijn:

- Beeuwkes Makelaardij B.V.,
Dit makelaarskantoor is voornamelijk in het dure segment van de markt actief;
- Burger van Leeuwen makelaars o.g.,
Dit makelaarskantoor heeft meer de rol van een buurt makelaar, in de omgeving van het Belgisch Park en Scheveningen;
- Estata Makelaars o.g.,
Dit makelaarskantoor is actief in het duurdere segment van de markt;
- Frisia Makelaardij B.V.,
Dit makelaarskantoor is vergelijkbaar met Meeùs, zij maakt onderdeel uit van het landelijk samenwerkingsverband Dynamis;
- Kimmel & Co. Makelaarskantoor o.g. b.v.,
Dit makelaarskantoor is actief in het dure segment van de markt;
- Langezaal Makelaars in O.G.,
Dit makelaarskantoor is buurtmakelaar in het vestigingsgebied van Meeùs Den Haag;
- Röttgering Makelaars,
Van dit makelaarskantoor is niet in te schatten, welke positie zij inneemt op de markt;
- Woningpunt Bezuidenhout-Mariahoeve BV,
Dit makelaarskantoor zit midden in de winkelstraat van de wijk Bezuidenhout gevestigd, vlak om de hoek bij Meeùs makelaars Den Haag.

Naast de geselecteerde concurrenten, zullen ook de gegevens van Meeùs makelaars Den Haag, De Haan makelaars Den Haag en Ypenburg in kaart worden gebracht. Van de twee laatst genoemd worden de gegevens in kaart gebracht omdat zij sinds eind 2004 onderdeel uitmaken van de organisatie Meeus en in het najaar van 2005 ook onder de naam Meeùs gaan werken.

§ 3.5 Transactieanalyse van de concurrenten

Om inzicht te krijgen op welke markten de geselecteerde concurrenten economische actief zijn, zal van elk van de concurrenten in kaart gebracht worden wat voor soort transacties zij gedaan hebben in het jaar 2004. Hierbij zal gelet worden op de volgende vier aspecten van de transacties:

- Het aantal;
- De prijsklasse;
- In welke wijk;
- Binnen of buiten het vestigingsgebied;

Het cijfermatige overzicht van de transactiegegevens is terug te vinden in bijlage vijf. Dit bestaat uit een overzicht waarbij het aantal transactie in de volgende prijsklasse zijn ingedeeld:

- € 0 tot € 150.000
- € 150.000 tot € 250.000
- € 250.000 tot € 350.000
- € 350.000 en meer

Per prijsklasse wordt aangegeven hoeveel verkooptransacties de makelaar in een bepaalde wijk in Den Haag heeft gedaan en het gemiddeld aantal dagen dat de woningen te koop stonden. Bij de gemeente Leidschendam-Voorburg, wordt dit per gemeente aangegeven, omdat de gegevens per wijk indeling niet bekend zijn.

Beeuwkes Makelaardij B.V.

In het jaar 2004 heeft Beeuwkes Makelaardij 82 transacties gedaan, als volgt verdeelt over de indeling naar prijsklasse:

- € 0 tot € 150.000: 11
- € 150.000 tot € 250.000: 16
- € 250.000 tot € 350.000: 15
- € 350.000 en meer: 40

Beeuwkes Makelaardij doet de meeste transacties in de hoogste prijsklasse, het kantoor is actief in het hogere segment van de markt. Van het totaal aantal transacties heeft iets meer dan de helft, 42 transacties, plaats gevonden in de vestigingswijk Benoordenhout. De andere transacties hebben plaats gevonden in verschillende wijken van Den Haag zowel in goede als slechtere wijken. Geconcludeerd kan worden is dat Beeuwkes Makelaardij veel in zijn vestigingsbuurt actief is, het kantoor heeft hier een goede naam en is buurtmakelaar in het Benoordenhout.

Burger van Leeuwen makelaars o.g.

Burger van Leeuwen makelaars hebben in 2004, 134 transacties verricht, als volgt verdeelt over de prijsklassen:

- € 0 tot € 150.000: 40
- € 150.000 tot € 250.000: 48
- € 250.000 tot € 350.000: 24
- € 350.000 en meer: 22

Het kantoor is actief in alle segmenten van de markt, echter het grootste deel van de transacties bevindt zich in de twee laagste prijsklassen 0 tot 150.000 en 150.000 tot 250.000. Iets meer dan de helft, 69 transacties, hebben plaats gevonden in de wijk Scheveningen(37) en Belgische Park(32). In laatst genoemde wijk is Burger van Leeuwen makelaars gevestigd en Scheveningen is een wijk die daaraan grenst. Gezegd kan worden dat Burger van Leeuwen makelaars de buurtmakelaar is van de wijken Scheveningen en Belgische Park. Daarnaast hebben ze ook nog 8 transacties gedaan in het Statenkwartier, een wijk die ook dichtbij het vestigingsgebied ligt. Opvallend is dat het kantoor ook nog relatief veel transacties heeft gedaan in de wijken Centrum en Bezuidenhout, die toch op afstand liggen van het kantoor.

De Haan Makelaars Den Haag

In het jaar 2004 heeft de Haan Makelaars Den Haag 146 transacties verricht, de indeling over de prijsklassen is als volgt:

- € 0 tot € 150.000: 71
- € 150.000 tot € 250.000: 46
- € 250.000 tot € 350.000: 19
- € 350.000 en meer: 10

De Haan Makelaars Den Haag is vooral actief in de laagste prijsklasse 0 tot 150.000 met 71 transacties en in de enerlaatste prijsklasse 150.000 tot 250.000 met 46 transacties. De meeste transacties hebben zijn achtereenvolgend gedaan in de wijken Zuiderpark/Moerwijk (19), Centrum (17), Mariahoeve (13) en Statenkwartier (10). De rest van de transacties is verdeeld over de andere wijken in Den Haag en 7 transacties in de gemeenten Leidschendam en Voorburg. Dit kantoor is voornamelijk actief in het lagere segmenten van de markt in veel verschillende buurten.

De Haan Makelaars Ypenburg

De Haan Makelaars Ypenburg heeft in 2004, 45 transacties gedaan, als volgt verdeeld over de prijsklassenindeling:

- € 0 tot € 150.000: 1
- € 150.000 tot € 250.000: 17
- € 250.000 tot € 350.000: 19
- € 350.000 en meer: 8

Het kantoor van De Haan Makelaars in Ypenburg is voornamelijk actief in de twee prijsklasse 150.000 tot 250.000 en 250.000 tot 350.000, waarzij in totaal 36 transacties heeft verricht. De meeste transacties, 32 van 45, heeft dit kantoor in de wijk Ypenburg gedaan, daarnaast ook nog 9 transacties in de omliggende wijken Leidschenveen en Boswijk. De Haan Makelaars Ypenburg heeft hier typisch het karakter van een buurtmakelaar.

Estate Makelaars o.g.

In 2004 heeft Estate Makelaars 133 transacties gedaan, waarbij de verdeling over de prijsklasse als volgt is:

- € 0 tot € 150.000: 14
- € 150.000 tot € 250.000: 22
- € 250.000 tot € 350.000: 28
- € 350.000 en meer: 69

Estate Makelaars is duidelijk een makelaarskantoor, wat voornamelijk actief is in het hogere segment van de markt. Dit zie je ook terug in de wijken waar je zij het meeste transacties hebben gedaan: Benoordenhout, Statenkwartier, Centrum en Archipel. Dit zijn wijken waar een groot deel van de woningen deel uitmaken van het hogere segment van de markt. Opvallend is dat Estate Makelaars gevestigd zit op de rand van de wijken Scheveningen en Duttendel, en in deze twee wijken maar 7 transacties heeft gedaan, waarvan 5 in het hoogste segment. Het is duidelijk een kantoor, dat een speler is in het hoogste segment van de woningmarkt.

Frisia Makelaardij B.V.

Frisia Makelaardij heeft in 2004 in totaal 232 transacties gedaan, de kanttekening die hierbij gemaakt moet worden is dat daar ook uitpondprojecten bij zitten. De transacties zijn als volgt verdeeld over de prijsklassen:

- € 0 tot € 150.000: 73
- € 150.000 tot € 250.000: 85
- € 250.000 tot € 350.000: 31
- € 350.000 en meer: 43

Het kantoor Frisia Makelaardij in vertegenwoordigd in alle segmenten van de markt, echter het grootste deel van de transacties bevindt zich in de twee laagste prijsklassen, 73 transacties in de prijsklassen 0 tot 150.000 en 85 in de prijsklasse 150.000 tot 250.000. De meeste transacties heeft het makelaarskantoor gedaan in de wijk Archipel (30 transacties) waar zij zelf gevestigd is. Verder doet zij veel transacties in de wijken Scheveningen (27), Centrum (24), Zuiderpark/Moerwijk (22), Ypenburg (14) en Morgenstond (13). Frisia Makelaardij mag dan wel het meeste transacties in haar 'eigen' wijk doen, zij vervult niet de functie van een buurtmakelaar, ze is actief op de verschillende segmenten van de markt en in veel verschillende wijken.

Kimmel & Co. Makelaarskantoor o.g. b.v.

In 2004 heeft Kimmel Makelaars in totaal 83 transacties verricht, verdeeld op de volgende manier over de prijsklassen:

- € 0 tot € 150.000: 20
- € 150.000 tot € 250.000: 9
- € 250.000 tot € 350.000: 19
- € 350.000 en meer: 35

Kimmel Makelaars is actief in alle prijsklasse van de markt, toch doet het kantoor het grootste deel van zijn transacties in de twee hoogste klassen van de prijsindeling. 31 transacties van het totaal aantal 83 zijn verricht in de vestigingswijk van het kantoor, Benoordenhout. De rest van de transactie werden verricht in andere wijken, echter is er verder geen spraken van een andere wijk waar zij veel transacties hebben gedaan. Het kantoor Kimmel Makelaars is een buurtmakelaar in het Benoordenhout, die ook enkele transacties doet in andere wijken.

Langezaal Makelaars in O.G.

Langezaal Makelaars heeft in het jaar 2004 in totaal 235 transacties gedaan, als volgt verdeelt over de prijsklassenindeling:

- € 0 tot € 150.000: 157
- € 150.000 tot € 250.000: 60
- € 250.000 tot € 350.000: 15
- € 350.000 en meer: 3

Het makelaarskantoor is voornamelijk actief in de twee prijsklasse 0 tot 150.000 en 150.000 tot 250.000, hierin doet zij 92% van haar transacties. Van de in totaal 235 transacties heeft zij 119 transacties verricht in Bezuidenhout, haar vestigingsbuurt. Daarnaast doet zij nog veel transacties in Mariahoeve (35), Voorburg (19), Spoowijk/Laakkwartier (15) en Zuiderpark/Moerwijk. Langezaal Makelaars heeft in het Bezuidenhout een goede naamsbekendheid en vervult hier de functie van buurtmakelaar, die ook nog actief is in de naastliggende wijk Mariahoeve en de gemeente Voorburg.

Meeüs makelaars Den Haag

Meeüs makelaars Den Haag heeft in 2004 in totaal 282 transacties gedaan, de kanttekening die hierbij gemaakt moet worden is dat daar ook uitpondprojecten bij zitten. De transacties zijn als volgt verdeeld over de prijsklassen:

- € 0 tot € 150.000: 156
- € 150.000 tot € 250.000: 80
- € 250.000 tot € 350.000: 31
- € 350.000 en meer: 15

Meeüs makelaars Den Haag is vooral actief in de twee laagste klassen van de prijsindeling. Zij heeft 156 transacties gedaan in de klassen 0 tot 150.000 en 80 in de klassen 150.000 tot 250.000. Uit het cijfermatige overzicht in bijlage 4.9, blijkt dat de meeste transacties worden gedaan in de gemeente Leidschendam (92), de gemeente Voorburg (44) en in Den Haag in de wijk Belgisch Park (22), echter zijn dit gebieden waar Meeüs makelaars uitpondprojecten heeft, waaruit deze transacties voortvloeien. Verder doet zij in de verschillende wijken van Den Haag transacties, waarvan echter maar 15 in haar vestigingswijk Bezuidenhout.

Röttgering Makelaars

In 2004 heeft Röttgering Makelaars in totaal 103 transacties gedaan, als volgt verdeelt over de indeling naar prijsklasse:

- € 0 tot € 150.000: 35
- € 150.000 tot € 250.000: 27
- € 250.000 tot € 350.000: 17
- € 350.000 en meer: 24

Het kantoor Röttgering Makelaars is actief in alle segmenten van de markt. Van het totaal aantal transacties heeft zij er 37 verricht in haar vestigingsbuurt Benoordenhout. Verder heeft zij nog wat transacties gedaan in verschillende wijken in Den Haag, zowel omgelegen wijken als wijken die 'ver' weg van het kantoor afliggen. Röttgering is een van de buurtmakelaars in de wijk Benoordenhout.

Woningpunt Bezuidenhout-Mariahoeve BV

Het makelaarskantoor Woningpunt heeft in 2004, 36 transacties verricht, de verdeling van de prijsklasse indeling was hierbij als volgt:

- € 0 tot € 150.000: 25
- € 150.000 tot € 250.000: 11
- € 250.000 tot € 350.000: 0
- € 350.000 en meer: 0

Het kantoor is alleen actief in de twee klassen 0 tot 150.000 met 25 transacties en 150.000 tot 250.000 met 11 transacties. In de prijsklasse vanaf 250.000 heeft zij geen transacties gedaan. Van de in totaal 36 transacties heeft zij er 15 gedaan in haar vestigingsbuurt Bezuidenhout. In de naastliggende wijk Mariahoeve heeft zij 4 transacties gedaan en in de gemeente Voorburg drie. Al heeft Woningpunt in totaal maar weinig transacties gedaan, van de gedane transacties bevonden er zich wel veel in de vestigingswijk en naastliggende wijk en gemeente. Zij heeft hier de functie van buurtmakelaar.

§ 3.6 Kwaliteitsanalyse van de concurrent

In de makelaardij wordt het imago van een makelaarskantoor niet alleen bepaald aan de soort transacties die zij doen, maar ook door de vestiging en uitstraling van het pand en de servicegerichtheid van het personeel. Om de geselecteerde concurrenten op deze gebieden te beoordelen, heb ik gebruik gemaakt van fieldresearch. Gedurende het onderzoek heb ik alle geselecteerde concurrenten bezocht, en mij voorgedaan als woningzoekende, waarbij ik gelet heb op de volgende criteria:

- Bereikbaarheid
 - In centrum / buiten centrum / in winkelstraat
 - Makkelijk te bereiken
- Parkeergelegenheid
 - Gratis of betaald
 - Voldoende of onvoldoende
- Exterieur pand
 - Herkenbaarheid
 - Logo
 - Modern of ouderwets
 - Lage of hoge drempel
 - Algehele indruk
- Indeling pand
 - Zakelijke of gemoedelijk
 - Indeling
 - Grootte
- Uitstraling en benadering personeel
 - Kleding en mate van verzorgdheid
 - Vriendelijkheid
- Commercieel gevoel personeel
 - Ontvangst
 - Contact zoeken informeren (commercieel gedrag)
 - Aanbieden van diensten (commercieel gedrag)
 - Cross-selling
 - Niveau van informatie
 - Afsluiting

Bij de voorbereiding van het bezoeken van de makelaarskantoren, heb ik mij via hun website georiënteerd op het woningaanbod. Tijdens de bezoeken heb ik brochures en dergelijke meegekregen. Bij de uitwerking van het bezoek aan de makelaarskantoren zal ik eindigen met een beschrijving van de twee bovengenoemde aspecten: de website en de verkregen brochure, omdat deze deel uitmaken van de marketing en communicatie activiteiten, die ook meedragen in het bepalen van het imago van het makelaarskantoor.

Beeuwkes Makelaardij B.V.

Beeuwkes Makelaardij is gevestigd op de begane grond van een hoekherenhuis op de van Alkemadelaan, een doorgaande weg van de wijk Benoordenhout naar Scheveningen. De vestigingsplaats is geen locatie in het centrum of in een winkelstraat. De consument zal ook niet zomaar langs lopen, hij moet echt het doel hebben de makelaar te bezoeken op afspraak.



Op de van Alkemadelaan zelf zijn parkeerplaatsen schaars, in de straten achter de vestigingsplaats van het kantoor zijn wel voldoende parkeerplaatsen aanwezig. In de directe omgeving van het kantoor moet er voor parkeren betaald worden.

Het wat oudere pand waarin het kantoor gevestigd is, is goed onderhouden. Het kantoor valt niet op als je er met de auto langs rijdt ondanks de vlaggen die aan de gevel hangen en



de naam die hierop bevestigd is, dit komt waarschijnlijk ook door de drukte op de van Alkemadelaan waardoor je als automobilist goed moet opletten op het verkeer. Voor de ramen hangen presentatieborden, hierop is niet het gehele aanbod aanwezig, om de borden te bekijken moet je de voortuin van het pand in.

Om het kantoor binnen te komen moet je als consument aanbellen, bij binnenkomst wordt je tegemoet gelopen door een medewerkster met de vraag: wat kan ik voor u doen? Wel sta je na het doorlopen van een gang echt midden in het kantoor waar alle makelaars en binnendienst medewerkers aan het werk zijn. Aan de zijkant van de gang zit nog een spreekkamer. Er hangt geen prettige sfeer in het kantoor het is er kil.

Door het overige personeel werd ik niet begroet en bekeken bij binnenkomst. Na te kennen te hebben gegeven dat ik geïnteresseerd was in een woning die ze te koop hadden, werd een stamkaart met informatie uit het systeem uitgedraaid. Op de vragen die ik stelde wist ze in eerste instantie geen antwoord wel zocht ze de antwoorden op in het systeem. Verder bood ze geen andere diensten aan en vroeg ook niet in welke prijsklasse ik op zoek was. Bij het weggaan werd ik alleen gedag gezegd door de medewerkster die mij had geholpen.

Website

Op de website van Beeuwkes Makelaardij is het NVM logo aanwezig. Er is informatie te vinden over wie zij zijn, bestaande uit een stukje geschreven over de oprichting van het kantoor en de namen van de medewerkers en hun functie. Verder kan het actuele aanbod bekeken worden en is er een informatie aanvraag formulier aanwezig, hierop kan de consument voorkeuren aangeven waar hij informatie over wil ontvangen of met de vraag contact op te nemen met hem. Op de site zijn geen links aanwezig naar andere websites.

Brochure

Beeuwkes makelaardij werkt niet met brochures, wanneer een consument geïnteresseerd is in een woning, wordt een stamkaart uit het systeem uitgedraaid. Met daarop de belangrijkste gegevens.

Burger van Leeuwen makelaars o.g.

Het kantoor Burger van Leeuwen makelaars bevindt zich in Scheveningen, gevestigd in een winkelpand op de hoek van de doorgaande weg de Stevinstraat. Boven het winkelpand liggen portiekwoningen. In de straat zelf en in de omliggende straten zijn vele winkels en woningen gevestigd. Het kantoor ligt centraal in de wijk Belgisch park. Het kantoor is voor buurtbewoners goed bereikbaar omdat het midden in de winkelstraat zit waar zij hun dagelijkse boodschappen doen. Voor consumenten buiten de wijk is de Stevinstraat goed bereikbaar via hoofd en uitvalswegen.



De parkeergelegenheid is niet optimaal. De kans dat vlak voor de deur geparkeerd kan worden is klein. Echter is er in de straten achter de Stevinstraat voldoende parkeergelegenheid. Wel is overal sprake van betaald parkeren.

De wijk Belgisch park is omstreeks 1920 gebouwd, het pand is goed onderhouden. Burger van Leeuwen makelaars is een garantie makelaar, dit is een groep

makelaarskantoren die zich onderscheiden door extra garantie te bieden op de dienstverlening. Het logo van garantiemakelaars is duidelijk aanwezig, waardoor de naam Burger van Leeuwen makelaars die erin zit verwerkt tegen de achtergrond verdwijnt. Het logo is aanwezig op de voor en zij gevel van het kantoor en op de vlaggen die aan de gevel hangen. Voor de ramen zijn presentaties aanwezig van de woningen die Burger van Leeuwen makelaars in de verkoop heeft.



Het kantoor heeft een lage drempel om binnen te stappen, dit komt enerzijds door de vestiging en anderzijds door de inrichting van het kantoor, wat door de ramen te zien is. Bij het binnen komen sta je direct in het kantoor waar bureau's van de binnendienst medewerkers staan en aan het werk zijn. Er hangt een gezellige sfeer en is een beetje rommelig door dat de medewerkers gewoon met hun werk bezig zijn.

Het personeel ziet er verzorgd uit en zeiden bij het binnen komen allemaal op een spontane manier gedag. Na het gedag zeggen moest ik wel de eerste stap zetten om geïnformeerd te worden. De medewerkster die mij hielp wist uit haar hoofd antwoord op al mijn vragen, maar gaf weinig informatie vanuit haar zelf. Het niveau van de informatie was niet te oppervlakkig maar ook niet diepgaand te noemen. Ze boden mij wel de mogelijkheid een afspraak te maken voor een bezichtiging als ik daarin geïnteresseerd was. Bij mijn vertrek werd ik gedag gezegd met tot ziens.

