

# Gebruikersperspectief

## Mobiliteitsconcept Merwede

Onderliggende notitie 2, behorend bij het eindrapport 'mobiliteitsconcept voor Merwede'

Auteur  
Marc Stemerding

Datum  
06.03.18

Status  
Definitief

Klant  
Gemeente Utrecht

## Inhoudsopgave

|   |   |    |
|---|---|----|
| 1 | Inleiding                                   | 3  |
| 2 | Het woningbouwprogramma                     | 4  |
| 3 | Segmentatie doelgroepen                     | 6  |
| 4 | Onderzoek focusgroepen                      | 10 |
| 5 | Haalbaarheid programma met lage parkeernorm | 16 |
| 6 | Aanbevelingen                               | 19 |

## 1 Inleiding

In het onderdeel Gebruikersperspectief wordt de vraag gesteld wat de wensen en behoeften zijn van de toekomstige bewoners van Merwedekanaalzone deelgebied 5 (MWKZ 5). Hoe staan zij tegenover de propositie van de wijk, de aspecten van wonen, woonomgeving en voorzieningen en van parkeren en mobiliteit? Onder welke voorwaarden zouden zij bereid zijn om te verhuizen naar deze wijk?

De gestelde vragen zijn gerelateerd aan het woningbouwprogramma, dat is de samenstelling van aan te bieden woningtypen in de wijk, de beoogde doelgroepen voor die woningtypen en hun woonvoorkeuren. Beantwoording van de vragen geeft inzicht in de haalbaarheid van de propositie en biedt aanknopingspunten voor nadere invulling van de propositie.

Voor het gebruikersperspectief is de volgende aanpak gekozen:

- Er is een overzicht gemaakt van het woningbouwprogramma, uitgesplitst naar woningtype en prijsklasse.
- Voor elk van de woningtypen is de gebruikelijke parkeernorm bepaald. De resulterende gebruikelijke parkeervraag is vergeleken met het maximaal wenselijke parkeeraanbod voor MWKZ deelgebied 5.
- De haalbaarheid van het woningbouwprogramma is afhankelijk van de aantrekkelijkheid van de propositie bij de beoogde doelgroepen. Die propositie is opgebouwd uit kenmerken van het wonen, de woonomgeving de voorzieningen en parkeren en mobiliteit.
- Er is een keuze gemaakt voor een bruikbare doelgroepensegmentatie. Aan het woningbouwprogramma zijn de relevante segmenten gekoppeld.
- Vervolgens is een gevoeligheidsanalyse gemaakt: welke segmenten zijn cruciaal voor de haalbaarheid en verkoopbaarheid van de woningen in de wijk.
- Met de meest gevoelige segmenten is een focusgroep-onderzoek uitgevoerd. De propositie is bij vertegenwoordigers van de doelgroepen getoetst.
- Op basis van de bevindingen van de focusgroepen is een aantal aanbevelingen gedaan voor het eigenarencollectief, ten aanzien van de propositie voor de verschillende doelgroepen en woningtypen.

## 2 Het woningbouwprogramma

Het woningbouwprogramma van MWKZ 5 gaat uit van een kleine 6.000 woningen, verdeeld over verschillende woningtypen en prijsklassen, zie tabel 2.1.

| Woningtype                  | Aantal       | Woonoppervlakte in m <sup>2</sup> | Koop/huur | Prijsklasse |
|-----------------------------|--------------|-----------------------------------|-----------|-------------|
| Stadswoning groot           | 92           | 181                               | Koop      | Hoog        |
| Stadswoning middelgroot     | 89           | 160                               | Koop      | Hoog        |
| Exclusieve appartementen    | 298          | 178                               | Koop      | Hoog        |
| Beleggers Huur              | 1.681        | 96                                | Huur      | Midden      |
| Kleine appartementen        | 682          | 86                                | Koop      | Midden      |
| Middelgrote appartementen   | 683          | 107                               | Koop      | Midden      |
| Grote (gezins)appartementen | 596          | 157                               | Koop      | Midden      |
| Sociale Huur                | 1.187        | 80                                | Huur      | Laag        |
| Starters (klein)            | 683          | 60                                | Koop      | Laag        |
| <b>Totaal</b>               | <b>5.991</b> |                                   |           |             |

Tabel 2.1: Woningbouwprogramma MWKZ 5

De verdeling is als volgt:

- In de hoge prijsklasse zijn 479 koopwoningen (8%) gepland;
- In de middencategorie zijn 3.642 woningen (61%) gepland, daarvan is iets minder dan de helft huur en de rest koop;
- In de lage prijsklasse zijn 1.870 woningen (31%) gepland, waarvan ongeveer een derde koop en twee derde sociale huur.

### 2.1 Bij toepassing normale parkeernorm

Wanneer we een parkeernorm toepassen zoals gebruikelijk in de gemeente Utrecht voor dergelijke woningtypen, is het eindresultaat (zie tabel 2.2) dat er slechts een fractie minder parkeerplaatsen nodig zijn dan er woningen zijn in het gebied; de gemiddelde parkeernorm komt uit op 0,98 parkeerplaats per woning. Met de parkeergelegenheid die gereserveerd wordt voor winkels, horeca, onderwijs en andere voorzieningen komt de totale benodigde parkeercapaciteit op ruim 6.200.

| Woningtype                       | Aantal       | P-norm      | Aantal pp    |
|----------------------------------|--------------|-------------|--------------|
| Stadswoning groot                | 92           | 1,06        | 98           |
| Stadswoning middelgroot          | 89           | 1,06        | 94           |
| Exclusieve appartementen         | 298          | 1,06        | 316          |
| Beleggers Huur                   | 1.681        | 0,97        | 1.631        |
| Kleine appartementen             | 682          | 0,97        | 662          |
| Middelgrote appartementen        | 683          | 0,97        | 663          |
| Grote (gezins)appartementen      | 596          | 1,06        | 632          |
| Sociale Huur                     | 1.187        | 0,97        | 1.151        |
| Starters (klein)                 | 683          | 0,89        | 608          |
| <b>Totaal</b>                    | <b>5.991</b> | <b>0,98</b> | <b>5.853</b> |
| Parkeren t.b.v. voorzieningen    |              |             | 372          |
| <b>Totale parkeergelegenheid</b> |              |             | <b>6.226</b> |

Tabel 2.2: Toepassing gebruikelijke parkeernorm op woningbouwprogramma

De MER en het bouwprogramma staan dit aantal parkeerplaatsen niet toe in MWKZ 5. De opgave is om het maximale aantal parkeerplaatsen te reduceren naar minder dan 2.000 plaatsen. Dat betekent een gemiddelde parkeernorm van ongeveer 0,3 parkeerplaats per woning.