Website

De website van Burger van Leeuwen makelaars is de stijl van de garantiemakelaar, een organisatie waar zij bij aangesloten is. Op de site staat informatie over de garantie makelaar, de garanties die zij bieden en nieuws van de garantie makelaars. Daarnaast is het NVM logo duidelijke aanwezig op de website.

Op de website kan de consument het actuele aanbod bekijken, via een automatische zoekmachine kan de consument zijn eigen voorkeuren aangeven, waardoor de consument een op zijn wensen aangepast aanbod te zijn krijgt. Wanneer men meer informatie wil is het mogelijk een automatisch bericht te verzenden voor informatie aanvraag. Op de site zijn links aanwezig naar de website van de NVM en funda.

Brochure

De stijl van garantie makelaars zie je ook terug in de brochures van Burger van Leeuwen makelaars. Op de voorkant staat een grote foto van de buitenkant van de woning met een kaartje waar de woning ligt. Aan de binnen zijde bevinden zich allemaal foto's van het interieur van de woning. Op de achterzijde van de brochure staat een beschrijving en de belangrijkste informatie over de woning vermeld.

De Haan Makelaars Den Haag

Het kantoor De Haan Makelaars Den Haag bevindt zich aan de rand van de wijk het Statenkwartier en is gevestigd in een kantoorvilla aan de Eisenhowerlaan. In de omliggende omgeving bevinden zich kantoren, woningen en het congresgebouw. Het kantoor is relatief goed bereikbaar, de vestigingsplaats is geen plek waar vele consumenten toevallig langskomen.



De parkeergelegenheid is er niet optimaal. Het kantoor beschikt over twee eigen parkeerplaatsen speciaal voor bezoekers. Wanneer deze bezet zijn moet er in de omliggende omgeving geparkeerd worden, waar weinig parkeerplaatsen beschikbaar zijn.



De kantoorvilla, is in goede staat van onderhoud en heeft een zakelijke uitstraling. Bij het zien van het pand, zie je duidelijk dat er een makelaar gevestigd zit. De naam De Haan is aanwezig op de gevel en de naam staat ook nog op banieren. Voor de ramen van het kantoor zijn presentaties aanwezig van de woningen die De Haan Makelaars Den Haag in de verkoop heeft.

Het entree van het kantoor, lokt niet echt om naar binnen te stappen, het heeft geen 'binnen zonder afspraak' uitstraling. Het entree loopt via een bordestrapje naar een kleine tochtal, dat uitkomt in een grote hal. In deze hal is de receptie en is het woningaanbod gedeeltelijk gepresenteerd. Er hangt een zakelijke sfeer in het kantoor.

De receptionisten zien er verzorgd uit, bij mijn binnenkomst werd ik vriendelijk begroet. Na even rond gekeken te hebben bij het woningaanbod, moest ik de eerst stap zetten om informatie te verkrijgen. De receptionisten wisten niet op al mijn vragen direct antwoord, wel hebben ze de antwoorden op mijn vragen opgezocht. Het niveau van de informatie was oppervlakkig. Wel gingen ze over tot cross-selling, door te vragen of ik al een hypotheekadviseur had bezocht. Tevens wezen ze mij op de mogelijkheid een afspraak te maken voor een bezichtiging als ik daarin geïnteresseerd was. Bij mijn vertrek werd ik vriendelijk gedag gezegd.

Website

Op de website van De Haan Makelaars is duidelijk het logo van de NVM aanwezig. Op de website wordt onderscheid gemaakt tussen particuliere en zakelijke klanten. De particuliere klanten kunnen het actuele aanbod bekijken, via een automatische zoekmachine kan de consument zijn eigen voorkeuren aangeven, waardoor de consument een op zijn wensen aangepast aanbod te zijn krijgt. Er is op de website informatie te vinden over de diensten die zij aanbied: bestaande bouw, nieuwbouw, taxaties en hypotheke. Verder staan de namen van de medewerkers op de site vermeld en een routebeschrijving met een plattegrondkaart. Op de site zijn links aanwezig naar de website van de hypotheekshop, de NVM, funda, vereniging eigen huis, het CBS, Raad voor onroerende zaken, naar de gemeenten Den Haag, Leidschendam-Voorburg, Rijswijk, Wassenaar en Zoetermeer, de provincie Zuid-Holland en naar een routeplanner site.

Brochure

De brochures van De Haan Makelaars Den Haag, zijn zelf gemaakt. Deze bestaan uit een uitgebreide uitdraai uit het makelaars programma, met foto's van zowel het exterieur en interieur, een beschrijving van de woning en belangrijke informatie over de woning. Verder bestaat de brochure uit een vragenlijst, een lijst van zaken en overige stukken zoals tekeningen van de woning.

De Haan Makelaars Ypenburg

Het kantoor De Haan Makelaars Ypenburg bevindt zich aan de rand van de nieuwbouw wijk Ypenburg, vlak naast de snelweg. Het kantoor zit gevestigd in een houten chalet, dit is echter tijdelijke huisvesting tot het winkelcentrum klaar is, in een kale omgeving, waardoor het kantoor goed in het zicht ligt. In de nabije omgeving bevindt zich niets anders dan een zandvlakte. Door de ligging van het kantoor vlakbij de snelweg is het zeer goed bereikbaar.



De parkeergelegenheid is dan ook optimaal, naast de houten chalet kan gratis geparkeerd worden.

Bij het zien van een houten chalet verwacht de consument niet dat er een makelaarskantoor in gevestigd zit.

Echter door de enorm vele naamsuïtingen op het pand valt het wel op dat De Haan Makelaars Ypenburg er gevestigd is. De naam De Haan is aanwezig op de gevel van het houten chalet en daarnaast zijn er vlaggen en banieren aanwezig. Voor de ramen hangen presentaties van het woningaanbod. Echter zijn de presentaties niet te bezichtigen als het kantoor dicht is, want dan worden de raamluiken gesloten, in verband met inbraak.



Als consument stap je gemakkelijk het houten chalet binnen, het kantoor heeft een gemoedelijke uitstraling. Bij het binnengaan van het kantoor kom je binnen bij de receptie. In de ruimte waar de receptie zit, is tevens een presentatie ruimte aanwezig om aan de consument te laten zien welke woningen het kantoor te koop heeft. In het kantoor hangt de sfeer die je verwacht bij het binnengaan van het chalet, een gemoedelijke sfeer.

Bij het binnenstappen van het kantoor werd ik vriendelijk ontvangen, de receptioniste vroeg direct waarmee ze mij kon helpen. Zij zagen er netjes en verzorgd uit. Op de meeste vragen wisten de medewerkster direct antwoord, de antwoorden op de overige vragen hebben ze wel voor mij nagezocht. Net als op het kantoor Den Haag gingen de medewerkers over tot cross-selling, door te vragen of ik al een hypotheekadviseur had bezocht. Verder vroegen ze mij of ik een afspraak wilde maken om de woning te bezichtigen. Bij het verlaten van het chalet werd ik vriendelijk gedag gezegd.

Website

Op de website van De Haan Makelaars is duidelijk het logo van de NVM aanwezig. Op de website wordt onderscheid gemaakt tussen particuliere en zakelijke klanten. De particuliere klanten kunnen het actuele aanbod bekijken, via een automatische zoekmachine kan de consument zijn eigen voorkeuren aangeven, waardoor de consument een op zijn wensen aangepast aanbod te zijn krijgt. Er is op de website informatie te vinden over de diensten die zij aanbied: bestaande bouw, nieuwbouw, taxaties en hypotheke. Verder staan de namen van de medewerkers op de site vermeld en een routebeschrijving met een plattegrondkaart. Op de site zijn links aanwezig naar de website van de hypotheekshop, de NVM, funda, vereniging eigen huis, het CBS, Raad voor onroerende zaken, naar de gemeenten Den Haag, Leidschendam-Voorburg, Rijswijk, Wassenaar en Zoetermeer, de provincie Zuid-Holland en naar een routeplanner site.

Brochure

De brochures van De Haan Makelaars Den Haag, zijn zelf gemaakt. Deze bestaan uit een uitgebreide uitdraai uit het makelaars programma, met foto's van zowel het exterieur en interieur, een beschrijving van de woning en belangrijke informatie over de woning. Verder bestaat de brochure uit een vragenlijst, een lijst van zaken en overige stukken zoals tekeningen van de woning.

Estate Makelaars o.g.

Estate Makelaars is gevestigd in een kantoorvilla, aan de rand van een woonwijk op de een ventweg van de Badhuisweg. Deze straat is een doorgaande weg van Scheveningen richting het centrum. Het kantoor bevindt zich buiten het centrum maar is goed te bereiken via de uitvalswegen.



Voor de deur van het pand zijn wel parkeerplekken aanwezig alleen staat het hier altijd vol met geparkeerde auto's, in de straten die zich achter het kantoor bevinden is genoeg parkeerplek.

De wijk waar het kantoor zich bevindt is omstreeks 1920 gebouwd, het pand is zeer goed onderhouden. Het kantoor is niet echt herkenbaar, wel hangt een grote

roze vlag in de tuin, echter als er geen wind staat hangt die slap naar beneden. Verder staat er bij de ingang nog een paal met Estate Makelaars erop deze is alleen niet te zien van af de doorgaande weg. Voordat je de tuin inloopt is er wel een presentatie bord aanwezig, echter hangt hier maar een heel beperkt en verouderd aanbod van de woningen.



Het kantoor heeft een enorm hoge drempel om naar binnen te gaan, je moet eerst de tuin in van de villa waarna je een trap opmoet. Om binnen te komen moet je aanbellen. Bij binnenkomst kom je eerst in een kleine gang waarna je een enorme hal in loopt waar de receptie gevestigd zit. In deze hal zijn kleine zitplaatsen gecreëerd voor klanten die moeten wachten. Achter de receptie zit een deur naar de werkvloer. Tevens gaat er vanuit de hal een enorme trap naar boven, waar ook enkele personeelsleden werkzaam zijn. Er hangt in het kantoor een gezellige maar tegelijkertijd zakelijke sfeer.

Het personeel ziet er heel verzorgd uit en ze zijn erg vriendelijk. Bij binnenkomst werd ik door de twee receptionisten begroet en één vroeg gelijk wat ze voor mij kon betekenen. Uit haar hoofd wist ze niet of de woning waarin ik geïnteresseerd was nog beschikbaar was, dit ging ze uitzoeken. Ze mij haalde een brochure op en draaide een stamkaart uit voor mij. Op mijn overige vragen wisten beide receptionisten geen antwoord, wel hebben ze geprobeerd de makelaar die het pand in de verkoop had te bellen, echter deze was telefonisch in gesprek.

Aan het einde van het gesprek wijzen ze mij erop, op de site te kijken voor het gehele woningaanbod. En bieden ze mij aan een afspraak te maken voor de woning. Bij het verlaten van het kantoor werd ik op zeer vriendelijke wijze gedag gezegd.

Website

Op de website van Estata Makelaars is het NVM, Qualis en Fiabci logo aanwezig. Op de site is te lezen welke diensten zij leveren voor de consumenten, staan foto's van de medewerkers, het actuele aanbod en een route beschrijving voor mensen die uit verschillende richtingen buiten de stad vandaan komen. De site beschikt over virtuele tours door de wijken waar het kantoor actief is. Op de site zijn links aanwezig naar de webstie van Acces, de American Womens Club, de Britisch Womens Clud, Expat, Fiabci, de NVM, het VVE touristeninformatiebureau, de gemeente Den Haag en internationale scholen in Den Haag. Tevens biedt de website van Estata Makelaars de mogelijkheid op site in het engels te bekijken.

Brochure

De brochure van Estata Makelaars bestaat uit een dubbelzijdig bedrukt A-4tje met op de voorkant een foto van het exterieur van de woning. Op de achterzijde bevinden zich foto's van het interieur met een beschrijving van de woning. Daarnaast geven zij de consument een uitdraai van de stamkaart mee, waarop de belangrijkste informatie over de woning vermeld staat.

Frisia Makelaardij B.V.

Het kantoor van Frisia Makelaardij is gevestigd in de Javastraat te Den Haag. Het kantoor is gevestigd in een monumentaal vrijstaand pand. De authentieke kenmerken zijn goed bewaard gebleven. Er is een schitterende monumentale trap in de hal naar de bovenliggende verdiepingen. In de straat zelf en in de omliggende straten zijn veel kantoren en banken gevestigd. Verder bestaat de buurt uit woningen in het duurdere segment.



De parkeergelegenheid is niet optimaal. Op het terrein van het kantoor zijn enkele parkeerplaatsen, maar omdat de medewerkers hier hun auto ook veelal parkeren blijft er weinig ruimte over voor de bezoekers om hun auto te parkeren.

De Javastraat is een doorgaande weg zonder parkeerplaatsen. In de omliggende straten is er wel mogelijkheid om te parkeren, dit is echter wel betaald.



Het kantoor van Frisia Makelaardij is niet echt opvallend, er hangt geen bord met de naam Frisia aan de gevel, wel zijn er vlaggen aanwezig. Het is niet een kantoor waar een toevallige passant snel zal binnenstappen. Het kantoor heeft een vrij zakelijke uitstraling.

Bij binnenkomst is er een balie waar een receptioniste je vriendelijk te woord staat. In de hal is verder een wand aanwezig waar men informatie kan vinden over de panden die ze op dit moment in portefeuille hebben en er zijn diverse folders over hypotheek, verzekeringen en dergelijke. Het pand is verdeeld in veel kleine kamers met zo'n twee a drie werkplekken. Een sterk punt is ook dat bij alle kamers de deuren open staan waardoor het een wat informele sfeer krijgt.

De uitstraling van het personeel is goed te noemen. De medewerkers zien er goed verzorgd uit qua kleding en uiterlijk. Bij binnenkomst werd ik vriendelijk te woord gestaan door de receptioniste. Zij wist mij te vertellen dat het pand waar ik in geïnteresseerd was net was verkocht. Op dat moment kwam de desbetreffende makelaar net langs. Hij ving het gesprek op en sprong hier gelijk op in. Ik werd uitgenodigd om naar zijn kamer te gaan. Hij vroeg waar ik naar op zoek was en kwam met diverse alternatieve woningen.

Wat wel op viel was dat deze woningen uit een duurder segment kwamen dan de woning waar ik in eerste instantie om vroeg. Verder heeft hij het er niet over gehad dat het bij Frisia mogelijk is om hypotheek en verzekeringen af te sluiten. De mate waarin cross-selling wordt toegepast is dus matig te noemen. Bij mijn vertrek werd ik er op gewezen dat als ik interesse had in één van de woningen ik dan contact op kan nemen voor een afspraak en ik werd, vriendelijk gedag gezegd.

Website

De website van Frisia Makelaardij is een uitgebreide website in de stijl van de organisatie Dynamis waar Frisia onderdeel van uit maakt. Het NVM logo is niet aanwezig op de site. Op de website wordt onderscheid gemaakt tussen de particuliere en de zakelijke klant. Voor de particulier is informatie aanwezig over de diensten die het kantoor aanbied, nieuwbouw projecten, hypotheek en verzekeringen. Via een automatische zoekmachine kan de consument zijn eigen voorkeuren aangeven, waardoor de consument een op zijn wensen aangepast aanbod te zijn krijgt. Dit laatst genoemde en informatie over de aangeboden diensten is ook beschikbaar voor de zakelijke klant. Wanneer men meer informatie wil is het mogelijk een automatisch bericht te verzenden voor informatie aanvraag.

Verder is er nog algemene informatie te vinden over de organisatie, over nieuwtjes in de makelaardij en een route beschrijving aan de hand van een kaart, waarin aangegeven staat hoe je moeten rijden vanaf de A4 om bij het kantoor van Frisia te komen. De site heeft links naar de volgende websites: de organisatie Dynamis, de NVM, Dynamis sprekende cijfers, funda, de NVA, Dynamis ABC, de regio Haaglanden, de gemeente Den Haag en diverse sites van nieuwbouw projecten.

Brochure

De brochure van Frisia Makelaardij is een ingebonden brochure in de stijl van Dynamis. Er zijn in de brochure foto's aanwezig van het exterieur en interieur van de woning, gevolgd door een beschrijving en bijzonderheden van de woning en de vraagprijs. Als bijlage zijn in de brochure toegevoegd kopieën van belangrijke stukken, zoals een splitsingsakte, VvE stukken, een aanvullende vragenlijst en een lijst van zaken. Daarnaast beschikt elke brochure over een biedingformulier.

Kimmel & Co. Makelaarskantoor o.g. b.v.

Het kantoor Kimmel Makelaars bevindt zich op de Wassenaarseweg, in het Benoordenhout, een doorgaande weg vanuit de wijk Benoordenhout naar het Centrum. Het kantoor zit gevestigd op de begane grond van een herenhuis nabij het centrum van Den Haag en verschillende uitvalswegen.



Op de Wassenaarseweg is het moeilijk om een parkeerplek te vinden, in de straten achter de vestigingsplaats van het kantoor zijn wel voldoende parkeerplaatsen aanwezig. In de omgeving van het kantoor moet er voor parkeren betaald worden.

De wijk Benoordenhout is omstreeks 1920 gebouwd, door het onderhoud is het pand in goede staat. Je herkent het pand heel snel door de rood witte vlaggen

die aan de gevel hangen, evenals de naam die op de gevel bevestigd is. Voor de ramen zijn de presentaties aanwezig van de woningen die Kimmel Makelaars in de verkoop heeft. Achter de ramen is de vitrage gesloten zodat niet goed naar binnen gekeken kan worden.



Het kantoor heeft een hoge drempel om naar binnen te stappen, het heeft een statige uitstraling. Om binnen te komen moet aangebeld worden, bij het binnen komen kom je in een gang terecht waaruit je het kantoor in loopt. Bij het binnen komen sta je ook direct in het de ruimte waar de binnendienst medewerkers aan het werk zijn, die relatief klein is. Vanuit deze ruimte kun je zo de kamer erachter kijken waar de overige medewerkers aan het werk zijn. In het kantoor hangt een formele maar gezellige sfeer.

Bij het binnenkomen werd ik door de aanwezige medewerker gedag gezegd en werd gevraagd waarmee ze me konden helpen. De medewerkster die mij hielp was erg vriendelijke de andere medewerkster daarentegen was kortaf. Ze wist niet op alles antwoord uit haar hoofd maar zocht de antwoorden wel op. Ook haalde ze nog een makelaar erbij om antwoord op een bepaalde vraag te geven. Waardoor het niveau van informatie diepgaander werd. Bij het weg gaan werd ik er op geattendeerd dat ik altijd contact kon opnemen als ik nog vragen had of de woning wilde bezichtigen.

Website

De website van Kimmel Makelaars is te bekijken in het Nederlands en Engels. Op de site zijn de logo's van de NVM en RMT aanwezig. Op de homepage moet de consument een keuze maken tussen kantoren gevestigd in Den Haag of Wassenaar. Op de site staat per vestiging aangegeven wat de diensten zijn die aangeboden worden, het actuele aanbod en welke op welke afdeling de personeelsleden werkzaam zijn. Er zijn geen links aanwezig op de website.

Brochure

Op de brochure van Kimmel Makelaars staat op de voorkant een onduidelijke foto van de woning, aan de binnenzijde bevinden zich foto's van het interieur die niet allen even duidelijk zijn, dit komt doordat ze de digitale foto's vergroot hebben. Op de achterzijde van de brochure staat een korte beschrijving van de woning. In de brochure zit een beurs uitdraai met belangrijke informatie over de woning. Van niet alle woningen die Kimmel Makelaars in de verkoop heeft zijn brochures aanwezig. In dit geval ontvangt de consument een uitgebreide beurs uitdraai, met foto's, een beschrijving van de woning en algemene informatie.

Langezaal Makelaars in O.G.

Het kantoor Langezaal Makelaars bevindt zich op de Schenkkade, nabij het centrum van Den Haag en verschillende uitvalswegen. Achter en naast het kantoor bevinden zich allemaal woningen en op vijf minuten loopafstand bevindt zich de winkelstraat de Theresiastraat. Toch zullen er maar weinig mensen langs lopen omdat het aan de rand van desbetreffende buurt ligt.



Voor het kantoor is weinig parkeergelegenheid, echter in de straten erachter is veel ruimte aanwezig om te parkeren. Wel is overal in de omliggende straten sprake van betaald parkeren.

Het pand waarin het kantoor gevestigd is zal omstreek 1920 gebouwd zijn. Het kantoor is duidelijke herkenbaar, door de vlaggen aan en de naar op de gevel



van het kantoor. Daarnaast is duidelijk aangegeven dat zij NVM lid zijn. Voor de ramen hangen presentaties van het woningaanbod met daarachter houten schermen zodat je niet naar binnen kan kijken. Om de presentaties te bekijken moet je wel de tuin van het pand betreden.