We proberen nu antwoord te krijgen op de vraag of het woningbouwprogramma haalbaar en verkoopbaar is met de voorliggende propositie:

- De gemiddeld veel lagere parkeernorm dan gebruikelijk, waarbij mogelijk scherper onderscheid gemaakt wordt naar de verschillende woningtypen;
- Een aanvullend mobiliteitsaanbod zoals Mobility as a Service;
- De verdere kenmerken van MWKZ 5, zoals daar zijn: de ligging in de stad Utrecht, de hoge stedelijkheid met hoge bebouwingsdichtheid en de aanwezigheid van verschillende voorzieningen in de wijk.

Ten behoeve van die vraag maken we eerst een segmentatie van de doelgroepen waarvoor de woningtypen zijn bedoeld.

### 3 Segmentatie doelgroepen

Wanneer we het hebben over de verkoopbaarheid van het woningbouwprogramma van MWKZ 5 gaat het over het verkopen en verhuren van woningen waarvan de eerste op zijn vroegst over vijf jaar zullen worden opgeleverd. De doelgroep voor de betreffende woningen – de aanstaande kopers en huurders - is als zodanig nog niet vindbaar. We weten niet wie de mensen zijn en waar we ze zouden kunnen vinden.

Waar we wel een goede inschatting van kunnen maken, is het profiel van de doelgroepen van de verschillende woningtypen, zoals beschreven in hoofdstuk 2. In zo'n situatie is het toepassen van segmentprofielen gebruikelijk. Voor deze studie passen we de segmentatie Mosaic toe, zoals die wordt toegepast door BPD<sup>1</sup>. De profielen zijn gemaakt op basis van leefstijl en woonwensen om de marktpotentie in te schatten van woningbouwprogramma's.

#### 3.1 Onderzoeksaanpak: voor wie zijn welke woningen?

Voor het bepalen van de doelgroepen voor MWKZ 5 confronteren we het woningbouwprogramma met de segmentatie van Mosaic:

- Bij welke woningtypen horen welke doelgroepen of segmenten.
- We vergelijken de proposities van MWKZ 5 met de woonvoorkeuren van de betreffende segmenten. In het bijzonder betrekken we de mobiliteitsaspecten van de woonvoorkeuren hierin.
- Op basis van die vergelijking maken we een inschatting van de mate van verkoopbaarheid van elk van de woningtypen. Hierin wegen we ook de omvang van de doelgroep af tegen de aantallen in het woningbouwprogramma. De druk op de woningmarkt kan voor het ene woningtype immers groter zijn dan bij het andere. En, hoe groter die druk, hoe gemakkelijker het zal zijn om de woningen te verkopen.
- Op basis van die informatie brengen we een inschatting wat een logische en realistische parkeernorm zou zijn per woningtype/doelgroep.
- Focusgroepen geven nadere inkleuring van het realiteitsgehalte van de betreffende parkeernorm per woningtype/doelgroep.

#### 3.2 Nadere omschrijving van woonvoorkeuren Mosaic

De methodiek van Mosaic onderscheidt 14 hoofdgroepen en bij elk van de hoofdgroepen 2 tot 4 subgroepen. Van elk van de groepen is het volgende bekend:

- Leeftijd en kenmerkende samenstelling van het huishouden (alleenstaand, samenwonend, 3 of 4 persoons-huishouden, etc.);
- Welstand en inkomen;
- Hun woonvoorkeuren ten aanzien van woningtype, woonoppervlak, woonmilieu, voorkeur voor nieuwbouw;
- De verhuisgeneigdheid;
- Autobezit en mobiliteitsvoorkeur.

---

<sup>1</sup> Bron: BPD Mosaic 2016; Doelgroepsegmentatie en woon(milieu)voorkeuren. Uitgegeven door BPD, afdeling Research,



Figuur 3-1 Karakterisering segmenten Mosaic

### 3.3 Woningtype, doelgroep en markt

In tabel 3.1 zijn de veertien segmenten weergegeven. Voor MWKZ deelgebied 5 zijn de gewenste variabelen: stedelijkheid, passend inkomen, zo min mogelijk autobezit.

De doelgroepen die een niet-stedelijke woonvoorkeur hebben vallen bij voorbaat af voor de woningtypen in MWKZ deelgebied 5. De groepen Stedelijke Balanceerders en Vergrijsde Eenvoud komen niet in aanmerking voor sociale huur en zijn aangewezen op de goedkopere oudbouw-woningen. Die vallen om die reden af.

|   |                          | % NL | % regio<br>Utrecht | % stad<br>Utrecht | Stedelijk? | Inkomen | Autobezit | Woningtype MWKZ 5           |
|---|--------------------------|------|--------------------|-------------------|------------|---------|-----------|-----------------------------|
| A | Jonge Digitalen          | 9,8% | 12%                | 23%               | Ja         | -       | Laag      | Starters, kleine app        |
| B | Stedelijke Balanceerders | 3,4% | 1%                 | 5%                | Ja         | -       | Laag      | Niet                        |
| C | Samen Starten            | 6,6% | 6%                 | 5%                | Nee        | -/0     | Laag      | Niet                        |
| D | Goed Stadsleven          | 7,9% | 2%                 | 20%               | Ja         | +       | Laag      | Belegg.huur, midgr stadswon |
| E | Modale koopgezinnen      | 6,3% | 6%                 | 9%                | Nee        | o/+     | 1 of 2    | Niet                        |
| F | Kind en Carrière         | 7,6% | 15%                | 11%               | Ja/Nee     | +       | 1 of 2    | Grote gezinsapp             |
| G | Sociale Huurders         | 8,2% | 10%                | 7%                | Ja         | --      | Laag      | Sociale huur                |
| H | Rijpe Middenklasse       | 8,0% | 5%                 | 1%                | Nee        | 0       | 1         | Niet                        |
| I | Vrijheid en Ruimte       | 8,8% | 2%                 | 0%                | Nee        | ++      | 1 of 2    | Niet                        |
| J | Gouden Rand              | 5,1% | 9%                 | 4%                | Ja/Nee     | +++     | 2         | Stadswoning, exclusieve app |
| K | Elitaire Topklasse       | 3,7% | 8%                 | 4%                | Ja/Nee     | +++     | 2         | Stadswoning, exclusieve app |
| L | Landelijk Leven          | 6,5% | 2%                 | 0%                | Nee        | o/+     | 1 of 2    | Niet                        |
| M | Welverdiend Genieten     | 8,4% | 12%                | 4%                | Ja/Nee     | +       | 1         | Niet                        |
| N | Vergrijsde Eenvoud       | 9,7% | 10%                | 6%                | Ja         | -/0     | 0 of 1    | Niet                        |
|   |                          | 100% | 100%               | 100%              |            |         |           |                             |

Tabel 3.1: Segmenten Mosaic (zie ook schema in separaat bijgevoegde bijlage)

De woningen in de hoge prijsklasse worden gekoppeld aan de segmenten Gouden Rand en Elitaire Topklasse. Het segment Goed Stadsleven zou in mindere mate passend kunnen zijn.

Het middensegment is voor de segmenten Goed Stadsleven, Jonge Digitalen en Kind & Carrière.

Voor het aanbod in de lage prijsklasse zijn de Jonge Digitalen en de Sociale Huurders de voor de hand liggende segmenten.

| Woningtype                  | Aantal | Prijsklasse | Segmenten | Omvang marktsegment | Verkoopbaarheid |
|-----------------------------|--------|-------------|-----------|---------------------|-----------------|
| Stadswoning groot           | 92     | Hoog        | J, K      | Klein               | o/-             |
| Stadswoning middelgroot     | 89     | Hoog        | (D,) J, K | Klein               | o/-             |
| Exclusieve appartementen    | 298    | Hoog        | J, K      | Klein               | -               |
| Beleggers Huur              | 1.681  | Midden      | D         | Groot               | +               |
| Kleine appartementen        | 682    | Midden      | A         | Groot               | +               |
| Middelgrote appartementen   | 683    | Midden      | A, D      | Groot               | +               |
| Grote (gezins)appartementen | 596    | Midden      | D, F      | Groot               | -               |
| Sociale Huur                | 1.187  | Laag        | G         | Groot               | +               |
| Starters (klein)            | 683    | Laag        | A         | Groot               | +               |
| Totaal                      | 5.991  |             |           |                     |                 |

Tabel 3.2: Confrontatie segment en woningtype

De verkoopbaarheid van de woningen heeft te maken met de mate waarin de specifieke propositie aanspreekt bij de betreffende doelgroep, maar ook met verhouding tussen de omvang van het aanbod en de omvang van de doelgroep.

Verondersteld kan worden dat de woningen in de hogere prijsklasse relatief moeilijk verkoopbaar zijn. Voor de drie woningtype geldt dat het aanbod met een kleine 600 woningen vrij groot is, terwijl de doelgroep klein van omvang is. Bovendien is het denkbaar dat juist deze groep het mobiliteitsaspect van de propositie als negatief beoordeelt, vanwege het relatief hoge autobezit bij de doelgroepen.

Het aanbod in het middensegment moet het in belangrijke mate hebben van Goed Stadsleven en een deel van de Jonge Digitalen. Die groepen zijn groot van omvang in de stad (43% van de bevolking in stad Utrecht), waarbij gezegd moet worden dat ook het aanbod groot is (bijna de helft). De mobiliteitsaspecten zouden voor deze groep minder negatief kunnen uitpakken, gezien het lage autobezit onder deze beide groepen. Voor het aanbod aan grote gezinsappartementen in het middensegment ligt de groep Kind & Carrière voor de hand. De omvang van het segment (11% in de stad) staat in goede verhouding tot het aandeel van deze woningen in het woningbouwprogramma (10%), maar de lage parkeernorm zou voor deze groep moeilijk kunnen zijn.

Het aanbod in de lage prijsklasse mikt naast de Jonge Digitalen ook op de groep Sociale Huurders. Gezien de grote wachtlijst voor sociale huurwoningen kan de verhuurbaarheid geen probleem zijn. De groep Jonge Digitalen is voldoende van omvang voor het aanbod. Voor beide groepen geldt dat een laag autobezit het hanteren van een lage parkeernorm gemakkelijker maakt.

### 3.4 Woningen en parkeernorm

Gezien de kleine omvang van de welgestelde doelgroepen lijkt het verstandig om de parkeernorm de woningen in het topsegment enigszins op peil te houden. Voor deze groep is het denkbaar dat de kosten voor een parkeerplaats minder sterk bepalend zullen zijn dan de beschikbaarheid van een parkeerplaats. Met andere woorden: de parkeerplaats mag wat kosten.

Voor de woningen het middensegment lijkt een lage parkeernorm haalbaar, met uitzondering voor de grote gezinsappartementen. Evengoed is het verstandig om de propositie bij deze groepen nader te onderzoeken, omdat het aanbod in het middensegment erg groot is.

De druk op de woningmarkt is in het lage prijssegment altijd hoog in Utrecht, ongeacht de conjunctuur. De verkoopbaarheid en verhuurbaarheid van de woningen kan geen problemen opleveren, ook niet



met een zeer lage parkeernorm. Immers, onder deze groepen geldt een laag autobezit; zij hebben dus niet per se een parkeerplaats nodig.

| Woningtype         | Aantal | Normale P-norm | Vertaling autobezit Mosaic | P-norm 0,7 | P-norm 0,3 |
|--------------------|--------|----------------|----------------------------|------------|------------|
| Stadswoning groot  | 92     | 1,06           | 2                          | 1,5        | 1          |
| Stadswoning middel | 89     | 1,06           | 1,5                        | 1,5        | 1          |
| Exclusieve app.    | 298    | 1,06           | 2                          | 1,5        | 1          |
| Beleggers Huur     | 1.681  | 0,97           | 1                          | 1          | 0,4        |
| Kleine app.        | 682    | 0,97           | 0,5                        | 0,3        | 0          |
| Middelgrote app.   | 683    | 0,97           | 1                          | 0,7        | 0,5        |
| Grote (gezins)app. | 596    | 1,06           | 1,3                        | 1          | 0,7        |
| Sociale Huur       | 1.187  | 0,97           | 0,5                        | 0,3        | 0          |
| Starters (klein)   | 683    | 0,89           | 0,5                        | 0,3        | 0          |
| Totaal             | 5.991  | 5.853          | 5.328                      | 4.239      | 1.774      |
|                    |        | 0,98           | 0,89                       | 0,71       | 0,30       |