Het kantoor heeft een zeer lage drempel om naar binnen te stappen, buiten staat een beeltenis van een ober van ongeveer anderhalve meter groot die je uitnodigt om binnen te komen kijken. Bij het binnenstappen van het kantoor kom je in een gang die uitmondt in een presentatie ruimte, waar presentaties van het woning aanbod aanwezig zijn waar de consument rustig rond kan kijken. In de presentatieruimte is een balie aanwezig waarachter zich de kantoorvloer bevindt. In het kantoor hangt een uitnodigende en gezellige sfeer.

Het personeel ziet er allemaal heel verzorgd uit en zeiden bij het binnenkomen gedag. Daarna vraagt de makelaar die toevallig bij de balie staat waar hij mij mee kan helpen, vervolgens neemt een binnendienst medewerkster het gesprek over. Wat verwarrend overkomt, er ontstaat ruis. De medewerkster zoekt heel veel contact, ze vraagt naar wat voor soort woning ik opzoek ben, in welke prijsklassen en of ik al weet tot welke prijs ik kan gaan en of lang aan het zoeken ben. Ze geeft mij wat alternatieven voor leuke woningen die aan mijn wensen voldoen, op mijn vragen weet ze ook alle antwoorden uit haar hoofd te geven. Na alle informatie laat ze mij nog even rustig rondkijken in de presentatie ruimte. Bij het weggaan wordt ik vriendelijk gedag gezegd en wijst zij mij op de website van het kantoor omdat die altijd meer up-to-date is dan funda.

Website

Op de site van Langezaal Makelaars is het NVM logo aanwezig. De site biedt de consument de mogelijkheid het actuele aanbod te bekijken via een automatische zoekmachine, waarbij de consument zijn eigen voorkeuren kan aangeven, waardoor de consument een op zijn wensen aangepast aanbod te zien krijgt. Daarnaast wordt nog informatie gegeven over de diensten die het kantoor aanbiedt, het bedrijf zelf en een foto met de personeelsleden die er werkzaam zijn. Verder staat er een plattegrond op de site die aangeeft waar de twee kantoren van Langezaal Makelaars gevestigd zitten. Op die website zijn geen links naar andere websites aanwezig.

Brochure

Langezaal Makelaars werkt niet met brochures in de presentatie ruimte ligt van elk pand wat zij in de verkoop hebben beurskaarten. Met een foto van de buitenkant van de woning, een beschrijving van de woning en belangrijke informatie.

Meeùs makelaars Den Haag

Het kantoor Meeùs makelaars Den Haag zit gevestigd in een kantoor pand aan de Laan van Nieuw Oost Indië, een doorgaan de weg van Voorburg naar Scheveningen. Het kantoor bevindt zich redelijk dichtbij het centrum van Den Haag en dicht bij vele uitvalswegen. Om de hoek van het kantoor bevindt zich de winkelstraat de Theresiastraat. In het kantoor van Meeùs bevinden zich ook alle andere diensten van de organisatie, waardoor de consumenten het niet gauw zal herkennen als makelaarskantoor.



Meeùs makelaars Den Haag beschikt over een eigen parkeerterrein voor bezoekers. Wanneer het parkeerterrein aan de voorzijde vol is, wordt de bezoeker naar het parkeerdek achter het kantoor geloodst.



Het gebouw waarin Meeùs makelaars Den Haag zit gevestigd heeft geen uitstraling het bestaat uit grijze betonblokken met reliëf. Het is geen pand waarvan een consument verwacht dat er een makelaarskantoor gevestigd zit. De organisatie is wel goed te herkennen aan het logo wat aan de gevel bevestigd is en door de vlag aan de vlaggenmast. Buiten bevinden zich presentatieborden waar de consument rustig kan rond kijken. Ook voor de ramen van ingang hand het woningaanbod.

Het kantoor heeft een hoge drempel om binnen te stappen, de bezoeker moet eerst een trap op, door een draaideur en loopt vervolgens tegen een centrale receptie op. Als je doorloopt kom je vervolgens in een enorm grote presentatieruimte, voor bestaande en nieuwbouw, de zogenaamde woonwinkel. In ruimte is een informatrice aanwezig die je voorziet van alle informatie.

Bij het binnenlopen van de presentatieruimte werd ik vriendelijk begroet door de verzorgde medewerkster. Ze vroeg wat mijn wensen waren, naar wat voor een soort woning ik opzoek was en in welke prijsklasse. Zij wist niet direct alle antwoorden op mijn vragen maar zocht de antwoorden wel op. Zij gaf aan dat de organisatie Meeùs beschikt over een eigen hypotheekafdeling, waarbij ik altijd een afspraak kon maken. Bij het weggaan attendeerde ze mij er ook op dat ik altijd kon bellen voor een bezichtiging van een woning.

Website

De website van Meeùs makelaars is een site voor de gehele onderneming. Ik zal alleen een omschrijving geven van dat deel van de site, die betrekking heeft op de woningmakelaardij. Op de website staat een overzicht van de diensten die de makelaar aanbiedt, kan de consument het actuele aanbod bekijken, via een automatische zoekmachine kan de consument zijn eigen voorkeuren aangeven, waardoor de consument een op zijn wensen aangepast aanbod te zijn krijgt. Wanneer men meer informatie wil is het mogelijk een automatisch bericht te verzenden voor informatie aanvraag. Op de site zijn geen links aanwezig naar andere websites.

Brochure

Meeùs makelaars Den Haag werkt op dit moment nog met twee soorten brochures, dit omdat ze net over zijn gestapt op een nieuw systeem en nog niet alle brochures voldoen aan deze richtlijnen. De oude brochure bestaat uit een ingebonden brochure met een uitgebreide presentatie met exterieur en interieur foto's, een beschrijving van de woning en belangrijke informatie. Verder bestaat de brochure uit belangrijke stukken zoals een splitsingsakte, vragenlijst en lijst van zaken. De nieuwe brochures zijn meer een presentatie met veel foto's, een plattegrond kaartje van de omgeving van de woning, een beschrijving van de woning en relevante gegevens.

Röttgering Makelaars

Het kantoor van Röttgering Makelaars bevindt zich op de Breitnerlaan in winkelpand uit de jaren zestig. Boven het kantoor bevinden zich portiekwoningen. Op de rij bevinden zich meerdere winkelpanden, echter is het geen drukke winkelstraat. Voor buurt bewoners is het goed bereikbaar, vanaf uitvalswegen iets minder, het zit gevestigd midden in de wijk Benoordenhout, vlakbij de ANWB.



De parkeergelegenheid is goed, de kans is relatief groot dat je voor de deur kunt parkeren. In principe is er sprake van betaald parkeren, echter in het kantoor zijn parkeerkaarten op te halen waardoor de klanten gratis kunnen parkeren.

Het pand ziet er niet optimaal uit, het is verouderd en niet heel goed onderhouden. Hierdoor heeft het een minder professionele uitstraling. De naam Röttgering

Makelaars is wel duidelijke aanwezig op de gevel, daarnaast is te zien dat het een NVM makelaar is. Het kantoor heeft aan de gevel vlaggen hangen met het logo van de NVM. Voor de ramen van het kantoor zijn presentaties van de woningen die Röttgering in de verkoop heeft.



Het kantoor heeft een wel een lage drempel om naar binnen te stappen. Als je binnenkomt kom je in een ruimte waar een balie aanwezig is. Een van de zijmuren vormt een presentatie wand, met brochures van het woning aanbod. Wel gaat deze wand aan de balie voorbij, een vreemd idee, want als klant stap je niet snel voorbij de balie. Via deze ruimte kun je nog een andere ruimte inlopen waar medewerkers aan het werk zijn.

Het personeel was erg vriendelijk en zag er verzorgd uit. Bij het binnenkomen was niemand achter de balie aanwezig, al snel kwam een makelaar de presentatie ruimte binnen lopen, met de vraag waarmee hij mij kon helpen. Hij begon gelijk met informatie verzamelen, vroeg naar wat voor woning ik opzoek was, in welke prijs klasse en in welke buurt. En kwam met meerdere alternatieven woningen aan, geselecteerd op mijn voorkeuren. Op de vragen die ik stelde wist hij een goed en diepgaand antwoord te geven. Hij gaf tevens aan dat het kantoor een actie had om twee maanden lang als gratis zoeker ingeschreven te staan. Bij het afsluiten van het gesprek, kreeg ik zijn kaartje overhandigt met de mededeling je kunt altijd bellen wanneer je vragen hebt of de woning wilt bezichtigen, bij het weg gaan werd ik vriendelijk gedag gezegd.

Website

De website van Röttgering Makelaars is erg overzichtelijk. Op de website staat een kantoorintroductie met foto's van alle medewerkers. Verder staat er op de site een overzicht van de diensten die het kantoor aanbiedt, het actuele en oude aanbod. Voor mensen van buiten de omliggende wijken staat omschreven hoe je bij het kantoor kunt komen en dat er sprake is van betaald parkeren, maar dat er in het kantoor parkeerkaarten op te halen zijn.

Op de website staan een groot aantal links. Via de site van Röttgering Makelaars kun je door linken naar de websites van de NVM, de NVM haaglanden, funda, de hypotheekshop, de 2^e kamer, de belastingdienst, de consumentenbond, vereniging eigen huis, VROM en naar de websites van de gemeente Den Haag, Wassenaar, Leidschendam-Voorburg en Rijswijk. Wanneer je de website verlaat krijg je een pop-up met een bedankje voor het bezoek aan de website.

Brochure

Op de brochure van Röttgering Makelaars staat op de voorkant een foto's van de woning, aan de binnenzijde bevinden zich nog meer. Op de achterzijde van de brochure staat een korte beschrijving en belangrijk informatie over de woning.

Woningpunt Bezuidenhout-Mariahoeve BV

Helaas heb ik geen bezoek kunnen brengen aan het makelaarskantoor Woningpunt Bezuidenhout-Mariahoeve, omdat het makelaarskantoor bij diverse pogingen gesloten was. Naar verwachting gaat het kantoor sluiten.

§ 3.7 Deelconclusie

In de laatste twee paragrafen heb ik het imago van de geselecteerde concurrenten in kaart gebracht. Door eerst in kaart te brengen op welke segmenten van de markt zij actief zijn en achtereenvolgens per geselecteerde concurrent de vestigingsplaats de uitstraling van het kantoor en de service gerichtheid van het personeel te bespreken. In deze deelconclusie zal ik een beschrijving maken van datgene wat mij het meeste opgevallen is bij het uitvoeren van de twee analyses.

Uit de analyse naar vestigingslocatie blijkt dat er over het algemeen niet veel verschil zit in de makelaarskantoren onderling. De meeste zijn gevestigd in een kantoorpand onder appartementen, op de parterre van een herenhuis of in een kantoorvilla. Wel is er veel verschil in de indeling van de kantoren, zo beschikt niet ieder kantoor over een presentatieruimte. Wat een pre is voor de consument die op zijn gemak wil kijken welke woningen het makelaarskantoor in de verkoop heeft. Verder onderscheiden ze zich op het gebied van de ligging en uitstraling van het kantoorpand.

Om je als makelaar te onderscheiden van de concurrenten, moet je zorgen dat je over medewerkers beschikt met goede commerciële vaardigheden. Dit liet bij de meeste van de bezochte makelaarskantoren te wensen over. Bij binnenkomst moest ik een aantal keer de eerste stap zetten om informatie te verkrijgen, wat een actie is die door het personeel ondernomen moet worden. Het niveau van informatieverschaffing verschilde heel erg per kantoor. Bij sommige kantoren wisten de medewerkers helemaal niets uit hun hoofd over het woningaanbod, bij andere kantoren wisten ze enkele gegevens uit het hoofd en moesten de rest opgezocht worden. Terwijl bij Burger van Leeuwen Makelaardij en Röttgering Makelaars de medewerkers alles afwisten van de woningen die zij in de verkopen hebben. Bij de helft van de bezochte kantoren, werden de overige diensten van het kantoor niet aangeboden. Dit lijkt mij onder andere een van de taken van het personeel van een makelaarskantoor, het informeren van de consument over de aan te bieden diensten. Bij een enkel kantoor werd maar overgegaan tot cross-selling, bijna niemand verwees mij naar een hypotheekadviseur om te laten bereken tot welke prijs ik kon gaan bij het kopen van een woning. Alhoewel enkele medewerkers vroegen tot welke prijs ik ongeveer kon gaan. Bovengenoemde aspecten, zijn punten waaraan een makelaarskantoor veel aandacht moet besteden, omdat zij zich op deze wijze kan onderscheiden van de concurrent.

Een opvallend punt is dat ik bij het bezoeken van de drie makelaarskantoren Beeuwkes Makelaardij, Estata Makelaars en Kimmel Makelaars, moest aanbellen om het kantoor binnen te komen. Uit de transactiegegevens van deze drie makelaarskantoren blijkt dat zij alle drie actief zijn in het hoge segment van de woningmarkt. Ondanks de hoge drempel die het kantoor hierdoor krijgt, voor consumenten om binnen te stappen, heeft geen invloed op het aantal transacties. Kennelijk hebben deze kantoren in de hogere bevolgingsklasse zoveel naamsbekendheid opgebouwd in de loop der jaren, dat zij hun deuren dicht kunnen houden. De doelgroep zoekt hen toch wel op.

Het makelaarskantoor Frisia Makelaardij kan vergeleken worden met de Meeùs makelaars, omdat zij net als Meeùs bij een landelijke organisatie aangesloten is, te weten Dynamis. Beide kantoren bedienen de woningmarkt vanuit een kantoor. Wanneer we de transactiegegevens van de twee kantoren vergelijken blijkt dat ze allebei in alle prijsklasse aanwezig zijn. Als naar de wijken wordt gekeken waarin ze actief zijn, is het duidelijk dat ze in de vestigingswijk niet de functie van buurtmakelaar hebben en transacties doen in alle wijken van Den Haag en de randgemeenten Leidschendam en Voorburg. Geconcludeerd kan worden dat deze kantoren geen typering hebben naar prijsklasse, marktsegmenten en wijk imago op de woningmarkt

Om een sterke speler te worden op de woningmarkt van de gemeenten Den Haag en Leidschendam-Voorburg, zal Meeùs makelaars Den Haag een imago, afgestemd op de doelgroep, moet creëren. Hierbij zal de onderneming voor zichzelf keuzes moeten maken, wie zij willen zijn en welke markten zij willen bedienen.

Hoofdstuk 4: Marketing- en communicatieanalyse

§ 4.1 Inleiding

Dit hoofdstuk staat in teken van de waarde die marketing en communicatie in de makelaardij kan toevoegen. Eerst zal ingegaan worden op de theoretische achtergrond van marketingstrategieën, gevolgd door de marketingmix met betrekking tot de makelaardij. In de rest van het hoofdstuk zal de P van promotie, bestaande uit communicatie verder uitgediept worden. Door in kaart te brengen wat de effectiviteit van communicatie is. In de conclusie zal in kaart gebracht worden welke marketingcommunicatie middelen in de makelaardij effectief zijn.

§ 4.2 Theorie marketingstrategie

Marketing omvat de op de markt afgestemde ontwikkelingen, prijsbepaling, promotie en distributie van producten, diensten en ideeën, en andere activiteiten om planmatig transacties te bevorderen, een reputatie te creëren en duurzame relaties met klanten op te bouwen, waarbij alle partijen hun doelstellingen verwezenlijken¹.

Gezegd kan worden dat het doel van marketing is: het bepalen wat de behoeften en wensen van de potentiële klant zijn en hiermee rekening te houden zichzelf als organisatie en het product te positioneren in de markt. Deze positionering komt niet zomaar tot stand, hiervoor is een marketingstrategie nodig, welke weergeeft op welke manier het management marketingdoelstellingen wil verwezenlijken.

Bij het opstellen van een marketingstrategie moet, voorzover van toepassing, rekening gehouden worden met invloeden van buiten af, de omgevingsfactoren:

- Demografische- economische factoren;
- Politiek- juridische factoren;
- Ecologische- technologische factoren;
- Sociaal- culturele factoren.

Een organisatie is niet in staat de hele markt te bedienen, de wensen en behoeften van consumenten verschillen. De totale markt is op te delen in kleinere segmenten, waaruit een onderneming een bepaalde doelgroep kan kiezen. Om tot een effectievere marketing te komen dient het marketingbeleid op de doelgroep te worden afgestemd. Het marketingbeleid wordt gevormd door de combinatie van vier marketinginstrumenten om de markt mee te bewerken, welke beter bekend zijn onder de naam de marketing mix, bestaande uit de vier P's:

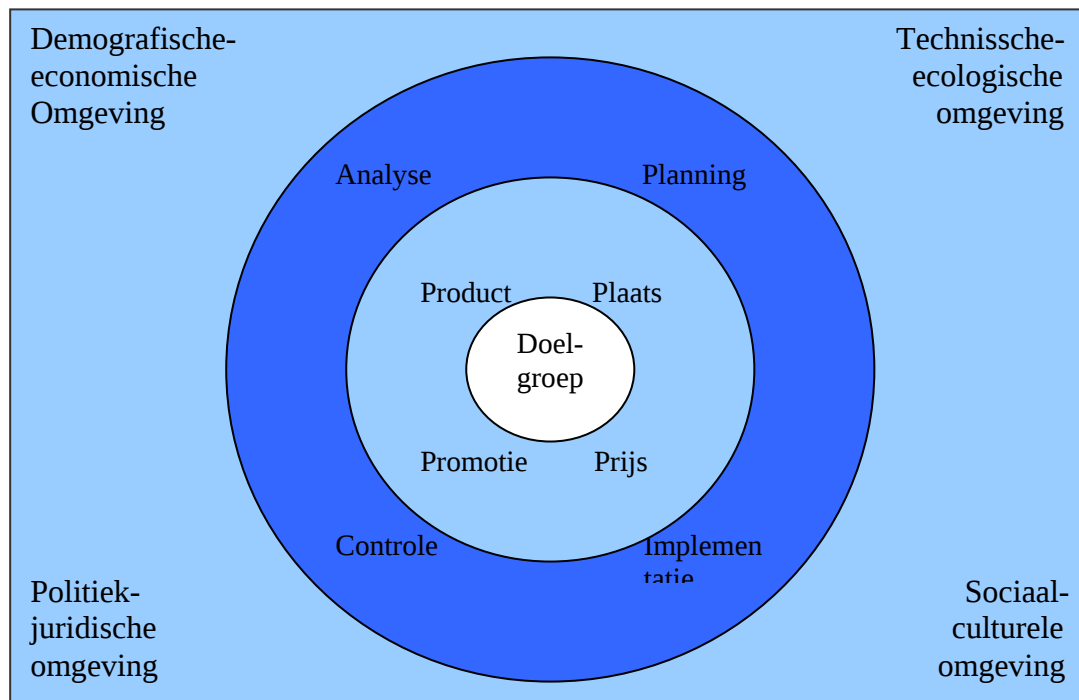
- Product;
- Prijs;
- Plaats;
- Promotie.

Om tot de perfecte marketingmix te komen en toe te passen beschikt een organisatie over vier marketingmanagementfuncties:

- Marktanalyse;
- Marketingplanning;
- Implementatie;
- Controle van de marketing mix.

¹ Grondslagen van de marketing, Verhage, B.

In onderstaand model is het gehele proces weergegeven



Figuur 1: Invloed factoren bij een strategie van een onderneming

§ 4.3 Marketingmix voor de makelaardij

Uit de vorige paragraaf blijkt dat het marketingbeleid, bestaande uit de vier P's pas effectief is wanneer zij aangepast wordt op de gekozen doelgroep. Ik kan echter niet bepalen wat de doelgroep van Meeùs moet worden. Ik zal mij dan ook niet met deze vraag bezig houden, omdat de organisatie hier zelf mee bezig is. Bij het bespreken van de vier P's zal weergegeven worden wat de betreffende P precies inhoudt. Wat de P's kunnen betekenen in de makelaardij en wat het belang is van een eigen marketingmix op vestigingsniveau voor Meeùs makelaars Den Haag.

Product

Het product makelaardij is dienstverlening en bestaat uit een combinatie van immateriële eigenschappen waarmee de dienst in de behoefte van de consument voorziet. Echter niet alle consumenten hebben dezelfde voorkeuren en behoeften aan de eigenschappen van een dienst. Daarom zal de dienst aangepast moeten worden aan de doelgroep.

Belangrijk is om te beseffen dat een dienst ontastbaar is, hetgeen inhoudt dat het aangeboden product ongrijpbaar is, de consument weet niet welk product hij precies koopt. Wel is het mogelijk om de ontastbaarheid van de dienst af te laten nemen door tastbare evenementen aan de dienst toe te voegen.

Het product, de dienst makelaardij, is een vastgegeven. Door de jaren heen is er op verschillende wijze geprobeerd het core product uit te breiden, maar altijd zijn ze terug te voeren naar de volgende activiteiten:

- het aan- en verkopen van woningen;
- taxaties;
- het aan- en verhuren van woningen;
- nieuwbouw;
- activiteiten in onroerend goed voor niet woningen (commercieel vastgoed).