Tabel 3.3: Voorstel parkeernormen per woningtype, bij varianten gemiddelde parkeernorm

Tabel 3.3 geeft een voorstel van te hanteren parkeernormen per woningtype, bij drie varianten van gemiddelde parkeernorm (midden, laag en extreem laag). Bij het hanteren van een gebruikelijke parkeernorm is het resultaat gemiddeld ongeveer 1 parkeerplaats per woning.

Wanneer we nu het autobezit van Mosaic vertalen naar een autobezit per woningtype, zien we dat een parkeernorm van 0,90 zondermeer haalbaar zou zijn. Voor de woningen in het dure segment en voor de grote gezinsappartementen zou dan een norm van boven de 1 gehanteerd kunnen worden.

Verlagen van de parkeernorm naar 0,7 betekent dat bijvoorbeeld de woningen in het dure segment alle naar 1,5 moeten en de grote gezinsappartementen naar 1.

Een parkeernorm van 0,3 is haalbaar wanneer alle kleine appartementen, kleine startersappartementen en sociale huurwoningen op een parkeernorm van 0 gezet worden. Als de beleggers-huurappartementen en middelgrote appartementen dan op 0,4 respectievelijk 0,5 gezet worden, kunnen de grote gezinsappartementen op een norm van 0,7 en de dure woningen op een norm van 1 worden gezet.

## 4 Onderzoek focusgroepen

### 4.1 Aanpak

Om na te gaan of de propositie aantrekkelijk genoeg is voor de meest relevante doelgroepen, is focusgroep-onderzoek uitgevoerd. De focusgroep is een kwalitatief onderzoeksinstrument. Kwalitatief betekent kortweg dat we veel vragen van weinig mensen. Dit in tegenstelling tot kwantitatief onderzoek, waarbij we weinig vragen van veel mensen.

Kwalitatief onderzoek heeft als doel om beweegredenen, motivaties, attitudes en afwegingen voor gedrag bloot te leggen. Het gaat dus niet zozeer om het gedrag zelf, maar om wat er achter dat gedrag ligt. Het resultaat van dit onderzoek geeft waardevolle informatie over wat je kunt doen om het bedoelde gedrag te beïnvloeden. Het gaat typisch om de afweging tussen positieve en negatieve elementen, zowel rationeel als niet rationeel, de voorwaarden waaronder men bereid is om bepaald gedrag te laten zien, enz.

Er zijn verschillende manieren om een dergelijk kwalitatief onderzoek aan te pakken. Focusgroep is er daar één van. De focusgroep onderscheidt zich van bijvoorbeeld individuele diepte-interviews door specifiek te sturen op interactie tussen deelnemers aan het focusgroep-gesprek. De groep bestaat typisch uit 8-12 mensen, die worden aangespoord om op elkaar te reageren. Daardoor ontstaat meer kleuring en diepte in het gesprek. Een focusgroep is daarmee een effectieve manier om in een korte tijd veel informatie op te halen.

Een focusgroep is niet bedoeld om voorspellingen te doen ten aanzien van marktaandeel, verkoopcijfers en dergelijke. Daarvoor zou aanvullend kwantitatief onderzoek doen. Vaak is de opzet van onderzoek zo, dat kwalitatief onderzoek voorafgaat aan kwantitatief onderzoek. Op basis van het kwalitatieve onderzoek wordt inzichtelijk wat er speelt, en hoe een bepaald proces van gedrag (bijvoorbeeld een aankoopbeslissing) verloopt. Dat geeft aanleiding tot een het goed kunnen stellen van de vragen die nodig zijn om een bepaalde hypothese kwantitatief te toetsen. De logische volgorde van kwalitatief-kwantitatief kan echter niet altijd; de potentiële groep onder wie het onderzoek een uitspraak moet doen moet scherp in beeld zijn bijvoorbeeld, en de in de vraagstelling moet ook het te toetsen product scherp omlind zijn.

#### 4.1.1 In dit project

In dit project gaat het om focusgroepen die de marktsegmenten representeren waarin de potentiële kopers en/of aanstaande bewoners in Merwede te vinden zullen zijn. Zij zijn hoogstwaarschijnlijk geen aanstaande kopers, daarvoor is de oplevering van de wijk nog veel te ver weg. We werken daarbij met de volgende assumpties:

- De marktsegmenten zijn als zodanig homogene groepen.
- Het afwegingskader, het keuzeprocess, de positieve en negatieve meningen en de mate van rationaliteit zijn binnen die segmenten ook min of meer gelijklopend. Daarmee zegt het gesprek daarover iets over de afwegingen bij de consumenten voor wie de verschillende woningtypen binnen Merwede zijn bedoeld.
- Door in gesprek te gaan met representanten van de cruciale marktsegmenten verkrijgen we informatie over het keuzeprocess en de afwegingen ten aanzien van de aankoop in Merwede (in het bijzonder natuurlijk: de elementen van het wonen versus mobiliteit).
- Resultaat daarvan zal zijn dat we per woningtype weten welke elementen belangrijk zijn in de koopafweging van de beoogde kopers. We focussen ligt daarbij op die elementen die met mobiliteit te maken hebben. Ook krijgen we inzicht in de moeilijkheidsgraad van de beoogde mobiliteitspropositie bij de specifieke marktsegmenten.

- We beperken ons tot de groepen die voor de studie belangrijk zijn. Dat zijn de volgende groepen (zie vorig hoofdstuk):
  - Voor woningen in de hoge prijsklasse de segmenten Elitaire topklasse/Gouden rand aangevuld met Goed Stadsleven
  - Voor de middenklasse woningen de groepen Kind & Carrière, Goed Stadsleven en Jonge Digitalen;
  - Voor de lagere prijsklasse de groep Jonge Digitalen.

#### 4.1.2 Werving van deelnemers

Deelnemers zijn geworven via twee verschillende kanalen:

1. Een online enquête die op 21 december 2017 is uitgezet onder 1.900 inwoners van de provincie Utrecht. Daarvoor gebruiken we het adressenbestand van Panelclix, een bestand dat vaker wordt gebruikt voor marktonderzoek. De online enquête wordt uitgezet onder mensen van wie al het een en ander bekend is ten aanzien van woning, woonomgeving, autobezit, leeftijd en socio-economische status. Op basis van die informatie hebben wij Panelclix al een voorselectie laten maken. Panelleden die niet tot de beoogde marktsegmenten/doelgroepen behoren worden dus al niet benaderd.
2. Via social media: via Twitter en via de Facebook-pagina van Woningruil Utrecht. Mensen konden zich aanmelden door te klikken op een link naar de bovengenoemde enquête.

De korte vragenlijst gaat vervolgens over twee dingen: (1) is men eventueel van plan om in de komende vijf jaar te verhuizen naar een stedelijke omgeving in stad Utrecht en (2) is men bereid om daarover benaderd te worden voor een onderzoek – met uitleg van focusgroep en datum.

Op basis van de ingevulde vragenlijst waren er 121 vrijwillige aanmeldingen voor de focusgroepen. Met de voorgestelde data konden drie focusgroepen worden samengesteld.

#### 4.2 Uitvoering

Focusgroepen Jonge Digitalen (17 januari – 11 deelnemers), Kind & Carrière (24 januari – 8 deelnemers), een gemengde groep van Goed Stadsleven, Gouden Rand, Elitaire Topklasse (6 februari – 7 deelnemers).

De focusgroepen zijn gestart met een korte inleiding over de bedoeling van de workshop en de contouren van de woonwijk. Deze is gepresenteerd als een stedelijke wijk met een hoge woningdichtheid – en met een specifieke situatie ten aanzien van mobiliteit. Er is gewerkt in drie rondes: eerst is gesproken over het wonen en de voorzieningen, daarna over de inrichting van straten en openbare ruimte. Als derde onderwerp is de mobiliteit: parkeren, openbaar vervoer en dergelijk aan de orde geweest. Hierbij zijn ook de kosten van vervoer besproken.

#### 4.3 Bevindingen wonen, winkels, horeca en andere voorzieningen

Eerst is met de deelnemers gesproken over de invulling van de wijk.

Voor de deelnemers is het een vereiste dat de wijk veel dagelijkse (stedelijke) voorzieningen levert. Door meerdere deelnemers is de wijk 'zelfvoorzienend' genoemd: wat inhoudt dat alle dagelijkse behoefte bij de hand zijn, op loopafstand, zodat je daarvoor de auto niet nodig hebt. Bij alle groepen worden genoemd:

- Winkels: meer dan één supermarkt, verswinkels (bakkers, slaggers, groetewinkels, delicatessen), speciaalzaken, slijterij, dierenzaak, kapper, postkantoor, drogist, Blokker en Hema
- Bezorgen van boodschappen: niet veel enthousiasme bij Jonge Digitalen en Kind & Carrière, juist wel bij Gouden Rand
- Pakketbezorging in kluisjes: goed idee
- Horeca, 's avonds en overdag, restaurants, cafés, lunchrooms/broodjeszaken, snackbar, ijsalon
- Voorzieningen niet alleen aan de rand van de wijk, maar ook binnenin de wijk

- Sportvoorzieningen (sportschool, sportvelden).

De groep Jonge Digitalen noemt specifiek:

- Ten aanzien van wonen: ook grotere woningen voor alleenstaanden
- Meer nadruk op sportvoorzieningen
- Meer nadruk op horeca

De groep Kind & Carrière noemt specifiek:

- Ten aanzien van wonen: ruime woningen voor gezinnen
- kinderopvang, crèches, peuterspeelzaal
- basisscholen
- speeltuinen
- bibliotheek
- gezondheidscentrum, met apotheek, fysio, huisarts, tandarts, etc.

De groep Goed Stadsleven noemt specifiek:

- alle eerste levensbehoeften
- barretjes, koffiezaken zijn belangrijk voor sociale binding

De groep Gouden Rand noemt specifiek:

- conciërges die pakketjes en bezorgde boodschappen in ontvangst nemen
- shop & collect-service (zoals op Schiphol) en andere haal & breng-diensten
- belangrijk dat er voorzieningen zijn die de auto minder nodig maken
- gezondheidscentrum, met apotheek, arts, tandarts, etc.
- bepaalde voorzieningen waar in de wijk geen ruimte voor is buiten de wijk plaatsen, maar dan specifiek met een pendel bereikbaar. Denk hierbij aan grotere parken
- voorzieningen op ouderen gericht

#### 4.4 Bevindingen straten en openbare ruimte

Ten aanzien van de inrichting van de openbare ruimte zien de deelnemers een wijk met allure voor zich, met veel groen, gezelligheid en sfeer. Die sfeer wordt onder meer gemaakt door de voorzieningen (overdag en 's avonds), maar ook door de landschappelijke inrichting. De afwezigheid van auto's in het straatbeeld wordt als positief gezien.

De groep Jonge Digitalen noemt specifiek:

- een promenade langs het water (mooi aangekleed, met allure)
- een plein of pleintjes voor ontmoeting
- een park of parkje
- sportmogelijkheden
- veel zitplaatsen in de openbare ruimte
- aandacht voor licht/verlichting, schaduw, zon
- groen op de gebouwen als vervanging van privétuinen
- aandacht voor kunst in de openbare ruimte

De groep Kind & Carrière noemt specifiek:

- speelplekken voor kinderen, speeltuinen
- kindvriendelijke inrichting
- geen auto's op straat

De groep Goed Stadsleven noemt specifiek:

- groene dakterrassen voor gemeenschappelijk gebruik
- beleving aan winkels, horeca etc, maar ook verhuizingen, beperken tot venstertijden

De groep Gouden Rand noemt specifiek:

- pleinen en bankjes voor ontmoeting, maar voldoende licht/verlicht om hangplekken te voorkomen
- ruimte voor hulpdiensten is essentieel, maar ook voor bijvoorbeeld scootmobiel

#### 4.5 Bevindingen parkeren en mobiliteit, kosten mobiliteit

Situatie van parkeren en mobiliteit kan een reden zijn voor mensen om een vestigingskeuze in een dergelijke wijk expliciet niet te maken. Zowel vanuit de groep Kind & Carrière als vanuit de groep Jonge Digitalen (waarvan sommigen zichzelf in een bepaalde toekomst ook als gezin met kinderen voorstellen) betekent het voorgestelde strikte parkeerregime een reden om dan maar ergens anders te gaan wonen. *Dat geldt overigens zeker niet voor iedereen.* In beide groepen zijn ook mensen die zich kunnen vinden in de MaaS-propositie. Niet onbelangrijk verder: er zijn ook mensen voor wie MaaS niet nodig is. Die kunnen naar eigen zeggen prima uit de voeten met het fiets en het bestaande ov. Die zullen dus ook niet meteen een MaaS-abonnement gaan nemen.