Ik beperk me binnen de mijn afstudeeropdracht tot de afdeling bestaande bouw van Meeùs waaronder de activiteiten het aan- en verkopen van woningen en taxaties van bestaande woningen vallen. Voor de andere activiteiten bestaan binnen Meeùs makelaars Den Haag afzonderlijke afdelingen. Meeùs makelaars Den Haag is alleen actief op het gebied van het aan- en verkopen van woningen, voor hen is de mogelijkheid aanwezig het core product uit te breiden door in de toekomst taxaties van bestaande woningen uit te gaan voeren.

Iedere makelaar levert in beginsel hetzelfde product, de makelaar moet er voor zorgen dat hij zich met zijn dienstverlening op een bepaalde wijze onderscheidt van de andere makelaars. Er moet voor gezorgd worden dat de dienst die geleverd wordt aansluit op behoeften van de consument. In feite moet het product voor de consument meer toegevoegde waarde leveren dan het product van de andere makelaars. Meeùs beschikt over een landelijk product de Meeùs methode, dat de leidraad vormt voor het proces van het aankopen en/of verkopen van een huis. Doordat het een landelijk ontwikkeld product is, is het niet aangepast aan een bepaalde doelgroep. Dit maakt in dit geval niet zoveel uit, de methode fungeert als leidraad die op de individuele consument kan worden aangepast. Dit laatste is de taak van de makelaar, die het product op zo moet aanbieden dat de consument het idee heeft dat het product wat Meeùs biedt perfect bij hem past. De consument moeten gaan inzien wat de toegevoegde waarde van de Meeùs methode is bij het aan- of verkopen van zijn huis. Dit is tevens een voorbeeld van het tastbaarheid toevoegen aan de dienst, omdat je de klant op papier overhandigt wat je voor hem gaat betekenen.

Wanneer het verlenen van de dienst heeft plaatsgevonden is het belangrijk om als makelaar nazorg te verstrekken. Hierbij is de betrokkenheid van de medewerkers van het makelaarskantoor erg belangrijk. Om hier op in te spelen moet Meeùs makelaars ervoor zorgen altijd de juiste mensen op de juiste plek binnen de afdeling te hebben, medewerkers die een grote betrokkenheid hebben bij het uitvoeren van hun werk.

Prijs

De prijs van een product wordt bepaald door de vraag en aanbod op de markt van het product. De aanbod kant van de markt bevat de makelaars die het product makelaardij aanbieden, deze dienst wordt in overvloed aangeboden. De vraagkant naar het product makelaardij is de vraag van de consument met naar de dienst makelaardij.

Bij het vaststellen van de prijs staat de vraag centraal: hoeveel geld zal de consument het product waard vinden? Het is als ware de kunst om de waarde van het aangeboden product in de ogen van de koper te vertalen. De bovengrens van de prijs wordt bepaald door de consument De ondergrens van de prijs komt door de kosten tot stand, welke onder te verdelen zijn in de constante en variabele kosten.

Op de markt van de makelaardij is de afgelopen jaren een ware prijzenoorlog ontstaan. Waren het eerst nog alleen de bedrijven, voortgekomen uit het vrijgeven van de titel van makelaar, die de diensten tegen lage tarieven aanboden. Vandaag de dag stunen veel NVM makelaars ook met de tarieven voor de aangeboden diensten. Wat het gevolg is van het teruglopende marktaandeel van NVM makelaars, wat door niet NVM gebonden makelaarskantoren werd overgenomen.

Plaats

Bij het bepalen van de plaats, wordt bedoeld hoe een organisatie haar producten het beste in handen van de consumenten krijgt. Hiervoor moeten keuzes gemaakt worden, belangrijk is om er voor te zorgen dat het juiste product op de juiste plaats, op de juiste tijd bij de juiste persoon aanwezig is.

Voor de makelaardij omvat de P van Plaats twee onderdelen. De eerste bestaat uit de plaats waar het makelaarskantoor gevestigd is, het twee onderdeel bestaat in de makelaardij het op de goede plaats zijn bij afspraken op de juiste tijd.

Een makelaarskantoor moet daar gevestigd zijn waar zij haar doelgroep het beste kan bereiken en bedienen. Waarbij ook belangrijk is dat de vestiging een lage drempel heeft voor de consument om naar binnen te stappen. Vaak zal dit betekenen dat het kantoor gevestigd zit in de buurt, waar het kantoor veel transacties doet en probeert buurtmakelaar te worden. Meeùs makelaars Den Haag zit gevestigd in een kantoorpand aan de Laan van Nieuw Oost Indie 123 te Den Haag. Een kantoor met een hoge drempel voor klanten om naar binnen te gaan. Van hieruit bedient zij de gemeenten Den Haag, Leidschendam-Voorburg, Rijswijk en Delft, wat wijst op een regionale vestiging. Ik zal hier geen alternatieve aangeven hoe en waar Meeùs makelaars Den Haag zich zou kunnen vestigen om de markt te bedienen. Dit is de hoofdvraag van mijn afstudeeropdracht en in mijn conclusie zal naar voren moeten komen of of Meeùs makelaars Den Haag de markt moet bedienen vanuit een of meerdere vestigingen.

Het product makelaardij wordt niet altijd op kantoor geleverd, vaak gebeurt dit buiten op straat of bij consumenten thuis. Dit betekent dat de makelaar moet zorgen op tijd bij zijn afspraken te zijn. Dit betekent dat de agenda van de makelaar door de binnendienst medewerkers goed ingedeeld moet worden. Voor makelaars in het algemeen geldt dat zij vaak te laat zijn op afspraken, voor Meeùs makelaars Den Haag is deze kans nog groter omdat zij vanuit een vestiging een regionaal gebied bedienen waardoor zij vaak in krappe tijd een lange route moeten afleggen om op tijd bij de volgende afspraak te komen. Belangrijk is een goede agenda indeling die de makelaars in staat stelt om op alle afspraken op tijd te zijn.

Promotie

Promotie omvat de activiteiten om de verkoop van de dienst te bevorderen. Een andere woord wat vaak gebruikt wordt voor promotie is de term marketingcommunicatie. Binnen een organisatie wordt op vele manieren gecommuniceerd. Bij promotie gaat het erom het product bij de consument te brengen, daarom zal ik mij beperken tot de marketingcommunicatie binnen een organisatie. Vroeger was er een groot verschil tussen communicatie en marketing. Tegenwoordig worden ze veel gecombineerd, omdat zij vele raakvlakken kennen. Zo hebben marketing activiteiten bijna altijd de ondersteuning van communicatie nodig.

Marketingcommunicatie in de makelaardij is het communiceren van één of meer kenmerken van de organisatie of marketingmix aan personen in de diverse belangengroepen met als doel hen te informeren, te overtuigen of te herinneren.

Het doel van marketingcommunicatie is de consument bekend te maken met een dienst. Belangrijk is hierbij dat de overgebrachte boodschap wordt opgenomen in het geheugen van de consument. De consument bekend maken met een product, dienst of merk kan met behulp van de volgende middelen.

Reclame

Dit medium kan in de makelaardij gebruikt worden om naamsbekendheid te krijgen, doordat de naam van de organisatie gezien wordt.

Direct marketing

Kan in de makelaardij vorm krijgen door direct met de ontvanger in contact te treden, door het verspreiden van de boodschap.

Internet

Is een belangrijk medium geworden in de makelaardij, het heeft de dienst tastbaarder kunnen maken. De consument kan op de website zien welke woningen de makelaar te koop heeft, met bijhorende informatie en foto's.

Marketing-pr

Omvat het opbouwen van een relatie netwerk, wat in de makelaardij enorm belangrijk is want het is people bussines.

Persoonlijke verkoop

Bestaat uit twee richtingsverkeer tussen de makelaar en de consument. Het is zeer belangrijk in de makelaardij omdat je hierbij direct kan in spelen op de wensen en behoeften van de consument en de makelaar kan zo duidelijk de toegevoegde waarde van de dienst aan de consument zichtbaar maken.

Sales promotie

Hiervan kan gebruikt gemaakt worden in de makelaardij door is een tijdelijke aanbieding van een dienst. Om de organisatie en haar dienst onder de aandacht brengt bij de consumenten.

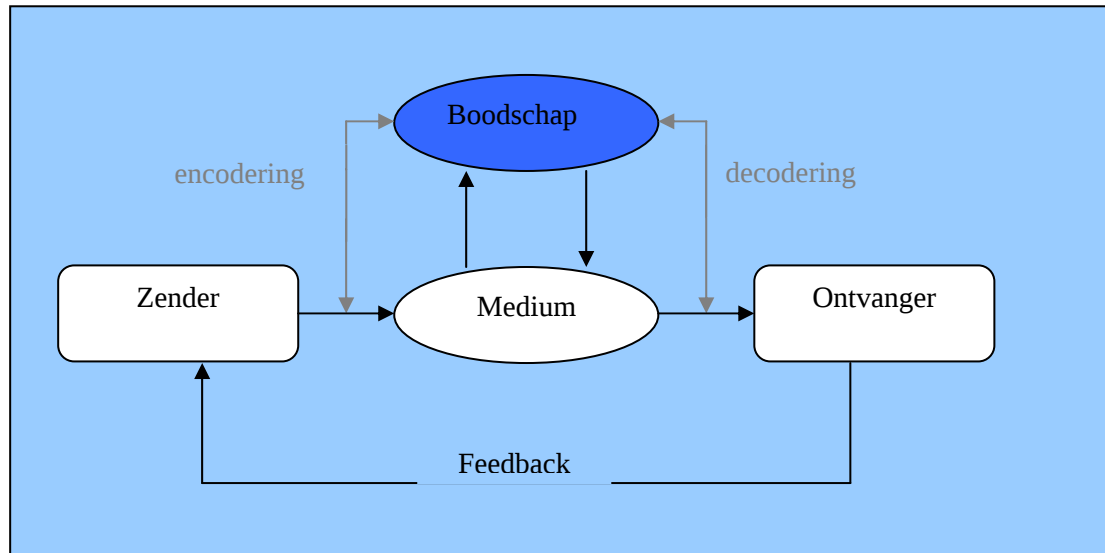
Sponsoring

Kan in de makelaardij zorgen voor naamsbekendheid, omdat je door het grote publiek gezien wordt.

Alle bovengenoemde communicatie middelen zullen binnen de makelaardij bijdragen aan de naamsbekendheid van het makelaarskantoor. Naamsbekendheid is erg belangrijk, maar komt binnen de makelaardij niet alleen tot stand door promotie. Veel belangrijker is de goede ervaring van consumenten met de dienst, het makelaarskantoor en de makelaar.

§ 4.4 Het communicatieproces

Communicatie is een proces waarbij door middel van tekens informatie wordt overgedragen². Een communicatie proces verloopt nooit hetzelfde, toch zijn er een aantal elementen die vrijwel altijd voorkomen, waardoor tot het volgende basis communicatie model gekomen kan worden.



Figuur 2: Het verloop van een communicatie proces

Het proces begint vaak bij de zender, die een boodschap wil overbrengen naar de ontvanger. Om de boodschap over te brengen moet voor geschikt kanaal worden gekozen, het medium. Wanneer de ontvanger een boodschap heeft ontvangen zal een reactie het gevolg zijn, dit wordt feedback genoemd.

De boodschap die de zender wil overbrengen, zit in zijn gedachte. Om dit over te brengen zal hij zijn boodschap om moeten zetten in een code die voor de ontvanger duidelijk is, dit wordt encoderen genoemd. De ontvanger heeft de boodschap pas echt ontvangen als hij hem begrepen heeft. Hiervoor moet hij de boodschap decoderen, de boodschap omzetten in zijn gedachten.

Echter wordt de communicatie beïnvloed door andere factoren, zoals de situatie, de maatschappelijke context, daarnaast kan er ook ruis optreden. Ruis is een factor die het communicatie proces verstoort. Hierbij kan onderscheid gemaakt worden tussen interne ruis, ruis doordat er iets mis gaat binnen het communicatieproces en externe ruis, hierbij wordt het communicatie proces verstoord door een factor van buiten.

² Grondslagen van de communicatie, Veenman, R. & Doorn, van A.

§ 4.5 De effecten van marketing en communicatie

Nu we weten hoe een communicatie proces tot stand komt en met welke factoren rekening gehouden moet worden, zal in deze paragraaf ingegaan worden op de effecten van marketing en communicatie in de makelaardij. Voordat de effecten van communicatie besproken worden moeten we een onderscheid maken tussen massacommunicatie en interpersoonlijke communicatie. Massacommunicatie is openbare, voor iedereen toegankelijke communicatie waarbij meestal gebruikt wordt gemaakt van technische verspreidingsmiddelen. Daar tegenover staat interpersoonlijke communicatie, communicatie tussen een beperkt aantal personen waarbij directe feedback en terugkoppeling mogelijk zijn³.

Om de effecten van communicatie en marketing in de makelaardij te meten, moet onderzoek gedaan worden naar de extra transacties van het makelaarskantoor na het uitvoeren van een marketing- of communicatie activiteit. Uit onderzoek uitgevoerd door de Meeùs organisatie blijkt dat een enkele marketing of communicatie activiteit niets tot weinig oplevert in de makelaardij. Over de exacte reden hiervan wordt in het onderzoek geen uitspraak gedaan, men denkt dat het product makelaardij zich hiervoor niet leent.

Gedurende mijn afstudeerperiode heb ik de marketingactiviteiten van de geselecteerde concurrenten in de concurrentie analyse en enkele andere makelaarskantoren scherp in de gaten gehouden. Het valt op dat de kantoren over het algemeen niet heel veel doen aan marketing, en wat ze doen is datgene wat de anderen makelaarskantoren ook doen.

De meeste makelaarskantoren maken veel gebruik van low budget marketing. Dit houdt in dat kantoren meeliften op de media activiteiten van hun klanten. Dit komt tot uiting bij de advertenties die het kantoor plaatst voor zijn opdrachtgevers, die het kantoor de opdracht heeft gegeven zijn woning te verkopen. Deze advertentie wordt door de opdrachtgever betaald en bij de advertentie is de naam van de makelaar aanwezig. In de hoop zo op te vallen bij toekomstige klanten.

Opvallend is dat makelaarskantoren die wel veel investeren in marketingactiviteiten, over het algemeen een brede gevestigde naam hebben. Wel moet hierbij de kanttekening gemaakt worden dat deze kantoren al jaren lang veel aan marketing doen. Hieruit blijkt dat marketing door middel van massa communicatie wel degelijk belangrijk is binnen de makelaardij. Dit is een manier op naamsbekendheid te verwerven. Naamsbekendheid komt niet alleen tot stand door promotie. Mond-op-mond reclame speelt ook een grote rol bij het verwerven van naamsbekendheid. Dit proces heeft alles te maken met het primaire gevoel van vertrouwen. Het is dus belangrijk als makelaar(skantoor) veel aandacht te schenken aan interpersoonlijke communicatie en hierbij in te spelen op de wensen en de behoefte van de betreffende consument.

§ 4.6 Deelconclusie

In deze conclusie staat centraal welke marketingactiviteiten in de makelaardij een bijdrage leveren. In eerste instantie moet een makelaarskantoor door massacommunicatie en mond-op-mond reclame naamsbekendheid creëren, daarna is de interpersoonlijke communicatie tussen makelaar en klant die bepaald hoeveel transacties het makelaars doet. In onderstaande zal een overzicht worden gegeven welke marketingcommunicatie middelen een makelaarskantoor in moet zetten om effectief op de markt in te spelen.

³ Basisboekcommunicatie, Michels, W.J.

Sponsoractiviteiten

Een makelaarskantoor kan passend bij zijn doelgroep een aantal sponsoractiviteiten bewerkstelligen, zodat de doelgroep de naam van het kantoor zal herinneren wanneer zij de dienstmakelaardij nodig hebben.

Internet

Door een eigen website te hebben kunnen consumenten via de site funda doorklikken naar de site van het makelaarskantoor, via deze site kunnen zij informatie verkrijgen over het kantoor, die diensten die zij aanbiedt en de woningen die zij te koop aanbieden. Zoals uit de concurrentie analyse bleek hebben alle geselecteerde makelaarskantoren een website maar was er wel veel verschil in de informatie van de site.

Advertenties

Het plaatsen van advertentie van de woningen die te koop staan, in combinatie met de naam van het makelaarskantoor zorgt ervoor bekendheid te verwerven.

Gratis waardebepaling

Door een gratis waardebepalingen af te geven, zal een consument de makelaar eerder uitnodigen wanneer hij wil weten wat zijn huis ongeveer waard is. Met deze marketingactiviteit zorg je als kantoor ervoor dat je bij de klant binnen komt en over kan gaan tot interpersoonlijke communicatie.

Buurtacties

Om nog meer naamsbekendheid te krijgen in de buurt waar het makelaarskantoor veel transacties doet zal hij gebruik moeten maken van buurtacties. Zodat nog meer buurt bewoners het makelaarskantoor van naam gaan kennen, met als doel het marktaandeel in de buurt verder uit te breiden.

Borden en biljetten

De woningen die een makelaarskantoor te koop hebben kan hij voorzien van verkoopborden en biljetten, zodat het grote publiek weet welk makelaarskantoor de woning in de verkoop heeft. Vooral wanneer een makelaar veel in een bepaalde buurt gevestigd zit kan dat een positieve bijdrage leveren aan de positie van buurtmakelaar. Wanneer de woning verkocht zal een strook met verkocht toegevoegd moeten worden zodat gezien kan worden dat het kantoor de transactie tot stand heeft gebracht.

Public relations

Een makelaar moet zorgen dat hij in zijn vrije tijd deel uitmaakt van netwerken, zoals de sportclub. Zodat wanneer de relaties die hij daar opdoet een makelaar nodig hebben contact met hem zullen opnemen.

Hoofdstuk 5: Marketingbeleidanalyse

In voorgaand hoofdstuk is ingegaan op marketing en communicatie in theorie en in de praktijk met betrekking tot de makelaardij. In dit hoofdstuk zal ingegaan worden op het marketingbeleid van de Meeùs organisatie, dit beleid wordt landelijk vastgesteld door de afdeling marketing. Daarna zal ingegaan worden op de marketing op vestigingsniveau. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een conclusie waarin de overeenkomsten en verschillen, tussen de marketing op landelijk- en vestigingsniveau, worden aangegeven.

§ 5.1 Landelijke marketingbeleid

Het huidige marketingbeleid

Het marketingbeleid waar nu mee gewerkt wordt binnen de landelijke organisatie is opgesteld in 2003. In de daarop volgende jaren is het waar nodig aangepast en uitgebreid.

Het uitgangspunt van het marketingbeleid sluit zich aan op de strategie van de organisatie, die kort gezegd luidt: Meeùs staat letterlijk dicht bij de mensen met een betrouwbare uitstraling.

In het marketingbeleid ligt het accent van de marketing op vaste structuren, invulling van het beleid, formules en labels, rechtstreekse communicatie met de klanten en actiematige activiteiten. Hierbij wordt op enkele gebieden een splitsing gemaakt tussen landelijk en regionale activiteiten. Het doel van dit beleid is, het vaststellen van kernwaarden die bepalend en vastgelegd zijn in de strategie.

Om het doel van het beleid te bewerkstelligen zijn de volgende marketing en communicatie doelstellingen opgesteld.

Marketingdoelstellingen:

- Vergroten van de naamsbekendheid bij de doelgroepen (naamsbekendheid >);
- Beperken klantverlies door de naamswijziging (verloop <);
- Uitdragen van de Meeùs waarden binnen de eigen organisatie;
- Laden van de merknaam Meeùs⁴.

Communicatiedoelstellingen:

- Inhoud geven aan de kernwaarden: betrokken, professioneel, duidelijk, samen, trots, open;
- Breedte van de dienstverlening en synergie binnen de verschillende disciplines;
- Het thematisch laten aansluiten van alle activiteiten op de corporate campagne en de merkwaarden⁵.

Het “merkbewustzijn” is een essentieel punt binnen de marketing. Bij het opstellen van het beleid was de aandacht hiervoor nog niet zo heel groot, maar wel groeiende. Er worden nu meer verantwoordelijkheden op het gebied van merkmanagement gesignaleerd en hiervoor is een beleid ontwikkeld. De merkwaarde waarover die organisatie beschikt zijn: Betrouwbaar, innovatief, service gericht, deskundig, zelfverzekerd en de centrale waarden: gemak en zekerheid.

⁴ Marketingbeleid 2003, van de organisatie Meeùs

⁵ Marketingbeleid 2003, van de organisatie Meeùs

Bij het bepalen van de doelgroep van de Meeùs organisatie, is gekozen de markt onder te verdelen in twee groepen:

- de particuliere klant, bestaande uit mensen in de leeftijdscategorie van 18-65 in alle klasse van de bevolking;
- de zakelijke klant, bestaande uit de zelfstandige, het MKB en het MKB+.

Om zich in de ogen van de consument te kunnen onderscheiden van de concurrenten in de markt wordt de Meeùs organisatie als volgt gepositioneerd:

Unieke, moderne, betrouwbare, vooruitstrevende landelijke financiële dienstverlener met een breed gespecialiseerd dienstenaanbod, totaal service waarbij het belang van de klant centraal staat.

Om het marketing en communicatie doelstellingen te verwezenlijken zijn de marketing activiteiten van de landelijke marketing afdeling in negen werkvelden ingedeeld. Onderstaand zal in het kort beschreven worden wat het nut en het doel is van deze activiteiten.

Corporate identity

De activiteit corporate identity moet er voor zorgen dat de naamsbekendheid vergroot wordt en dat de merknaam Meeùs geladen wordt. Dit is alleen te bewerkstelligen door als één grote organisatie naar buiten te treden met één gezicht. Er zal binnen deze activiteit gestreefd worden om alle diensten en vestigingen onder het merk Meeùs te brengen waarbij het logo en de pay-off “Goed geregeld dus” een grote rol spelen.

Interne Communicatie

Een van de belangrijkste communicatievelden zijn de medewerkers van Meeùs. Deze activiteit moet mee werken aan het creëren van een Meeùs-gevoel onder de medewerkers, trots voor het bedrijf en betrokkenheid bij het werk en bovenal de klanten. Bovendien is van belang dat alle medewerkers op de hoogte zijn van de ontwikkelingen binnen het bedrijf.

Externe (klant) communicatie

In 2002 is Meeùs als landelijk merk neergezet. Door middel van marketing activiteiten zal het imago en de corporate identity verder versterkt worden.

Een van de belangrijkste kernwaarden van Meeùs is betrokkenheid / persoonlijke benadering. Het is dus van groot belang om de klantcommunicatie op een kwalitatief hoog niveau te houden c.q. krijgen.

Media

De activiteit media heeft vooral betrekking op het plaatsen van advertenties. Als landelijke speler is Meeùs een behoorlijk grote speler op de advertentiemarkt. Deze activiteit is met name zo groot door de objectadvertenties van onroerend goed.

Public Relations

Heeft als doel stelselmatig het begrip tussen de organisatie en haar consumenten te bevorderen. Om dit te bewerkstelligen zal vertrouwen opgebouwd moeten worden tussen de twee groepen en een netwerk opgebouwd moeten worden door de medewerkers.

Sponsoring en relatiemarketing

In het kader van merkopbouw en merkvoorkeur, zal sponsoring gebruikt worden als middel voor de organisatie die dit (versneld) kan realiseren. Bij de keuze voor sponsoractiviteiten zal rekening gehouden worden met de vormen die het beste aansluiten bij de organisatie.

E-commerce

De stuurgroep e-commerce geeft strategische invulling en toepassing van webtechnologie in de bedrijfsvoering. Waarbij het belangrijk is de website up to date te houden en actualiteiten aan de site toegevoegd te worden.

Formules

Vanuit de activiteit formules zullen de ontwikkelde formules voor de Meeùs organisatie vernieuwd en aangepast worden aan de laatste ontwikkelingen. Daarnaast zal gekeken worden of het zinvol voor de organisatie is, om nieuwe formules te ontwikkelen.

Verkoop ondersteunende materialen

Om als een organisatie naar buiten te treden zal deze activiteit er zorg voor dragen dat er een landelijke uniforme lijn in materialen ontwikkeld wordt, die binnen de hele Meeùs organisatie gebruikt worden.

Het nieuwe marketingbeleid

Op dit moment wordt er binnen de landelijke marketing afdeling gewerkt aan een nieuw marketing beleid. Dit zal aansluiten op de nieuwe strategie, focus 2008 op weg naar 1 Meeùs, die in het begin van dit jaar aan de medewerkers van Meeùs gepresenteerd is.

De nieuwe strategie is ontwikkeld door de nieuwe directie van de organisatie, die na een analyse van de organisatie tot de conclusie kwam dat:

- De commerciële slagkracht onder de maat is;
- De organische groei achter blijft bij de markt;
- De positionering onduidelijk is;
- Er verdergaande professionalisering noodzakelijk is.

Binnen de nieuwe strategie zal de focus liggen op drie kernactiviteiten, waartussen synergie plaats moet vinden. Om de nieuwe strategie te implementeren zal er veel gebruik gemaakt moeten worden van marketing en communicatie activiteiten. De marketingafdeling is nu druk bezig een op de nieuwe strategie aangepast beleid te ontwikkelen. Belangrijk hierbij zijn de volgende vier punten:

- Wie zijn wij.
- Wie willen wij zijn.
- Wat gaan we communiceren.
- Hoe gaan we communiceren.

Met betrekking tot het derde punt kan gezegd worden dat de boodschap die Meeùs aan de consumenten wil meegeven is dat zij een organisatie is waar alle diensten onder een dak gevestigd zijn, waarbij de klanten geholpen worden bij het kiezen voor de beste oplossing met betrekking tot hun situatie.

§ 5.2 Marketingbeleid op vestigingsniveau

Uit de vorige paragraaf blijkt dat het marketingbeleid voor de Meeùs organisatie landelijk wordt vastgesteld. Alle vestigingen moeten de het marketingbeleid volgen. Wel zijn zij bevoegd zelf marketingactiviteiten te ondernemen. Echter moet daar dan wel toestemming worden gevraagd aan de marketingafdeling. De marketing activiteiten die de vestigingen willen, moeten immers passen binnen het landelijke marketingbeleid en worden daaraan getoetst door de medewerkers van de afdeling marketing.

Er is binnen de organisatie geen sprake van een marketingbeleid op vestigingsniveau. Wel worden de volgende marketingactiviteiten uitgevoerd.

Media

De afdeling Meeùs makelaars Den Haag adverteert met de woningen die ze te koop hebben in de Haagse Courant en in de “Kijk op wonen” editie van de Posthoorn. Voor sommige te koopstaande woningen wordt er gekozen om in een plaatselijke krant te adverteren.

Public Relations

Het is de taak van de makelaars die werkzaam zijn bij Meeùs makelaars Den Haag om een relatiernetwerk op te bouwen met personen die opdrachten kunnen verstrekken aan de makelaar, dan wel aan Meeùs makelaars Den Haag.

Sponsoring en relatiemarketing

De sponsoring in de regio vindt niet in het bijzonder door de makelaars afdeling plaats, maar als organisatie. De Meeùs organisatie sponsort in de regio Den Haag de volgende activiteiten/sportverenigingen:

- Voetbalvereniging HBS;
- Voetbalvereniging Tonegido;
- Hockeyclub HDM;
- Golfclub RCG.

Formules

De afdeling makelaardij werkt met een tweetal ontwikkelde formules. Een voor een opdracht tot aankoop van een woning en een voor de opdracht tot verkoop van een woning. Wanneer een opdrachtgever over gaat het verlenen van de opdracht, krijgt hij van de desbetreffende makelaar een map waarin staat hoe het proces tot aan- of verkoop er uit zal zien. Echter is het wel zo dat niet iedere consument op deze benadering zit te wachten. Een taak van de makelaar is om in te schatten hoe hij de ontwikkelde formule moet gebruiken bij de verschillende opdrachtgevers.

§ 5.3 Deelconclusie

Deze conclusie staat in het teken van het vergelijken van het marketingbeleid c.q. de marketingactiviteiten op landelijk en vestigingsniveau. Het marketingbeleid op landelijk niveau kan niet vergeleken worden met dat op vestigingsniveau, omdat er op het vestigingsniveau geen marketingbeleid bestaat. Op vestigingsniveau kunnen alleen marketingactiviteiten ondernomen, die op het landelijke marketingbeleid aansluiten.

Er waren twee punten die mij verbaasde bij de analyse van het marketingbeleid binnen de organisatie. Het eerste punt is dat het marketingbeleid een algemeen beleid is voor de gehele organisatie, ik had op zijn minst naast een algemeen beleid gerekend op een beleid voor de verschillende diensten die de organisatie aanbiedt. Verder mis ik een marketingbeleid op vestigingsniveau, met uitwerkingen voor de verschillende diensten op de vestiging. Dit omdat naar mijn mening een regionale markt niet via een landelijke marketing beleid bedient kan worden. In alle uithoeken van het land zijn de mensen anders en zullen zij op een andere manier bediend willen worden.

Bij het ontwikkelen van het nieuwe marketing beleid, moet dat naar mijn mening een algemeen landelijk beleid zijn waarbij rekening wordt gehouden met de verschillende kernactiviteiten. Ook moeten de vestigingen meer vrijheid krijgen in het ondernemen van marketingactiviteiten, zij kennen de regionale markt immers het beste. Het zal een beleid moeten worden gedifferentieerd naar kernactiviteit en regio.

Conclusie

Aan de hand van de door mij uitgevoerde markt- en marketinganalyse zal antwoord gegeven worden op de vraag: Welke mogelijkheden heeft Meeùs makelaars Den Haag om haar aantal transacties aan de hand van haar vestigingsbeleid?

Waarbij centraal staat of de potentiële markt te bedienen is vanuit een regionale vestiging of vanuit meerdere vestigingen. Bij het beantwoorden van de gestelde vraag, zal ik mijn conclusies aangegeven.

De consument, die gebruik wil maken van de dienst van een makelaar en geen deel uitmaakt van een relatienetwerk waarbinnen iemand de rol van makelaar vervult, zal een selectie maken van potentiële makelaarskantoren, bij de selectie zijn de belangrijkste criteria:

- Wie heeft de naam van buurtmakelaar in de wijk;
- Welke makelaar heeft de laatste tijd veel transacties gedaan in de wijk;
- De hoogte van de courtage;
- Over welk(e) makelaar(skantoor) hebben we goede verhalen gehoord (mond-op-mond reclame)

Het is voor de meeste makelaarskantoor belangrijk om in een wijk gevestigd te zitten op de wijk en de omliggende wijken goed te kunnen bedienen. Een uitzondering daargelaten die alleen actief is in het hoge segment en hier een bepaalde status heeft verworven.

Vanuit een regionaal kantoor is het wel mogelijke om de gehele markt te bedienen. Echter het is niet efficiënt, de makelaar moet langer de tijd uittrekken voor afspraken, omdat de plaats van de afspraak relatief ver weg ligt waarbij ook nog eens rekening gehouden moet worden met externe factoren zoals files.

De mogelijkheden voor Meeùs makelaars Den Haag om het aantal transacties uit te breiden aan de hand van het vestigingsbeleid. Zal in het teken staan van het aantal vestigingen op de markt waar zij nu actief is uit te breiden. Per gemeente zal besproken worden wat de verschillende mogelijkheden zijn.

Gemeente Den Haag

Vanuit de huidige vestiging van Meeùs makelaars Den Haag zijn niet alle courante wijken binnen de gemeente Den Haag te bedienen. Vanuit de huidige vestiging zijn de wijken Belgische Park, Westbroekpark/Duttendel, Benoordenhout, Archipel, Van Stolkpark, Scheveningse Bosjes, Scheveningen, Geuzenkwartier, Statenkwartier, Zorgvliet, Duinoord, Zeeheldenkwartier, Willemspark, Haagse Bos, Mariahoeve, Marlot, Bezuidenhout, Centrum, Binckhorst te bedienen.

De andere courante wijken Bomenbuurt, Bloemenbuurt, Vogelwijk, Bohemen, Meer en Bos, Kijkduin, Ockenburg, Kraayenstein, Loosduinen, Waldeck, Vruchtenbuurt, Leyenburg, Morgenstond, Wateringse Veld, Hoornwijck, Ypenburg, Forepark en Leidschenveen, zijn niet vanuit het kantoor aan de Laan van Nieuw Oost-Indië te bedienen. Deze wijken zullen vanuit nieuwe vestigingen bediend moeten worden.

Om de eerste 13 genoemde wijken te bedienen zal een nieuwe vestiging geopend moeten worden, in de buurt nabij de Laan van Meerdervoort. Vanuit deze omgeving zijn alle 13 genoemde wijken goed te bereiken.

De nieuwbouwwijken die de gemeente Den Haag kent: Wateringse Veld, Leidschenveen, Ypenburg, Hoornwijk vormen ook een groep die niet goed te bedienen zijn vanuit de vestiging Den Haag, Laan van Nieuw Oost Indie, echter de wijken zijn wel courant. Een intressante markt voor Meeùs. Vooral denkend aan het overgenomen makelaarskantoor De Haan makelaars Ypenburg, die in een van de nieuwbouw wijken gevestigd zit. Gezien de transactiecijfers, is dit kantoor in de positie de nieuwbouw wijken te bedienen. Denkend aan het feit dat de Haan makelaars en Meeùs makelaars in de nieuwbouwwijken veel deelprojecten hebben verkocht. Alhoewel de naamsbekendheid bij veel consumenten in de wijk aanwezig is, is er nog genoeg ruimte de naamsbekendheid verder uit te breiden.

Gemeente Leidschendam-Voorburg

De gemeente Leidschendam-Voorburg is een randgemeente van de gemeente Den Haag en ligt aan de kant van Den Haag waar Meeùs makelaars Den Haag gevestigd zit. De gemeente Leidschendam-Voorburg, beschikt over veel courante wijken, echter zijn zij niet allemaal optimaal te bedienen vanuit het kantoor Den Haag. De wijken West-Voorburg, Oost-Voorburg, Noord-Voorburg Oud, Noord-Voorburg Nieuw en Oud-Voorburg zijn goed te bedienen vanuit de huidige Meeùs vestiging Den Haag. De overige wijken binnen de gemeente Leidschendam-Voorburg zijn dit minder.

Uit de transactiegegevens van Meeùs makelaars Den Haag blijkt dat zij veel transacties doen in de gemeente Leidschendam-Voorburg. Dit komt door een aantal uitpondprojecten, die de opdrachtgever Wooninvest aan Meeùs verstrekt. Deze activiteit valt niet onder de traditionele activiteiten van de makelaardij, echter Meeus is hierdoor wel aanwezig in de gemeente.

Een groot deel van de huurwoningen in de wijk Damcentrum, zal binnen korte tijd gesloopt worden. Hiervoor komen deels koopwoningen en deels huurwoningen voor terug. De afdeling nieuwbouw van Meeùs makelaars Den Haag is er mee bezig de opdracht binnen te halen om deze nieuwbouw woningen te gaan verkopen. Als dit lukt zal in de gemeente de komende tijd veel de naam Meeùs gezien worden, die verschijnt op de grote informatieborden bij de uitpond- en nieuwbouw projecten. De naamsbekend zal hierdoor binnen de gemeente vergroot worden.

Door de uitpondprojecten waarbij huurwoningen, bij huuropzegging, de verkoop ingaan en de nieuwbouw woningen in de gemeente Leidschendam-Voorburg zal het aanbod van koopwoningen in de gemeente binnen een aantal jaar een stuk worden vergroot. De kans voor Meeùs makelaars om in de gemeente Leidschendam-Voorburg voet aan de grond te krijgen, is door er een nieuwe vestiging te openen. Om vanuit hier deze markt te gaan bedienen. Tevens voldoet de gemeente aan de criteria van het vestigingsbeleid, op 1 januari 2004 telde de gemeente Leidschendam-Voorburg 73.830 inwoners.

Bij het open van nieuwe vestigingen in de wijken waar de markt dat toelaat, zal een positie in de desbetreffende markt door Meeùs makelaars ingenomen moeten worden. Door zich duidelijk op een bepaalde doelgroep kan richten waardoor een bepaald imago gecreëerd kan worden. Daarnaast zal Meeùs zich moeten onderscheiden van de concurrenten, wat in de makelaardij heel moeilijk is, omdat ieder makelaarskantoor dezelfde dienst verricht. Echter is gebleken dat de commerciële vaardigheden van de medewerkers van makelaarskantoren zich te wensen overlaat. Een punt waar op ingespeeld moet worden bij het openen van een nieuwe vestiging.

In de omliggende buurt van de wijk zal naamsbekendheid gecreëerd moeten worden door doeltreffende marketinginstrumenten in te zetten. De volgende marketinginstrumenten kunnen hierbij door Meeùs makelaars ingezet worden:

- Sponsoractiviteiten;
- Internet;
- Advertenties;
- Gratis waardebepaling;
- Buurtacties;
- Borden en Biljetten;
- Public relations

Daarnaast zal mond-op-mond reclame binnen de makelaardij altijd een grote rol blijven spelen, bij het openen van een nieuwe vestiging en of voortzetten van een bestaande vestiging moet Meeùs makelaars medewerkers in dienst nemen, die in de wijk of in van de omliggende wijken woont en binnen de gekozen doelgroep een relatienetwerk gaan opbouwen.

Literatuurlijst

Eeckhout, H., (2004), Marketingcommunicatie op bussiness-to-bussiness en consumentenmarkten, Apeldoorn Garant;

Grit, R., (2000), Projectmanagement, Groningen Wolters Noordhoff;

Kempen, P.M. & Keizer, J.A., (2000), Advieskunde voor praktijkstages, Groningen Wolters Noordhoff;

Michels, W.J., (2000), Basisboek communicatie, Groningen Wolters Noordhoff;

Veenman, R. & Doorn Van, A., (1997), Grondslagen van de professionele communicatie, Houten/Diegen Bohn Stafleu Van Loghum;

Verhage, B., (2001), Grondslagen van de marketing, Groningen Stenfert Kroese;

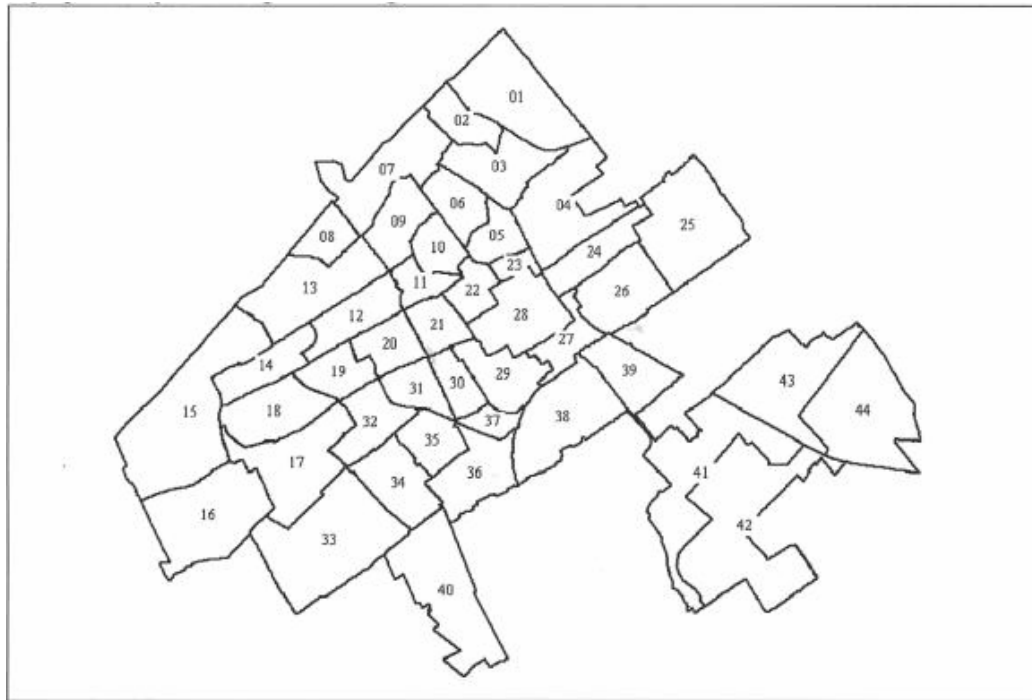
Vilsteren Van, P., (2000), Rapporteren de basis, Groningen Wolters Noordhoff;

Bijlage

Bijlage 1 Wijkindelingen

Bijlage 1.1 Wijkindeling gemeente Den Haag

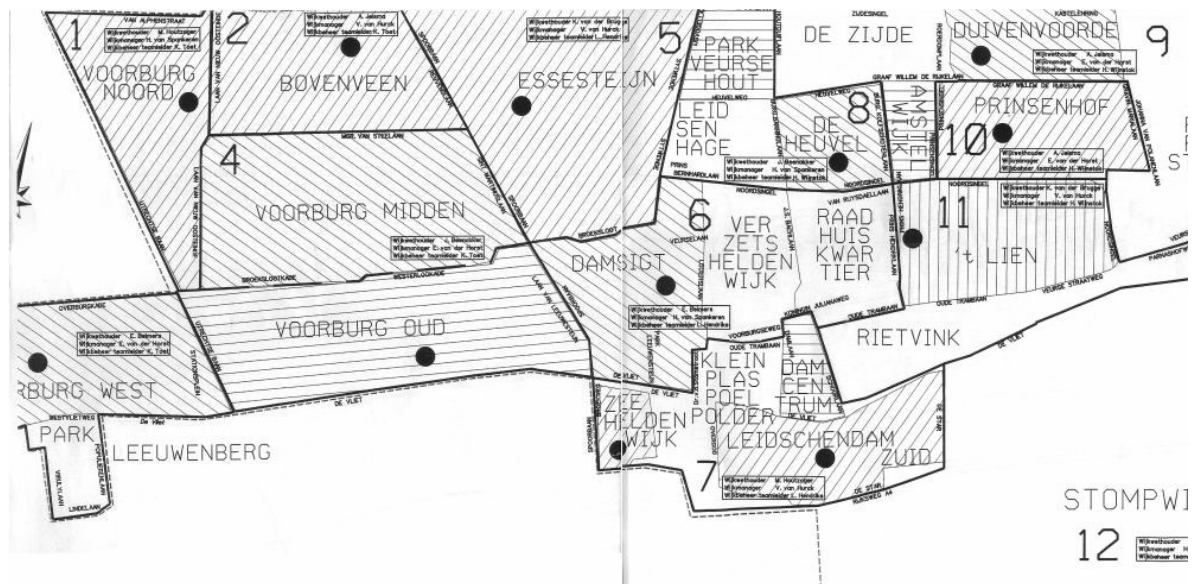
De onderstaande wijkindeling is de wijkindeling die het CBS en de gemeente Den Haag hanteren.