Vanuit de groep Gouden Rand komt een ander geluid over MaaS naar voren. Voor deze groep geldt MaaS als zeker aantrekkelijk, mits er echt sprake is van een goede serviceverlening. Dus: ook gebruik van taxi, deelauto's gemakkelijk beschikbaar, enzovoorts. Goede serviceverlening zou leven zonder eigen auto goed voorstelbaar maken, en zelfs een luxe gevoel geven. Belangrijk is dat de groep Gouden Rand (naar eigen zeggen) niet meer het gedoe heeft van kinderen en sportclubs, muziekles enzo.

Parkeren op afstand is voor de groepen Jonge Digitalen en Kind & Carrière moeilijk voorstelbaar. In elk geval is het voor de deelgroep die afhaakt vanwege de lage parkeernorm geen reden om dan wel voor de MWKZ te kiezen. De anderen zien na enige uitleg niet meer in waarom dat nuttig zou kunnen zijn, maar zij stellen dan als eis dat er 24 uur beschikbaarheid is van pendeldiensten naar de parkeerlocatie. Vanuit de groep Gouden Rand komt de opmerking dat parkeren op afstand best denkbaar zou zijn, mits er sprake zou zijn van een soort valet parking-dienst.

Er zouden parkeerplaatsen voor bezoekers beschikbaar moeten zijn. Zelf zonder auto – met een alternatief – leven is goed voorstelbaar, maar het is moeilijker om dat ook aan bezoekers op te leggen. Eventueel met een systeem met vergunningen. De groep Gouden Rand ziet de P+R plekken Westraven en Hooggelegen als ook wel geschikt voor bezoekers, mits er sprake is van een goede pendelverbinding met de wijk.

Kosten van mobiliteit zijn voor mensen (Jonge Digitalen, Kind & Carrière) ook moeilijk voorstelbaar. Dat een MaaS-abonnement enkele honderden euro's per persoon per maand zou kosten, vindt men over het algemeen duur, vooral omdat vergelijkingen met ov-abonnementen worden gemaakt. Bij de groep Jonge Digitalen zien de niet-autoverslaafden onder hen meer in een stadsabonnement voor het ov, in combinatie met deelfiets, voor een bedrag van onder de 100 euro per maand. Met aanvullende eis dat ov ook 24 uur beschikbaar is. De Gouden Rand-groep heeft minder moeite met enkele honderden euro's per maand. Hier werd geopperd om een basis-abonnement onderdeel te maken van de servicekosten, voor alle bewoners van de wijk.

Een fors bedrag betalen voor parkeren in de wijk zelf vindt men (alle groepen) niet onlogisch. Gesproken is over bedragen van rond de 175-250 euro per maand. Overigens zou men voor een dergelijk bedrag wel de garantie van een parkeerplaats willen (Kind & Carrière, Jonge Digitalen), en ook voor de deur (Gouden Rand). Betalen voor parkeren op afstand (wij hebben een kostprijs van 125-150 euro per maand voorgerekend) vindt men niet acceptabel. Die zouden min of meer gratis moeten zijn,

gegeven de moeite die het kost om ze te bereiken. Bij deze kosten gaan mensen zelf hun eigen parkeerplaats in een gratis zone zoeken. Bij de groep Gouden Rand ziet men wel iets in een soort valet-parkingdienst, dan is zo'n bedrag wel acceptabel.

Ten aanzien van ov-verbindingen vinden de deelnemers het positief dat grote hoeveelheden bussen per uur in de spits worden gepresenteerd, maar men is meer geïnteresseerd in de frequenties in de daluren. In de groepen Jonge Digitalen en Kind & Carrière is het verzoek van 24 uurs-ov uitgesproken. In alle groepen werd genoemd dat niet alleen het station rechtstreeks bereikbaar zou moeten zijn, maar ook gezorgd moet worden voor goede verbindingen met de rest van de stad.

De groep Jonge Digitalen noemt specifiek:

- deelauto's met uitstraling
- snel op de ring met de auto, toe- en afrit op de snelweg dichtbij
- goede fietspaden
- auto voor de deur kunnen rijden, bijvoorbeeld bij op vakantie gaan

De groep Kind en Carrière noemt specifiek:

- Voor de deur instappen (kinderen, spullen), ook met deelauto
- Auto binnen 2 minuten beschikbaar
- Ov, liefst in de vorm van een tram, binnen 5 minuten lopen
- warme wachtplekken (voor ov)

De groep Goed Stadsleven noemt specifiek:

- goede fietsverbindingen
- goede ov-verbindingen, niet alleen met het station

De groep Gouden Rand noemt specifiek:

- Bezoekersparkeren op afstand, mits bereikbaar met goede pendeldienst
- Valet parking
- Parkeren op afstand is best handig, je hoeft niet meer met de auto de drukke stad in

#### 4.6 Andere bevindingen

In de groep Jonge Digitalen is specifiek gesproken over aspecten van duurzaamheid in deze wijk. Men vroeg zich af waarom dit niet veel specifieker naar voren kwam in de beschrijving van de wijk. Duurzaamheid zou de marketing-boodschap van MWKZ kunnen worden, met aandacht voor energie, afval, water, groen, en ook mobiliteit. Dat maakt ook het mobiliteitsaanbod logischer te plaatsen.