1	Oostduinen	23	Willemspark
2	Belgisch Park	24	Haagse Bos
3	Westbroekpark/Duttendel	25	Mariahoeve en Marlot
4	Benoordenhout	26	Bezuidenhout
5	Archipelbuurt	27	Stationsbuurt
6	van Stolkpark/Scheveningse Bosjes	28	Centrum
7	Scheveningen	29	Schildersbuurt
8	Duindorp	30	Transvaalkwartier
9	Geuzen- en Statenkwartier	31	Rustenburg en Oostbroek
10	Zorgvliet	32	Leyenburg
11	Duinoord	33	Bouwlust/ Vrederust
12	Bomen en Bloemenbuurt	34	Morgenstond
13	Vogelwijk	35	Zuiderpark
14	Bohemen, Meer en Bos	36	Moerwijk
15	Kijkduin en Ockenburgh	37	Groente- en Fruitmarkt
16	Kraayenstein	38	Laakkwartier en Spoorwijk
17	Loosduinen	39	Binckhorst
18	Waldeck	40	Wateringse veld
19	Vruchtenbuurt	41	Hoornwijck
20	Valkenboskwartier	42	Ypenburg
21	Regentessekwartier	43	Forepark
22	Zeeheldenkwartier	44	Leidschenveen

Bijlage 1.2 Wijkindeling gemeente Leidschendam-Voorburg

De onderstaande wijkindeling is de wijkindeling die de gemeente Leidschendam-Voorburg hanteert.



Bijlage 2: Marktcijfers

Bijlage 2.1 Aantal inwoners en huishoudens per wijk in Den Haag op 1 januari 2004

Wijk nr. Wijk naam	Aantal inwoners	Aantal huishoudens
1 Oostduinen	10	0
2 Belgisch Park	7640	3990
3 Westbroekpark/Duttendel	2110	870
4 Benoordenhout	12800	6410
5 Archipelbuurt	5870	3330
6 Van Stolkpark en Scheveningse Bosjes	690	310
7 Scheveningen	16420	8540
8 Duindorp	5490	2850
9 Geuzen- en Statenkwartier	13670	6630
10 Zorgvliet	450	250
11 Duinoord	7060	4120
12 Bomen- en Bloemenbuurt	13620	7140
13 Vogelwijk	4880	1950
14 Bohemen, Meer en Bos	4950	2880
15 Kijkduin en Ockenburgh	2270	1110
16 Kraayenstein	4330	2250
17 Loosduinen	19790	8880
18 Waldeck	15240	7880
19 Vruchtenbuurt	10750	5180
20 Valkenboskwartier	17740	9520
21 Regentessekwartier	12260	6960
22 Zeeheldenkwartier	10500	6580
23 Willemspark	1380	900
24 Haagse Bos	350	200
25 Mariahoeve en Marlot	13680	8230
26 Bezuidenhout	14670	8380
27 Stationsbuurt	8880	5180
28 Centrum	17550	10980
29 Schildersbuurt	32890	13620
30 Transvaalkwartier	14890	6780
31 Rustenburg en Oostbroek	17360	8550
32 Leyenburg	14240	7300
33 Bouwlust/Vrederust	24680	11940
34 Morgenstond	17640	10160
35 Zuiderpark	0	0
36 Moerwijk	19300	10660
37 Groente- en Fruitmarkt	5100	2280
38 Laakkwartier en Spoorwijk	36580	18210
39 Binckhorst	290	180
40 Wateringse Veld	12110	4350
41 Hoorntwijk	200	70
42 Ypenburg	17550	6390
43 Forepark	170	80
44 Leidschenveen	11010	3690
Totaal	469060	235760

Bijlage 2.2 Aantal inwoners en huishoudens per wijk in Leidschendam-Voorburg op 1 januari 2004

Wijk nr. Wijk naam	Aantal inwoners	Aantal huishoudens
1 Voorburg-West	4540	1850
2 Voorburg-Oost	4840	1910
3 Damsigtkwartier	1980	890
4 Voorburg-Noord Oud	8750	4390
5 Voorburg-Noord Nieuw	6740	4030
6 't Loo	4690	2590
7 Essesteyn	5210	2490
8 Voorburg-Oud	2480	1160
9 De Heuvel	3250	1810
10 De Zijde	2820	1190
11 Duivenvoorden	2160	1130
12 't Lien	4260	1670
13 Leidschendam-Zuid	3070	1360
14 Damlaan	2090	1090
15 De Rietvink	2330	880
16 Wilsveen	110	40
17 Park Leeuwenbergh	400	160
18 Prinsenhof	5480	2460
19 Raadhuiskwartier	2810	1280
20 Stompwijk	2180	810
21 Verzetsheldenkwartier	1750	600
22 Zeeheldenwijk	1140	450
23 Veursestraatweg-Noord	630	220
24 Landelijkgebied	120	50
Totaal	73830	34510

Bijlage 2.3 Aantal woningen per wijk in Den Haag op 1 januari 2004

Wijk nr. Wijk naam	Woningvoorraad
1 Oostduinen	10
2 Belgisch Park	3910
3 Westbroekpark/Duttendel	940
4 Benoordenhout	6830
5 Archipelbuurt	3510
6 Van Stolkpark en Scheveningse Bosjes	335
7 Scheveningen	8755
8 Duindorp	3050
9 Geuzen- en Statenkwartier	6965
10 Zorgvliet	300
11 Duinoord	3895
12 Bomen- en Bloemenbuurt	7265
13 Vogelwijk	2030
14 Bohemen, Meer en Bos	2970
15 Kijkduin en Ockenburgh	1025
16 Kraayenstein	2185
17 Loosduinen	8420
18 Waldeck	7955
19 Vruchtenbuurt	5280
20 Valkenboskwartier	8835
21 Regentessekwartier	5930
22 Zeeheldenkwartier	5145
23 Willemspark	1090
24 Haagse Bos	255
25 Mariahoeve en Marlot	8465
26 Bezuidenhout	8385
27 Stationsbuurt	4550
28 Centrum	10565
29 Schildersbuurt	12250
30 Transvaalkwartier	6325
31 Rustenburg en Oostbroek	8215
32 Leyenburg	7405
33 Bouwlust/Vrederust	11375
34 Morgenstond	10080
35 Zuiderpark	5
36 Moerwijk	10080
37 Groente- en Fruitmarkt	1960
38 Laakkwartier en Spoorwijk	17180
39 Binckhorst	160
40 Wateringse Veld	4200
41 Hoornwijck	70
42 Ypenburg	6510
43 Forepark	40
44 Leidschenveen	3525
Totaal	228230

Bijlage 2.4 Aantal woningen per wijk in Leidschendam-Voorburg op 1 januari 2004

Wijk nr. Wijk naam	Woningvoorraad
1 Voorburg-West	1795
2 Voorburg-Oost	1935
3 Damsigtkwartier	900
4 Voorburg-Noord Oud	4330
5 Voorburg-Noord Nieuw	4060
6 't Loo	2670
7 Essesteyn	2280
8 Voorburg-Oud	1165
9 De Heuvel	1825
10 De Zijde	1280
11 Duivenvoorden	1145
12 't Lien	1675
13 Leidschendam-Zuid	1355
14 Damlaan	1125
15 De Rietvink	885
16 Wilsveen	40
17 Park Leeuwenbergh	165
18 Prinsenhof	2440
19 Raadhuiskwartier	1305
20 Stompwijk	790
21 Verzetsheldenkwartier	600
22 Zeeheldenwijk	475
23 Veursestraatweg-Noord	225
24 Landelijkgebied	40
Totaal	34505

Bijlage 2.5 Aantal huur- en koopwoningen per wijk in Den Haag op 1 januari 2004

Wijk nr. Wijk naam	Aantal koopwoningen	Aantal huurwoningen	Aantal nog niet bepaalde woningen
1 Oostduinen	5	3	0
2 Belgisch Park	2198	1485	166
3 Westbroekpark/Duttendel	643	260	39
4 Benoordenhout	4760	1530	349
5 Archipelbuurt	1930	1372	135
6 Van Stolkpark en Scheveningse Bosjes	212	105	16
7 Scheveningen	4612	3648	337
8 Duindorp	739	2146	25
9 Geuzen- en Statenkwartier	4239	2190	229
10 Zorgvliet	155	55	10
11 Duinoord	2129	1447	195
12 Bomen- en Bloemenbuurt	4970	2197	270
13 Vogelwijk	1778	158	47
14 Bohemen, Meer en Bos	2008	861	64
15 Kijkduin en Ockenburgh	630	382	12
16 Kraayenstein	642	1324	50
17 Loosduinen	3671	4363	124
18 Waldeck	3470	5181	123
19 Vruchtenbuurt	3242	1115	121
20 Valkenboskwartier	4718	3439	477
21 Regentessekwartier	2471	2939	260
22 Zeeheldenkwartier	2064	2952	203
23 Willemspark	322	624	88
24 Haagse Bos	148	137	32
25 Mariahoeve en Marlot	2624	5467	292
26 Bezuidenhout	4420	3439	338
27 Stationsbuurt	710	3695	145
28 Centrum	2573	7393	457
29 Schildersbuurt	1936	9799	189
30 Transvaalkwartier	1332	4412	259
31 Rustenburg en Oostbroek	5184	2567	395
32 Leyenburg	4200	2948	325
33 Bouwlust/Vrederust	1702	10174	93
34 Morgenstond	1123	8358	56
35 Zuiderpark	0	1	0
36 Moerwijk	1504	8766	92
37 Groente- en Fruitmarkt	692	951	64
38 Laakkwartier en Spoorwijk	6335	9779	854
39 Binckhorst	9	136	1
40 Wateringse Veld	2743	1403	197
41 Hoornwijck	59	8	1
42 Ypenburg	3719	2689	254
43 Forepark	33	8	2
44 Leidschenveen	2661	1059	106
Totaal	95315	122965	7492

**Bijlage 2.6 Aantal huur- en koopwoningen per wijk in Leidschendam-Voorburg op
1 januari 2004**

Wijk nr. Wijk naam	Aantal koopwoningen	Aantal huurwoningen	Aantal nog niet bepaalde woningen
1 Voorburg-West	1491	304	n.v.t.
2 Voorburg-Oost	1247	688	n.v.t.
3 Damsigtkwartier	782	118	n.v.t.
4 Voorburg-Noord Oud	3585	745	n.v.t.
5 Voorburg-Noord Nieuw	2273	1787	n.v.t.
6 't Loo	977	1693	n.v.t.
7 Essesteyn	664	1616	n.v.t.
8 Voorburg-Oud	866	299	n.v.t.
9 De Heuvel	924	901	n.v.t.
10 De Zijde	918	362	n.v.t.
11 Duivenvoorden	402	743	n.v.t.
12 't Lien	929	746	n.v.t.
13 Leidschendam-Zuid	312	1043	n.v.t.
14 Damlaan	519	606	n.v.t.
15 De Rietvink	622	263	n.v.t.
16 Wilsveen	40	0	n.v.t.
17 Park Leeuwenbergh	165	0	n.v.t.
18 Prinsenhof	466	1974	n.v.t.
19 Raadhuiskwartier	928	377	n.v.t.
20 Stompwijk	575	215	n.v.t.
21 Verzetsheldenkwartier	600	0	n.v.t.
22 Zeeheldenwijk	475	0	n.v.t.
23 Veursestraatweg-Noord	225	0	n.v.t.
24 Landelijkgebied	40	0	n.v.t.
Totaal	20025	14480	n.v.t.

Bijlage 2.7 Verhouding tussen huur- en koopwoningen per wijk in Den Haag op 1 januari 2004

Wijk nr. Wijk naam	Aantal koopwoningen (%)	Aantal huurwoningen (%)	Aantal nog niet bepaalde woningen (%)
1 Oostduinen	62,5	37,5	0,0
2 Belgisch Park	57,1	38,6	4,3
3 Westbroekpark/Duttendel	68,3	27,6	4,1
4 Benoordenhout	71,7	23,1	5,3
5 Archipelbuurt	56,2	39,9	3,9
6 Van Stolkpark en Scheveningse Bosjes	63,7	31,5	4,8
7 Scheveningen	53,6	42,4	3,9
8 Duindorp	25,4	73,8	0,9
9 Geuzen- en Statenkwartier	63,7	32,9	3,4
10 Zorgvliet	70,5	25,0	4,5
11 Duinoord	56,5	38,3	5,2
12 Bomen- en Bloemenbuurt	66,8	29,6	3,7
13 Vogelwijk	89,7	8,0	2,4
14 Bohemen, Meer en Bos	68,5	29,4	2,2
15 Kijkduin en Ockenburgh	61,6	37,2	1,2
16 Kraayenstein	31,8	65,7	2,5
17 Loosduinen	45,0	53,5	1,5
18 Waldeck	39,6	59,1	1,4
19 Vruchtenbuurt	72,4	25,0	2,7
20 Valkenboskwartier	54,6	39,8	5,5
21 Regentessekwartier	43,6	51,8	4,6
22 Zeeheldenkwartier	39,5	56,5	3,9
23 Willemspark	31,1	60,4	8,5
24 Haagse Bos	46,7	43,2	10,1
25 Mariahoeve en Marlot	31,3	65,3	3,5
26 Bezuidenhout	53,9	42,0	4,1
27 Stationsbuurt	15,6	81,2	3,2
28 Centrum	24,7	70,9	4,4
29 Schildersbuurt	16,2	82,2	1,6
30 Transvaalkwartier	22,2	73,5	4,3
31 Rustenburg en Oostbroek	63,6	31,5	4,9
32 Leyenburg	56,2	39,5	4,3
33 Bouwlust/Vrederust	14,2	85,0	0,8
34 Morgenstond	11,8	87,6	0,6
35 Zuiderpark	0,0	100,0	0,0
36 Moerwijk	14,5	84,6	0,9
37 Groente- en Fruitmarkt	40,5	55,7	3,7
38 Laakkwartier en Spoorwijk	37,3	57,6	5,0
39 Binckhorst	6,2	93,1	0,7
40 Wateringse Veld	63,1	32,4	4,5
41 Hooimwijck	86,8	11,8	1,5
42 Ypenburg	55,8	40,4	3,8
43 Forepark	76,8	18,6	4,6
44 Leidschenveen	69,5	27,7	2,8
Totaal	42,2	54,4	3,3

Bijlage 2.8 Verhouding tussen huur- en koopwoningen per wijk in Leidschendam-Voorburg op 1 januari 2004

Wijk nr. Wijk naam	Aantal koopwoningen (%)	Aantal huurwoningen (%)	Aantal nog niet bepaalde woningen (%)
1 Voorburg-West	83,1	16,9	n.v.t.
2 Voorburg-Oost	64,4	35,6	n.v.t.
3 Damsigtkwartier	86,9	13,1	n.v.t.
4 Voorburg-Noord Oud	82,8	17,2	n.v.t.
5 Voorburg-Noord Nieuw	56,0	44,0	n.v.t.
6 't Loo	36,6	63,4	n.v.t.
7 Essesteyn	29,1	70,9	n.v.t.
8 Voorburg-Oud	74,3	25,7	n.v.t.
9 De Heuvel	50,6	49,4	n.v.t.
10 De Zijde	71,7	28,3	n.v.t.
11 Duivenvoorden	35,1	64,9	n.v.t.
12 't Lien	55,5	44,5	n.v.t.
13 Leidschendam-Zuid	23,0	77,0	n.v.t.
14 Damlaan	46,1	53,9	n.v.t.
15 De Rietvink	70,3	29,7	n.v.t.
16 Wilsveen	100,0	0,0	n.v.t.
17 Park Leeuwenbergh	100,0	0,0	n.v.t.
18 Prinsenhof	19,1	80,9	n.v.t.
19 Raadhuiskwartier	71,1	28,9	n.v.t.
20 Stompwijk	72,8	27,2	n.v.t.
21 Verzetsheldenkwartier	100,0	0,0	n.v.t.
22 Zeeheldenwijk	100,0	0,0	n.v.t.
23 Veursestraatweg-Noord	100,0	0,0	n.v.t.
24 Landelijkgebied	100,0	0,0	n.v.t.
Totaal	58,0	4,2	n.v.t.

Bijlage 2.9 Aantal verkochte woning naar prijsklasse per wijk in Den Haag in 2004

Wijk nr.	Wijk naam	Aantal woningen				Totaal
		€ 0 tot € 150.000	€ 150.000 tot € 250.000	€ 250.000 tot € 350.000	en meer	
1	Oostduinen	-	-	-	-	-
2	Belgisch Park	13	68	34	34	149
3	Westbroekpark/Duttendel	0	8	2	13	23
4	Benoordenhout	39	73	80	124	316
5	Archipelbuurt	16	29	24	47	116
6	Van Stolkpark en Scheveningse Bosjes	0	2	1	6	9
7	Scheveningen	75	103	31	22	231
8	Duindorp	22	17	0	0	39
9	Geuzen- en Statenkwartier	31	71	43	76	221
10	Zorgvliet	0	2	0	2	4
11	Duinoord	17	43	32	36	128
12	Bomen- en Bloemenbuurt	142	126	28	9	305
13	Vogelwijk	0	12	5	54	71
14	Bohemen, Meer en Bos	47	51	8	10	116
15	Kijkduin en Ockenburgh	0	3	2	11	16
16	Kraayenstein	38	7	9	2	56
17	Loosduinen	82	100	24	2	208
18	Waldeck	105	90	13	2	210
19	Vruchtenbuurt	107	81	23	10	221
20	Valkenboskwartier	171	59	12	5	247
21	Regentessekwartier	36	35	19	10	100
22	Zeeheldenkwartier	29	51	21	21	122
23	Willemspark	3	6	9	18	36
24	Haagse Bos	15	2	0	0	17
25	Mariahoeve en Marlot	164	54	11	22	251
26	Bezuidenhout	197	130	24	17	368
27	Stationsbuurt	17	6	8	1	32
28	Centrum	45	73	42	30	190
29	Schildersbuurt	39	12	2	0	53
30	Transvaalkwartier	20	5	0	0	25
31	Rustenburg en Oostbroek	268	31	1	0	300
32	Leyenburg	278	42	6	2	328
33	Bouwlust/Vrederust	104	22	3	3	132
34	Morgenstond	95	17	7	1	120
35	Zuiderpark	-	-	-	-	-
36	Moerwijk	74	33	0	0	107
37	Groente- en Fruitmarkt	4	5	1	0	10
38	Laakkwartier en Spoorwijk	264	34	1	0	299
39	Binckhorst	-	-	-	-	-
40	Wateringse Veld	0	45	41	19	105
41	Hoornwijck	0	1	0	2	3
42	Ypenburg	0	39	56	29	124
43	Forepark	1	0	0	0	1
44	Leidschenveen	1	43	45	18	107
Totaal		2559	1631	668	658	5516

Bijlage 2.10 Gemiddelde verkoopprijs van de verkochte woningen per wijk in Den Haag in 2004

Wijk nr.	Wijk naam	Gemiddelde verkoopprijs verkochte woningen
1	Oostduinen	-
2	Belgisch Park	283955
3	Westbroekpark/Duttendel	484359
4	Benoordenhout	354074
5	Archipelbuurt	416975
6	Van Stolkpark en Scheveningse Bosjes	730944
7	Scheveningen	223358
8	Duindorp	144026
9	Geuzen- en Statenkwartier	347348
10	Zorgvliet	414125
11	Duinoord	305630
12	Bomen- en Bloemenbuurt	171065
13	Vogelwijk	439733
14	Bohemien, Meer en Bos	182076
15	Kijkduin en Ockenburgh	500610
16	Kraayenstein	168759
17	Loosduinen	176297
18	Waldeck	159988
19	Vruchtenbuurt	187054
20	Valkenboskwartier	139161
21	Regentessekwartier	202857
22	Zeeheldenkwartier	283015
23	Willemspark	482194
24	Haagse Bos	116824
25	Mariahoeve en Marlot	175727
26	Bezuidenhout	170672
27	Stationsbuurt	188469
28	Centrum	243226
29	Schildersbuurt	135123
30	Transvaalkwartier	113920
31	Rustenburg en Oostbroek	107769
32	Leyenburg	128030
33	Bouwlust/Vrederust	121627
34	Morgenstond	124656
35	Zuiderpark	-
36	Moerwijk	128867
37	Groente- en Fruitmarkt	176200
38	Laakkwartier en Spoorwijk	109419
39	Binckhorst	-
40	Wateringse Veld	290853
41	Hoomwijck	525833
42	Ypenburg	313098
43	Forepark	69000
44	Leidschenveen	280539
	Totaal	210470

Bijlage 2.11 Gemiddeld aantal dagen dat woningen te koop staan per wijk in Den Haag in 2004

Wijk nr.	Wijk naam	Gemiddelde looptijd
1	Oostduinen	-
2	Belgisch Park	92
3	Westbroekpark/Duttendel	80
4	Benoordenhout	89
5	Archipelbuurt	74
6	Van Stolkpark en Scheveningse Bosjes	83
7	Scheveningen	97
8	Duindorp	88
9	Geuzen- en Statenkwartier	70
10	Zorgvliet	59
11	Duinoord	55
12	Bomen- en Bloemenbuurt	72
13	Vogelwijk	67
14	Bohemien, Meer en Bos	81
15	Kijkduin en Ockenburgh	64
16	Kraayenstein	89
17	Loosduinen	95
18	Waldeck	78
19	Vruchtenbuurt	61
20	Valkenboskwartier	82
21	Regentessekwartier	80
22	Zeeheldenkwartier	74
23	Willemspark	88
24	Haagse Bos	88
25	Mariahoeve en Marlot	84
26	Bezuidenhout	67
27	Stationsbuurt	76
28	Centrum	99
29	Schildersbuurt	118
30	Transvaalkwartier	118
31	Rustenburg en Oostbroek	99
32	Leyenburg	68
33	Bouwlust/Vrederust	90
34	Morgenstond	81
35	Zuiderpark	-
36	Moerwijk	115
37	Groente- en Fruitmarkt	103
38	Laakkwartier en Spoorwijk	114
39	Binckhorst	-
40	Wateringse Veld	147
41	Hoonwijck	41
42	Ypenburg	105
43	Forepark	296
44	Leidschenveen	117
Totaal		86

Bijlage 3 Interview

Vragen interview

1. Welke motieven heeft een klant volgens u om een makelaar in te schakelen?
2. Welke motieven heeft een klant volgens u om geen makelaar in te schakelen?
3. Volgens welke wegen komt volgens u een klant bij een makelaar terecht?
4. Hoe zoeken volgens u klanten naar een makelaar?
5. Houden volgens u klanten rekening met het NVM lidmaatschap? Waarom wel/ niet?
6. Is er volgens u verschil tussen bepaalde groepen mensen met betrekking tot de gestelde vragen?
7. Wat is volgens u de reden dat een klant voor een bepaalde makelaar kiest?
8. Wat is volgens u de reden dat een klant voor Meeùs kiest?
9. Wat is volgens u de reden dat een klant niet voor Meeùs kiest?
10. Wat is volgens u de reden dat een klant voor een concurrent kiest?