De groep Gouden Rand staat negatiever ten opzichte van de term duurzaamheid (modewoord, marketingtruc). De duurzame aspecten van de wijk slaan wel aan, beter zou zijn om te spreken in concrete termen als zelfvoorzienend, energiebewust, kostenbesparend.

#### 4.7 Samengevat

Het aanbod van MWKZ 5 is voor sommigen zeker aantrekkelijk te maken, maar niet voor iedereen. Een deel van de deelnemers zal zeker niet voor zo'n wijk kiezen, vanwege de beperkte parkeervoorziening. De bezwaren komen bij beide groepen Jonge Digitalen, Kind en Carrière voor. Bij de Jonge Digitalen overigens meer als: kan nu wel, maar straks wanneer ik wel een auto zal hebben, is het geen optie. Voor een deel van de Kind & Carrière-groep is de auto een noodzakelijke bestaansvoorwaarde en is leven zonder moeilijk voorstelbaar. De auto is juist vanwege de kinderen nodig. De groep Gouden Rand – deze bestaat grotendeels uit mensen die al uit de kinderen zijn – kijkt hier anders tegenaan. Voor hun is de auto ontegenzeggelijk een geliefd luxe-object, maar binnen deze groep is zeker interesse voor een MaaS-optie die eenzelfde soort luxe, comfort en vrijheid biedt.

Voor wie dit MWKZ 5 wel een optie is: zij gaan ervan uit dat bij de stedelijkheid ook een hoog voorzieningenniveau hoort. Daarmee bedoelt men: we hebben de auto niet per se nodig voor allerlei dagelijkse zaken: boodschappen, recreëren, et cetera. De verschillende doelgroepen noemen dan verschillende voorzieningen, die dicht bij de eigen belevingswereld liggen: scholen en andere voorzieningen voor kinderen (Kind en Carrière) en horeca en sport (Jonge Digitalen, Goed Stadsleven), plekken voor ontmoeting en gezondheidscentrum (Gouden Rand). De term 'zelfvoorzienend' klopt hierbij: allerlei dichtbij huis, en dus de auto niet nodig hebben.

De MaaS-voorziening, dat wil zeggen het abonnement dat mobiliteit garandeert, is voor velen (ook de geïnteresseerden) nog niet zo goed voorstelbaar. Veel mensen kunnen in de stad al goed overweg met het bestaande aanbod aan ov + fiets, zeker wanneer ov ook in de daluren ('s nachts) beter beschikbaar zou worden. MaaS ondervindt juist wel enthousiasme bij de Gouden Rand-groep.

Parkeren op afstand geeft gemengde gevoelens. Voor de groep Kind & Carrière lijkt het geen optie, de groep Jonge Digitalen zou er zeker niet voor willen betalen. De groepen Goed Stadsleven en Gouden Rand ziet het nut er wel van in.

## 5 Haalbaarheid programma met lage parkeernorm

Eerder was gekeken naar het woningbouwprogramma in MWKZ 5, naar de doelgroepen horende bij de woningtype en was een inschatting gemaakt van de mogelijke aantrekkelijkheid van de propositie voor de betreffende doelgroepen. Met propositie bedoelen we hier het aanbod van de woning in de woonomgeving, met bijbehorende voorzieningen in de wijk, de inrichting en uitstraling van de woonomgeving en de situatie van parkeren en mobiliteit.

We hebben toen risico's gesignaleerd ten aanzien van de verkoopbaarheid van de volgende woningtypen:

- Het topsegment, bestaande uit exclusieve appartementen en grote en middelgrote stadswoningen, samen 479 woningen in MWKZ 5. Deze zijn bedoeld voor de kleine kapitaalkrachtige segmenten. Van deze groepen weten we dat zij hechten aan een autobezit van gemiddeld hoger dan 1,5 per huishouden.
- De grotere woningen in het middensegment. In MWKZ 5 gaat het om 596 grote gezinsappartementen. De zijn bedoeld voor het segment Kind & Carrière (11%). Voor dit segment is autobezit over het algemeen zeer belangrijk.
- De andere woningen in het middensegment. Hieronder vallen de 683 middelgrote koopappartementen, de 1.681 beleggers-huurappartementen, de kleine appartementen (682) en de kleine starterswoningen (683). Deze zijn bedoeld vooral voor Goed Stadsleven (20%) en Jonge Digitalen (23%). De vraag in het lage –en middensegment is heel groot en het aanbod is traditioneel klein. Het aanbod is in MWKZ 5 juist heel groot en zal dus behulpzaam zijn voor het wegnemen van de druk op de woningmarkt.
- De sociale huur (1.187). Er staan in de regio Utrecht meer dan 200.000 mensen op de wachtlijst voor een sociale huurwoning, de wachttijd in de stad is op dit moment ruim 9 jaar. Er moet dus voldoende belangstelling zijn voor de propositie.

In de focusgroepen zijn de risico's nader verkend. Samengevat laat het onderzoek ten aanzien van de segmenten (zie eerste tabel) zien:

- wat de belangrijkste voorwaarden zijn, aan voorzieningen, openbare ruimte en mobiliteit;
- of de propositie bij die voorwaarden haalbaar is, dat wil zeggen in hoeverre dit segment geneigd is in MWKZ 5 een woning te kopen of huren;
- met welk percentage autobezit/parkeerplaatsen per woning rekening gehouden dient te worden.

|                                    | Eisen aan woonomgeving                             | de Eisen voorzieningen  | aan Eisen aan mobiliteit  | Haalbare propositie? | Haalbare p-norm? |
|------------------------------------|--|---|---|----------------------|------------------|
| Jonge Digitalen                    | Allure<br>Ontmoetingsplekken<br>Groen              | Horeca<br>Supermarkten<br>Sport   | Hoge frequentie ov daluren (nacht)<br>Ov-verbindingen niet alleen naar station<br>Goed ov is belangrijker dan MaaS/deelauto | ++                   | 0,2 – 0,3        |
| Goed Stadsleven                    | Groen<br>Ontmoetingsplekken                        | Horeca<br>Supermarkten  | Goede ov-verbindingen<br>Goede fietsverbindingen  | +                    | 0,2 – 0,3        |
| Kind & Carrière                    | Kindvriendelijk<br>Geen auto's op straat<br>Groen  | Supermarkten<br>Speeltuintjes<br>Scholen, crèches, BSO<br>Gezondheidscentra | Eigen auto is belangrijk<br>Laden/lossen voor de deur<br>Parkeren op afstand geen optie                                     | -/0                  | 0,7 – 1,0        |
| Elitaire Topklasse/<br>Gouden Rand | Groen<br>Ontmoetingsplekken<br>Voorkom hangplekken | Bezorgingsdiensten<br>Horeca<br>Supermarkten<br>Gezondheidscentra           | Luxe MaaS-aanbod aantrekkelijk<br>Pendeldiensten moeten top zijn  | 0/+                  | 0,5 – 1,0        |