Bijlage 4 Telefonische enquête

Vragen enquête

1. Wat is de reden dat u besloten heeft u huis via een makelaar te verkopen?
2. Heeft u voordat u, uw huis te koop zetten, een of meerdere makelaars uitgenodigd?
3. Wat was de reden om een/meerdere makelaar uit te nodigen?
4. Hoe heeft u bepaald, welke makelaars u wilde uitnodigen?
5. Wat is de reden dat u voor(naam makelaar) heeft gekozen?
6. Heeft u met het kiezen voor een makelaar rekening gehouden met het NVM lidmaatschap?
7. Wat is de reden dat u hier geen/wel rekening mee heeft gehouden?
8. Welke makelaarkantoren kent u, die in de buurt Bezuidenhout gevestigd zijn?

Bijlage 5 Transactiegegevens

Bijlage 5.1 Transactiegegevens Beeuwkes Makelaardij B.V.

Wijk nr.	Wijk naam	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd
		€ 0 tot € 150.000	€ 0 tot € 150.000	€ 150.000 tot € 250.000	€ 150.000 tot € 250.000	€ 250.000 tot € 350.000	€ 250.000 tot € 350.000	€ 350.000 en meer	€ 350.000 en meer	Totaal	Totaal
7900	Archipel	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7901	Benoordenhout	3	286,00	7	86,10	7	54,00	25	52,70	42	75,20
7902	Bezuidenhout	0	0,00	3	23,70	1	88,00	0	0,00	4	39,80
7903	Binckhorst	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7904	Vruchtenbuurt	1	113,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	113,00
7905	Bohemen links	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7906	Bohemen rechts	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7907	Bouwlust	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7908	Centrum	1	161,00	0	0,00	1	39,00	1	151,00	3	117,00
7909	Duinoord	0	0,00	0	0,00	0	0,00	3	58,70	3	58,70
7910	Hollands/Staatsspoor	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7911	Kijkduin	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7912	Loosduinen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7913	Mariahoeve	0	0,00	1	67,00	0	0,00	0	0,00	1	67,00
7914	Marlot	0	0,00	0	0,00	2	181,50	1	7,00	3	123,30
7915	Morgenstond	1	86,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	86,00
7916	Regentessekwartier	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7917	Scheveningen	2	58,00	1	14,00	0	0,00	0	0,00	3	43,30
7918	Spoorwijk/Laakkwartier	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7919	Statenkwartier	0	0,00	1	35,00	1	31,00	2	38,00	4	35,50
7920	Transvaal/Schilderswijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7921	Valkenboskwartier	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7922	Vogelwijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	42,00	1	42,00
7923	Waldeck	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7924	Zeeheldenkwartier	0	0,00	1	21,00	1	23,00	1	26,00	3	23,30
7925	Zorgvliet	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	105,00	1	105,00
7926	Zuiderpark/Moerwijk	3	58,70	0	0,00	0	0,00	0	0,00	3	58,70
7927	Van Stolkpark	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	242,00	1	242,00
7928	Westbroekpark/Duttendel	0	0,00	0	0,00	1	131,00	3	-2,70	4	30,80
7929	Belgisch park	0	0,00	0	0,00	1	31,00	0	0,00	1	31,00
7930	Bloemenbuurt	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7931	Bomenbuurt	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7932	Heesterbuurt	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7933	Kraayenstein/Uithof	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7934	Houtwijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7935	Zichtenburg/Kerketuinen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7936	Wateringse veld	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7937	Ypenburg	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7938	Leidschenveen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7939	Vlietstreek	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7940	Boswijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
8001	Leidschendam	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
8003	Voorburg	0	0,00	2	49,00	0	0,00	1	19,00	3	39,00
Totaal		11		16		15		40		82	

Bijlage 5.2 Transactiegegevens Burger van Leeuwen makelaars o.g.

Wijk nr.	Wijk naam	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd
		€ 0 tot € 150.000	€ 0 tot € 150.000	€ 150.000 tot € 250.000	€ 150.000 tot € 250.000	€ 250.000 tot € 350.000	€ 250.000 tot € 350.000	€ 350.000 en meer	€ 350.000 en meer	Totaal	Totaal
7900	Archipel	1	32,00	0	0,00	0	0,00	3	38,00	4	36,50
7901	Benoordenhout	1	103,00	2	65,50	1	69,00	1	167,00	5	94,00
7902	Bezuidenhout	6	74,00	6	56,20	0	0,00	0	0,00	12	65,10
7903	Binckhorst	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7904	Vruchtenbuurt	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7905	Bohemen links	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7906	Bohemen rechts	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7907	Bouwlust	0	0,00	0	0,00	1	77,00	0	0,00	1	77,00
7908	Centrum	4	75,30	1	132,00	2	72,00	4	41,30	11	67,50
7909	Duinoord	0	0,00	0	0,00	1	36,00	0	0,00	1	36,00
7910	Hollands/Staatsspoor	0	0,00	1	177,00	0	0,00	0	0,00	1	177,00
7911	Kijkduin	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7912	Loosduinen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7913	Mariahoeve	1	161,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	161,00
7914	Marlot	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7915	Morgenstond	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7916	Regentessekwartier	0	0,00	1	45,00	0	0,00	0	0,00	1	45,00
7917	Scheveningen	11	68,10	20	65,70	6	65,70	0	0,00	37	66,40
7918	Spoorwijk/Laakkwartier	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7919	Statenkwartier	2	33,00	3	163,30	2	115,50	1	157,00	8	118,00
7920	Transvaal/Schilderswijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7921	Valkenboskwartier	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7922	Vogelwijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	2	28,50	2	28,50
7923	Waldeck	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7924	Zeeheldenkwartier	1	20,00	1	47,00	0	0,00	0	0,00	2	33,50
7925	Zorgvliet	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7926	Zuiderpark/Moerwijk	7	74,30	2	67,00	0	0,00	0	0,00	9	72,70
7927	Van Stolkpark	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7928	Westbroekpark/Duttendel	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7929	Belgisch park	3	125,30	10	70,80	9	108,80	10	93,80	32	93,80
7930	Bloemenbuurt	3	36,70	1	257,00	0	0,00	0	0,00	4	91,80
7931	Bomenbuurt	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7932	Heesterbuurt	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7933	Kraayenstein/Uithof	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7934	Houtwijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7935	Zichtenburg/Kerketuinen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7936	Wateringse veld	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	158,00	1	158,00
7937	Ypenburg	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7938	Leidschenveen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7939	Vlietstreek	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7940	Boswijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
8001	Leidschendam	0	0,00	0	0,00	1	59,00	0	0,00	1	59,00
8003	Voorburg	0	0,00	0	0,00	1	42,00	0	0,00	1	42,00
Totaal		40		48		24		22		134	

Bijlage 5.3 Transactiegegevens De Haan Makelaars Den Haag

Wijk nr.	Wijk naam	Aantal woningen € 0 tot € 150.000	Gemiddelde looptijd € 0 tot € 150.000	Aantal woningen € 150.000 tot € 250.000	Gemiddelde looptijd € 150.000 tot € 250.000	Aantal woningen € 250.000 tot € 350.000	Gemiddelde looptijd € 250.000 tot € 350.000	Aantal woningen € 350.000 en meer	Gemiddelde looptijd € 350.000 en meer	Aantal woningen Totaal	Gemiddelde looptijd Totaal
7900	Archipel	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7901	Benoordenhout	1	2,00	2	454,50	2	58,50	1	20,00	6	174,70
7902	Bezuidenhout	0	0,00	1	76,00	1	72,00	0	0,00	2	74,00
7903	Binckhorst	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7904	Vruchtenbuurt	1	66,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	66,00
7905	Bohemen links	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7906	Bohemen rechts	1	102,00	1	195,00	0	0,00	0	0,00	2	148,50
7907	Bouwlust	7	106,60	0	0,00	0	0,00	0	0,00	7	106,60
7908	Centrum	10	85,40	7	131,60	0	0,00	0	0,00	17	104,40
7909	Duinoord	0	0,00	4	144,80	0	0,00	0	0,00	4	144,80
7910	Hollands/Staatsspoor	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7911	Kijkduin	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7912	Loosduinen	2	49,50	0	0,00	0	0,00	0	0,00	2	49,50
7913	Mariahoeve	9	86,60	4	142,80	0	0,00	0	0,00	13	103,90
7914	Marlot	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7915	Morgenstond	2	104,50	1	226,00	0	0,00	0	0,00	3	145,00
7916	Regentessekwartier	0	0,00	1	65,00	0	0,00	0	0,00	1	65,00
7917	Scheveningen	3	170,00	3	103,70	1	42,00	0	0,00	7	123,30
7918	Spoorwijk/Laakkwartier	2	171,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	2	171,00
7919	Statenkwartier	1	50,00	5	93,80	2	93,00	2	125,50	10	95,60
7920	Transvaal/Schilderswijk	0	0,00	1	61,00	1	208,00	0	0,00	2	134,50
7921	Valkenboskwartier	1	123,00	0	0,00	1	62,00	0	0,00	2	92,50
7922	Vogelwijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	2	78,00	2	78,00
7923	Waldeck	9	124,80	2	51,00	1	199,00	0	0,00	12	118,70
7924	Zeeheldenkwartier	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7925	Zorgvliet	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7926	Zuiderpark/Moerwijk	15	127,50	3	207,70	1	36,00	0	0,00	19	135,40
7927	Van Stolkpark	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7928	Westbroekpark/Duttendel	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7929	Belgisch park	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7930	Bloemenbuurt	2	74,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	2	74,00
7931	Bomenbuurt	2	82,00	1	104,00	0	0,00	0	0,00	3	89,30
7932	Heesterbuurt	1	66,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	66,00
7933	Kraayenstein/Uithof	0	0,00	0	0,00	1	280,00	0	0,00	1	280,00
7934	Houtwijk	1	56,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	56,00
7935	Zichtenburg/Kerketuinen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7936	Wateringse veld	0	0,00	5	219,80	3	247,70	0	0,00	8	230,30
7937	Ypenburg	0	0,00	0	0,00	5	258,40	4	120,50	9	197,10
7938	Leidschenveen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7939	Vlietstreek	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7940	Boswijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
8001	Leidschendam	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	184,00	1	184,00
8003	Voorburg	1	52,00	5	154,20	0	0,00	0	0,00	6	137,20
Totaal		71		46		19		10		146	

Bijlage 5.4 Transactiegegevens De Haan makelaars Ypenburg

Wijk nr.	Wijk naam	Aantal woningen € 0 tot € 150.000	Gemiddelde looptijd € 0 tot € 150.000	Aantal woningen € 150.000 tot € 250.000	Gemiddelde looptijd € 150.000 tot € 250.000	Aantal woningen € 250.000 tot € 350.000	Gemiddelde looptijd € 250.000 tot € 350.000	Aantal woningen € 350.000 en meer	Gemiddelde looptijd € 350.000 en meer	Aantal woningen Totaal	Gemiddelde looptijd Totaal
7900	Archipel	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7901	Benoordenhout	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7902	Bezuidenhout	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7903	Binckhorst	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7904	Vruchtenbuurt	0	0,00	1	51,00	0	0,00	0	0,00	1	51,00
7905	Bohemen links	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7906	Bohemen rechts	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7907	Bouwlust	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7908	Centrum	1	49,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	49,00
7909	Duinoord	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7910	Hollands/Staatsspoor	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7911	Kijkduin	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7912	Loosduinen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7913	Mariahoeve	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7914	Marlot	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7915	Morgenstond	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7916	Regentessekwartier	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7917	Scheveningen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7918	Spoorwijk/Laakkwartier	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7919	Statenkwartier	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7920	Transvaal/Schilderswijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7921	Valkenboskwartier	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7922	Vogelwijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7923	Waldeck	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7924	Zeeheldenkwartier	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7925	Zorgvliet	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7926	Zuiderpark/Moerwijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7927	Van Stolkpark	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7928	Westbroekpark/Duttendel	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7929	Belgisch park	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7930	Bloemenbuurt	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7931	Bomenbuurt	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7932	Heesterbuurt	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7933	Kraayenstein/Uithof	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7934	Houtwijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7935	Zichtenburg/Kerketuinen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7936	Wateringse veld	0	0,00	1	43,00	0	0,00	0	0,00	1	43,00
7937	Ypenburg	0	0,00	12	95,80	16	87,80	4	173,80	32	101,50
7938	Leidschenveen	0	0,00	2	133,50	2	155,50	0	0,00	4	144,50
7939	Vlietstreek	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7940	Boswijk	0	0,00	0	0,00	1	385,00	4	136,00	5	185,80
8001	Leidschendam	0	0,00	1	189,00	0	0,00	0	0,00	1	189,00
8003	Voorburg	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Totaal		1		17		19		8		45	

Bijlage 5.5 Transactiegegevens *Estata Makelaars o.g.*

Wijk nr.	Wijk naam	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd
		€ 0 tot € 150.000	€ 0 tot € 150.000	€ 150.000 tot € 250.000	€ 150.000 tot € 250.000	€ 250.000 tot € 350.000	€ 250.000 tot € 350.000	€ 350.000 en meer	€ 350.000 en meer	Totaal	Totaal
7900	Archipel	0	0,00	0	0,00	4	48,50	6	92,20	10	74,70
7901	Benoordenhout	3	77,70	10	94,60	9	106,80	17	68,80	39	84,90
7902	Bezuidenhout	1	49,00	2	55,50	1	113,00	2	72,00	6	69,50
7903	Binckhorst	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7904	Vruchtenbuurt	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7905	Bohemen links	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7906	Bohemen rechts	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7907	Bouwlust	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7908	Centrum	1	44,00	1	68,00	4	51,80	5	76,60	11	63,80
7909	Duinoord	0	0,00	0	0,00	2	54,00	7	75,90	9	71,00
7910	Hollands/Staatsspoor	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7911	Kijkduin	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7912	Loosduinen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7913	Mariahoeve	0	0,00	0	0,00	1	86,00	1	22,00	2	54,00
7914	Marlot	0	0,00	0	0,00	0	0,00	5	53,00	5	53,00
7915	Morgenstond	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7916	Regentessekwartier	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7917	Scheveningen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	147,00	1	147,00
7918	Spoorwijk/Laakkwartier	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7919	Statenkwartier	5	54,60	3	119,70	0	0,00	7	97,40	15	87,60
7920	Transvaal/Schilderswijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7921	Valkenboskwartier	1	55,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	55,00
7922	Vogelwijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	4	57,50	4	57,50
7923	Waldeck	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7924	Zeeheldenkwartier	0	0,00	0	0,00	2	40,50	2	68,50	4	54,50
7925	Zorgvliet	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7926	Zuiderpark/Moerwijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7927	Van Stolkpark	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7928	Westbroekpark/Duttendel	0	0,00	1	71,00	1	95,00	4	86,50	6	85,30
7929	Belgisch park	0	0,00	3	46,30	0	0,00	2	39,50	5	43,60
7930	Bloemenbuurt	1	41,00	1	38,00	2	36,00	0	0,00	4	37,80
7931	Bomenbuurt	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7932	Heesterbuurt	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7933	Kraayenstein/Uithof	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7934	Houtwijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7935	Zichtenburg/Kerketuinen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7936	Wateringse veld	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7937	Ypenburg	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7938	Leidschenveen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	84,00	1	84,00
7939	Vlietstreek	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	33,00	1	33,00
7940	Boswijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
8001	Leidschendam	2	79,00	0	0,00	1	57,00	2	52,00	5	63,80
8003	Voorburg	0	0,00	1	63,00	1	51,00	2	73,00	4	65,00
Totaal		14		22		28		69		133	

Bijlage 5.6 Transactiegegevens Frisia Makelaardij B.V.

Wijk nr.	Wijk naam	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd
		€ 0 tot € 150.000	€ 0 tot € 150.000	€ 150.000 tot € 250.000	€ 150.000 tot € 250.000	€ 250.000 tot € 350.000	€ 250.000 tot € 350.000	€ 350.000 en meer	€ 350.000 en meer	Totaal	Totaal
7900	Archipel	8	36,40	14	40,60	2	83,50	6	113,30	30	56,90
7901	Benoordenhout	2	11,50	5	70,00	1	81,00	2	165,50	10	78,50
7902	Bezuidenhout	1	322,00	2	8,00	0	0,00	0	0,00	3	112,70
7903	Binckhorst	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7904	Vruchtenbuurt	3	83,70	5	27,20	2	26,00	0	0,00	10	43,90
7905	Bohemen links	2	173,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	2	173,00
7906	Bohemen rechts	2	122,50	1	101,00	0	0,00	0	0,00	3	115,30
7907	Bouwlust	9	104,20	0	0,00	0	0,00	0	0,00	9	104,20
7908	Centrum	1	59,00	8	80,80	5	227,80	10	293,30	24	199,00
7909	Duinoord	0	0,00	3	36,70	1	28,00	2	64,00	6	44,30
7910	Hollands/Staatsspoor	0	0,00	0	0,00	1	35,00	0	0,00	1	35,00
7911	Kijkduin	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7912	Loosduinen	0	0,00	1	87,00	0	0,00	1	187,00	2	137,00
7913	Mariahoeve	1	127,00	2	41,50	0	0,00	0	0,00	3	70,00
7914	Marlot	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7915	Morgenstond	7	88,40	4	219,50	2	251,50	0	0,00	13	153,90
7916	Regentessekwartier	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7917	Scheveningen	1	118,00	17	67,50	5	76,20	4	46,80	27	67,90
7918	Spoorwijk/Laakkwartier	6	118,20	3	84,00	0	0,00	0	0,00	9	106,80
7919	Statenkwartier	0	0,00	1	61,00	0	0,00	0	0,00	1	61,00
7920	Transvaal/Schilderswijk	0	0,00	2	518,50	0	0,00	0	0,00	2	518,50
7921	Valkenboskwartier	1	138,00	0	0,00	0	0,00	2	7,50	3	51,00
7922	Vogelwijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7923	Waldeck	1	40,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	40,00
7924	Zeeheldenkwartier	0	0,00	2	43,50	0	0,00	1	40,00	3	42,30
7925	Zorgvliet	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7926	Zuiderpark/Moerwijk	19	70,20	3	89,30	0	0,00	0	0,00	22	72,80
7927	Van Stolkpark	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7928	Westbroekpark/Duttendel	0	0,00	1	7,00	0	0,00	0	0,00	1	7,00
7929	Belgisch park	0	0,00	0	0,00	2	67,00	3	76,00	5	72,40
7930	Bloemenbuurt	3	60,00	4	14,80	0	0,00	0	0,00	7	34,10
7931	Bomenbuurt	0	0,00	1	107,00	1	4,00	0	0,00	2	55,50
7932	Heesterbuurt	1	15,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	15,00
7933	Kraayenstein/Uithof	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7934	Houtwijk	0	0,00	3	110,70	0	0,00	0	0,00	3	110,70
7935	Zichtenburg/Kerketuinen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7936	Wateringse veld	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7937	Ypenburg	0	0,00	2	64,00	4	76,00	8	404,10	14	261,80
7938	Leidschenveen	0	0,00	0	0,00	1	83,00	1	194,00	2	138,50
7939	Vlietstreek	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7940	Boswijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
8001	Leidschendam	1	31,00	0	0,00	0	0,00	1	137,00	2	84,00
8003	Voorburg	4	36,00	1	198,00	4	252,50	2	62,00	11	134,20
	Totaal	73		85		31		43		232	

Bijlage 5.7 Transactiegegevens Kimmel & Co Makelaarskantoor o.g. b.v.

Wijk nr.	Wijk naam	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd
		€ 0 tot € 150.000	€ 0 tot € 150.000	€ 150.000 tot € 250.000	€ 150.000 tot € 250.000	€ 250.000 tot € 350.000	€ 250.000 tot € 350.000	€ 350.000 en meer	€ 350.000 en meer	Totaal	Totaal
7900	Archipel	0	0,00	1	31,00	2	37,50	4	146,80	7	99,00
7901	Benoordenhout	6	272,20	3	165,70	7	64,30	15	52,30	31	108,50
7902	Bezuidenhout	2	35,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	2	35,00
7903	Binckhorst	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7904	Vruchtenbuurt	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7905	Bohemen links	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7906	Bohemen rechts	2	166,50	0	0,00	0	0,00	0	0,00	2	166,50
7907	Bouwlust	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7908	Centrum	1	473,00	0	0,00	2	24,00	1	106,00	4	156,80
7909	Duinoord	0	0,00	0	0,00	0	0,00	3	19,00	3	19,00
7910	Hollands/Staatsspoor	0	0,00	0	0,00	1	46,00	0	0,00	1	46,00
7911	Kijkduin	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7912	Loosduinen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7913	Mariahoeve	0	0,00	2	72,00	0	0,00	0	0,00	2	72,00
7914	Marlot	0	0,00	0	0,00	0	0,00	2	132,00	2	132,00
7915	Morgenstond	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7916	Regentessekwartier	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7917	Scheveningen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7918	Spoorwijk/Laakkwartier	1	106,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	106,00
7919	Statenkwartier	0	0,00	1	26,00	2	38,50	3	110,00	6	72,20
7920	Transvaal/Schilderswijk	1	170,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	170,00
7921	Valkenboskwartier	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	69,00	1	69,00
7922	Vogelwijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7923	Waldeck	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7924	Zeeheldenkwartier	1	20,00	0	0,00	1	35,00	0	0,00	2	27,50
7925	Zorgvliet	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7926	Zuiderpark/Moerwijk	4	79,80	0	0,00	0	0,00	0	0,00	4	79,80
7927	Van Stolkpark	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	14,00	1	14,00
7928	Westbroekpark/Duttendel	0	0,00	0	0,00	0	0,00	2	246,00	2	246,00
7929	Belgisch park	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	85,00	1	85,00
7930	Bloemenbuurt	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7931	Bomenbuurt	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7932	Heesterbuurt	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7933	Kraayenstein/Uithof	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7934	Houtwijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7935	Zichtenburg/Kerketuinen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7936	Wateringse veld	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7937	Ypenburg	0	0,00	0	0,00	1	75,00	0	0,00	1	75,00
7938	Leidschenveen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7939	Vlietstreek	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7940	Boswijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	2	189,50	2	189,50
8001	Leidschendam	2	163,00	0	0,00	1	118,00	0	0,00	3	148,00
8003	Voorburg	0	0,00	2	37,00	2	18,50	0	0,00	4	27,80
Totaal		20		9		19		35		83	

Bijlage 5.8 Transactiegegevens Langezaal Makelaars in O.G.

Wijk nr.	Wijk naam	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd
		€ 0 tot € 150.000	€ 0 tot € 150.000	€ 150.000 tot € 250.000	€ 150.000 tot € 250.000	€ 250.000 tot € 350.000	€ 250.000 tot € 350.000	€ 350.000 en meer	€ 350.000 en meer	Totaal	Totaal
7900	Archipel	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7901	Benoordenhout	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7902	Bezuidenhout	79	39,70	32	30,70	7	62,90	1	5,00	119	38,40
7903	Binckhorst	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7904	Vruchtenbuurt	0	0,00	2	9,50	1	43,00	0	0,00	3	20,70
7905	Bohemen links	0	0,00	1	7,00	0	0,00	0	0,00	1	7,00
7906	Bohemen rechts	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7907	Bouwlust	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7908	Centrum	1	33,00	0	0,00	1	100,00	0	0,00	2	66,50
7909	Duinoord	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	26,00	1	26,00
7910	Hollands/Staatsspoor	3	56,70	1	28,00	0	0,00	0	0,00	4	49,50
7911	Kijkduin	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7912	Loosduinen	1	20,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	20,00
7913	Mariahoeve	28	53,80	6	48,70	1	44,00	0	0,00	35	52,60
7914	Marlot	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7915	Morgenstond	2	53,50	0	0,00	0	0,00	0	0,00	2	53,50
7916	Regentessekwartier	0	0,00	1	28,00	2	29,00	0	0,00	3	28,70
7917	Scheveningen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7918	Spoorwijk/Laakkwartier	11	61,10	4	203,00	0	0,00	0	0,00	15	98,90
7919	Statenkwartier	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7920	Transvaal/Schilderswijk	3	42,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	3	42,00
7921	Valkenboskwartier	1	166,00	1	39,00	0	0,00	0	0,00	2	102,50
7922	Vogelwijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7923	Waldeck	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7924	Zeeheldenkwartier	1	35,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	35,00
7925	Zorgvliet	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7926	Zuiderpark/Moerwijk	13	35,40	2	44,00	0	0,00	0	0,00	15	36,50
7927	Van Stolkpark	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7928	Westbroekpark/Duttendel	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7929	Belgisch park	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7930	Bloemenbuurt	1	42,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	42,00
7931	Bomenbuurt	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7932	Heesterbuurt	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7933	Kraayenstein/Uithof	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7934	Houtwijk	0	0,00	1	42,00	0	0,00	0	0,00	1	42,00
7935	Zichtenburg/Kerketuinen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7936	Wateringse veld	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7937	Ypenburg	0	0,00	1	65,00	2	45,50	0	0,00	3	52,00
7938	Leidschenveen	0	0,00	0	0,00	1	127,00	0	0,00	1	127,00
7939	Vlietstreek	0	0,00	1	54,00	0	0,00	0	0,00	1	54,00
7940	Boswijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
8001	Leidschendam	0	0,00	1	20,00	0	0,00	1	18,00	2	19,00
8003	Voorburg	13	53,20	6	46,00	0	0,00	0	0,00	19	50,90
Totaal		157		60		15		3		235	

Bijlage 5.9 Transactiegegevens Meeùs makelaars Den Haag

Wijk nr.	Wijk naam	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd
		€ 0 tot € 150.000	€ 0 tot € 150.000	€ 150.000 tot € 250.000	€ 150.000 tot € 250.000	€ 250.000 tot € 350.000	€ 250.000 tot € 350.000	€ 350.000 en meer	€ 350.000 en meer	Totaal	Totaal
7900	Archipel	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7901	Benoordenhout	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	142,00	1	142,00
7902	Bezuidenhout	8	151,40	5	112,40	0	0,00	2	47,00	15	124,50
7903	Binckhorst	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7904	Vruchtenbuurt	0	0,00	2	85,00	0	0,00	0	0,00	2	85,00
7905	Bohemen links	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7906	Bohemen rechts	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7907	Bouwlust	1	101,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	101,00
7908	Centrum	0	0,00	2	76,50	2	46,00	0	0,00	4	61,30
7909	Duinoord	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7910	Hollands/Staatsspoor	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7911	Kijkduin	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7912	Loosduinen	1	105,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	105,00
7913	Mariahoeve	14	35,30	1	154,00	0	0,00	1	161,00	16	50,60
7914	Marlot	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7915	Morgenstond	1	185,00	3	120,30	3	61,30	0	0,00	7	104,30
7916	Regentessekwartier	0	0,00	7	67,10	0	0,00	0	0,00	7	67,10
7917	Scheveningen	2	86,50	0	0,00	0	0,00	6	226,20	8	191,30
7918	Spoorwijk/Laakkwartier	1	90,00	1	42,00	0	0,00	0	0,00	2	66,00
7919	Statenkwartier	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7920	Transvaal/Schilderswijk	0	0,00	2	447,00	0	0,00	0	0,00	2	447,00
7921	Valkenboskwartier	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7922	Vogelwijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7923	Waldeck	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7924	Zeeheldenkwartier	1	142,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	142,00
7925	Zorgvliet	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7926	Zuiderpark/Moerwijk	9	135,20	2	87,50	0	0,00	0	0,00	11	126,60
7927	Van Stolkpark	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7928	Westbroekpark/Duttendel	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7929	Belgisch park	0	0,00	19	29,90	3	61,30	0	0,00	22	34,20
7930	Bloemenbuurt	0	0,00	1	41,00	0	0,00	0	0,00	1	41,00
7931	Bomenbuurt	1	49,00	1	49,00	0	0,00	0	0,00	2	49,00
7932	Heesterbuurt	1	55,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	55,00
7933	Kraayenstein/Uithof	0	0,00	0	0,00	3	41,30	0	0,00	3	41,30
7934	Houtwijk	0	0,00	0	0,00	5	57,80	1	89,00	6	63,00
7935	Zichtenburg/Kerketuinen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7936	Wateringse veld	0	0,00	7	190,90	5	141,40	0	0,00	12	170,30
7937	Ypenburg	0	0,00	3	150,30	9	114,10	0	0,00	12	123,20
7938	Leidschenveen	0	0,00	4	185,00	1	50,00	4	554,30	9	334,10
7939	Vlietstreek	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7940	Boswijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
8001	Leidschendam	75	47,60	17	62,90	0	0,00	0	0,00	92	50,50
8003	Voorburg	41	14,60	3	105,00	0	0,00	0	0,00	44	20,80
Totaal		156		80		31		15		282	

Bijlage 5.10 Transactiegegevens Röttgering Makelaars

Wijk nr.	Wijk naam	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd
		€ 0 tot € 150.000	€ 0 tot € 150.000	€ 150.000 tot € 250.000	€ 150.000 tot € 250.000	€ 250.000 tot € 350.000	€ 250.000 tot € 350.000	€ 350.000 en meer	€ 350.000 en meer	Totaal	Totaal
7900	Archipel	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7901	Benoordenhout	9	101,70	14	69,90	7	148,40	7	112,30	37	100,50
7902	Bezuidenhout	2	42,50	1	121,00	1	17,00	1	70,00	5	58,60
7903	Binckhorst	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7904	Vruchtenbuurt	0	0,00	2	96,00	1	3,00	0	0,00	3	65,00
7905	Bohemen links	0	0,00	1	34,00	0	0,00	0	0,00	1	34,00
7906	Bohemen rechts	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7907	Bouwlust	5	108,60	0	0,00	0	0,00	0	0,00	5	108,60
7908	Centrum	0	0,00	1	143,00	0	0,00	5	158,80	6	156,20
7909	Duinoord	0	0,00	0	0,00	1	206,00	1	7,00	2	106,50
7910	Hollands/Staatsspoor	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7911	Kijkduin	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7912	Loosduinen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7913	Mariahoeve	2	174,50	1	0,00	1	135,00	0	0,00	4	121,00
7914	Marlot	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	111,00	1	111,00
7915	Morgenstond	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7916	Regentessekwartier	0	0,00	2	24,50	0	0,00	0	0,00	2	24,50
7917	Scheveningen	0	0,00	1	18,00	0	0,00	3	68,00	4	55,50
7918	Spoorwijk/Laakkwartier	0	0,00	1	199,00	0	0,00	0	0,00	1	199,00
7919	Statenkwartier	0	0,00	0	0,00	1	34,00	1	149,00	2	91,50
7920	Transvaal/Schilderswijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7921	Valkenboskwartier	1	153,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	153,00
7922	Vogelwijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7923	Waldeck	1	33,00	0	0,00	2	89,50	0	0,00	3	70,70
7924	Zeeheldenkwartier	2	305,50	1	8,00	0	0,00	0	0,00	3	206,30
7925	Zorgvliet	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7926	Zuiderpark/Moerwijk	6	62,20	1	56,00	0	0,00	0	0,00	7	61,30
7927	Van Stolkpark	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	244,00	1	244,00
7928	Westbroekpark/Duttendel	0	0,00	0	0,00	1	161,00	2	14,00	3	63,00
7929	Belgisch park	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7930	Bloemenbuurt	2	107,50	0	0,00	0	0,00	0	0,00	2	107,50
7931	Bomenbuurt	4	40,50	0	0,00	0	0,00	2	43,50	6	41,50
7932	Heesterbuurt	1	11,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	11,00
7933	Kraayenstein/Uithof	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7934	Houtwijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7935	Zichtenburg/Kerketuinen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7936	Wateringse veld	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7937	Ypenburg	0	0,00	0	0,00	1	170,00	0	0,00	1	170,00
7938	Leidschenveen	0	0,00	1	43,00	0	0,00	0	0,00	1	43,00
7939	Vlietstreek	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7940	Boswijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
8001	Leidschendam	0	0,00	0	0,00	1	9,00	0	0,00	1	9,00
8003	Voorburg	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Totaal		35		27		17		24		103	

Bijlage 5.11 Transactiegegevens Woningpunt Bezuidenhout-Mariahoeve BV

Wijk nr.	Wijk naam	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd
		€ 0 tot € 150.000	€ 0 tot € 150.000	€ 150.000 tot € 250.000	€ 150.000 tot € 250.000	€ 250.000 tot € 350.000	€ 250.000 tot € 350.000	€ 350.000 en meer	€ 350.000 en meer	Totaal	Totaal
7900	Archipel	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7901	Benoordenhout	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7902	Bezuidenhout	7	85,90	8	55,10	0	0,00	0	0,00	15	69,50
7903	Binckhorst	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7904	Vruchtenbuurt	1	32,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	32,00
7905	Bohemen links	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7906	Bohemen rechts	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7907	Bouwlust	1	77,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	77,00
7908	Centrum	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7909	Duinoord	0	0,00	1	13,00	0	0,00	0	0,00	1	13,00
7910	Hollands/Staatsspoor	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7911	Kijkduin	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7912	Loosduinen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7913	Mariahoeve	4	44,80	0	0,00	0	0,00	0	0,00	4	44,80
7914	Marlot	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7915	Morgenstond	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7916	Regentessekwartier	1	29,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	29,00
7917	Scheveningen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7918	Spoorwijk/Laakkwartier	3	176,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	3	176,00
7919	Statenkwartier	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7920	Transvaal/Schilderswijk	1	59,00	1	56,00	0	0,00	0	0,00	2	57,50
7921	Valkenboskwartier	1	97,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	97,00
7922	Vogelwijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7923	Waldeck	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7924	Zeeheldenkwartier	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7925	Zorgvliet	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7926	Zuiderpark/Moerwijk	2	30,00	1	65,00	0	0,00	0	0,00	3	41,70
7927	Van Stolkpark	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7928	Westbroekpark/Duttendel	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7929	Belgisch park	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7930	Bloemenbuurt	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7931	Bomenbuurt	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7932	Heesterbuurt	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7933	Kraayenstein/Uithof	1	224,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	224,00
7934	Houtwijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7935	Zichtenburg/Kerketuinen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7936	Wateringse veld	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7937	Ypenburg	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7938	Leidschenveen	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7939	Vlietstreek	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7940	Boswijk	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
8001	Leidschendam	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
8003	Voorburg	3	28,30	0	0,00	0	0,00	0	0,00	3	28,30
Totaal		25		11		0		0		36	

Bijlage 5.12 Transactiegegevens NVM

Wijk nr.	Wijk naam	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd	Aantal woningen	Gemiddelde looptijd
		€ 0 tot € 150.000	€ 0 tot € 150.000	€ 150.000 tot € 250.000	€ 150.000 tot € 250.000	€ 250.000 tot € 350.000	€ 250.000 tot € 350.000	€ 350.000 en meer	€ 350.000 en meer	Totaal	Totaal
7900	Archipel	23	51,70	31	59,50	26	49,60	52	89,30	132	67,90
7901	Benoordenhout	46	161,10	75	98,30	85	82,90	131	53,90	337	85,70
7902	Bezuidenhout	212	70,00	136	58,80	25	80,80	18	95,60	391	68,00
7903	Binckhorst	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
7904	Vruchtenbuurt	130	70,50	101	52,50	27	43,80	13	-1,50	271	57,70
7905	Bohemen links	21	85,60	40	60,10	4	32,00	2	34,50	67	65,60
7906	Bohemen rechts	55	81,40	57	67,10	12	39,80	11	76,40	135	71,20
7907	Bouwlust	115	92,10	12	87,20	4	40,50	0	0,00	131	90,00
7908	Centrum	59	103,30	91	100,90	56	117,90	72	137,70	278	114,40
7909	Duinoord	18	77,90	46	52,90	36	41,90	38	51,70	138	53,00
7910	Hollands/Staatsspoor	18	63,00	6	88,70	11	94,70	1	16,00	36	75,70
7911	Kijkduin	0	0,00	0	0,00	2	60,50	11	75,70	13	73,40
7912	Loosduinen	59	124,80	30	112,80	9	177,00	2	99,00	100	125,40
7913	Mariahoeve	179	71,50	54	85,40	9	140,40	6	84,00	248	77,30
7914	Marlot	0	0,00	2	140,00	3	129,70	17	103,40	22	110,30
7915	Morgenstond	103	75,60	27	117,40	9	106,40	3	156,00	142	87,20
7916	Regentessekwartier	40	102,90	43	86,70	21	54,60	10	30,20	114	81,50
7917	Scheveningen	107	97,20	160	73,30	42	98,30	23	169,90	332	90,90
7918	Spoorwijk/Laakkwartier	280	110,80	40	98,10	1	133,00	0	0,00	321	109,20
7919	Statenkwartier	37	52,50	76	67,20	48	64,40	85	73,80	246	66,70
7920	Transvaal/Schilderswijk	67	100,30	28	172,90	3	103,70	0	0,00	98	121,20
7921	Valkenboskwartier	79	92,30	43	65,80	20	147,10	8	11,40	150	87,70
7922	Vogelwijk	1	14,00	12	78,60	5	32,60	59	51,80	77	54,20
7923	Waldeck	85	75,30	53	74,20	9	100,00	1	28,00	148	76,10
7924	Zeeheldenkwartier	34	50,90	53	70,50	23	87,50	25	90,50	135	72,20
7925	Zorgvliet	0	0,00	2	38,00	1	99,00	2	78,50	5	66,40
7926	Zuiderpark/Moerwijk	659	83,50	114	91,80	8	100,60	2	37,50	783	84,80
7927	Van Stolkpark	0	0,00	2	6,50	1	124,00	9	128,40	12	107,80
7928	Westbroekpark/Duttendel	1	112,00	8	61,00	5	98,00	21	97,10	35	89,40
7929	Belgisch park	14	77,10	62	68,80	30	77,80	38	87,60	144	76,50
7930	Bloemenbuurt	84	94,20	87	70,50	21	56,50	1	34,00	193	79,10
7931	Bomenbuurt	64	65,20	46	51,70	8	50,30	8	30,90	126	57,10
7932	Heesterbuurt	105	79,40	18	71,90	4	82,30	1	75,00	128	78,40
7933	Kraayenstein/Uithof	41	86,20	6	80,20	11	99,80	3	173,70	61	92,30
7934	Houtwijk	30	108,90	80	70,20	26	60,00	4	77,50	140	76,80
7935	Zichtenburg/Kerketuinen	0	0,00	4	18,50	0	0,00	0	0,00	4	18,50
7936	Wateringse veld	0	0,00	59	164,30	51	151,60	24	115,70	134	150,80
7937	Ypenburg	0	0,00	50	101,30	71	113,00	23	225,10	144	126,80
7938	Leidschenveen	2	206,50	46	117,20	61	108,40	31	191,30	140	131,00
7939	Vlietstreek	0	0,00	1	54,00	0	0,00	2	33,50	3	40,30
7940	Boswijk	0	0,00	0	0,00	2	255,00	18	116,20	20	130,10
8001	Leidschendam	182	63,10	120	97,60	81	94,00	61	68,10	444	78,70
8003	Voorburg	333	66,10	180	68,80	100	77,60	144	65,50	757	68,20
Totaal		3.283		2.101		971		980		7.335	