Tabel 5.1: Woon- en mobiliteitsvoorkeuren vier segmenten, met voorstel haalbare parkeernorm



Voor de vier segmenten is een inschatting gemaakt van een haalbare parkeernorm in MWKZ 5, mits voldaan is aan de andere in tabel 5.1 genoemde voorwaarden:

- Jonge Digitalen bezitten vooralsnog zelden een auto en kunnen dus zonder parkeerplaats. Echter, een van deze groep verwacht in de nabije toekomst een eigen auto nodig te hebben. We vertalen de lage autobehoeftte in een parkeernorm van tussen 0,2 en 0,3.
- Goed Stadsleven neemt een tussenpositie in tussen Jonge Digitalen en Gouden Rand. Niet onbelangrijk is dat deze groep meer redeneert vanuit hun huidige situatie en minder vanuit de eventuele toekomstige autobehoeftte. We vertalen de lage autobehoeftte in een parkeernorm tussen 0,2 en 0,3.
- Kind & Carrière is autobehoeftig. Er is mogelijk een groep te vinden die zonder de auto kan, maar daar staat een groep met een behoefte van twee auto's in het huishouden tegenover. Een strenge, lage parkeernorm zal ten koste gaan van de verkoopbaarheid van de woningen. We vertalen deze hoge autobehoeftte naar een parkeernorm van minimaal 0,7 en maximaal wenselijk 1,0.
- Gouden Rand en Elitaire Topklasse is een segment dat bij uitstek gewend is aan een hoog autobezit. Evengoed lijkt juist deze groep het meest ontvankelijk voor een goed MaaS-aanbod. We vertalen dit naar een parkeernorm van tussen 0,5 en 1,0.

De haalbaarheid van parkeernorm per woningtype (mits aan de meeste voorwaarden is voldaan) is weergegeven in tabel 5.2.

|                             | P-norm | Gouden Rand | Goed Stadslev. | Sociale Huurders | Jonge Digitalen | Kind & Carrière | P-norm |      | P-plaatsen |      |
|-----------------------------|--------|-------------|----------------|------------------|-----------------|-----------------|--------|------|------------|------|
|                             | min    | 0,50        | 0,20           | 0,00             | 0,20            | 0,70            | min    | max  | min        | max  |
|                             | max    | 1,00        | 0,30           | 0,00             | 0,30            | 1,00            |        |      |            |      |
| Stadswoning groot           | 92     | 100%        |                |                  |                 |                 | 0,50   | 1,00 | 46         | 92   |
| Stadswoning middelgroot     | 89     | 80%         | 20%            |                  |                 |                 | 0,44   | 0,86 | 39         | 77   |
| Exclusieve appartementen    | 298    | 100%        |                |                  |                 |                 | 0,50   | 1,00 | 149        | 298  |
| Beleggers Huur              | 1681   |             | 60%            |                  | 20%             | 20%             | 0,30   | 0,44 | 504        | 740  |
| Kleine appartementen        | 682    |             |                |                  | 100%            |                 | 0,20   | 0,30 | 136        | 205  |
| Middelgrote appartementen   | 683    |             | 50%            |                  | 30%             | 20%             | 0,30   | 0,44 | 205        | 301  |
| Grote (gezins)appartementen | 596    |             |                |                  |                 | 100%            | 0,70   | 1,00 | 417        | 596  |
| Sociale Huur                | 1187   |             |                | 100%             |                 |                 | 0,00   | 0,00 | 0          | 0    |
| Starters (klein)            | 683    |             |                |                  | 100%            |                 | 0,20   | 0,30 | 137        | 205  |
| Totaal (gemiddelde p-norm)  | 5991   | 8%          | 23%            | 20%              | 32%             | 18%             | 0,27   | 0,42 | 1634       | 2512 |

Tabel 5.2: Samenstelling doelgroepen per woningtype en resulterende parkeervraag (min – max)

De tabel laat een berekening zien van de te hanteren parkeernorm per woningtype (ook: het te verwachten aantal te verkopen parkeerplaatsen). Voor de woningtypen is een te verwachten verdeling over de verschillende segmenten weergegeven. Bijvoorbeeld het type Beleggers Huur: die worden voor 60% verhuurd aan de groep Goed Stadsleven, voor 20% aan Jonge Digitalen en voor 20% aan Kind & Carrière.

Bij elk van de segmenten hanteren we de eigen parkeernormen, in de minimale en maximaal wenselijke variant:

- Wanneer we de maximale varianten hanteren, komen we uit op een parkeervraag van 2.512 plaatsen, overeenkomend met een gemiddelde parkeernorm van 0,42.

- Wanneer we de minimale varianten hanteren, komen we uit op een parkeervraag van 1.634 plaatsen, overeenkomend met een gemiddelde parkeernorm van 0,27.

## 6 Aanbevelingen

1. Het hanteren van een parkeernorm van 0,3 voor MWKZ 5 als geheel is haalbaar, mits voldaan wordt aan de volgende voorwaarden:
  - a. De wijk wordt aantrekkelijk ingericht volgens de eisen gesteld door de doelgroepen (woningen, woonomgeving, voorzieningen). Belangrijk is dat alle dagelijkse voorzieningen in de wijk aanwezig zijn: men heeft daarvoor de auto dan niet nodig.
  - b. Het mobiliteitsaanbod voorziet in goede ov-verbindingen, goede fietsverbindingen en een goed MaaS-aanbod.
  - c. De juiste kopers en huurders worden gevonden voor de woningen. Dat wil zeggen: de mensen die zich kunnen conformeren aan de propositie. Dit geldt in het bijzonder voor de groep Sociale Huurders.
2. De woningtypen die relatief moeilijk verkoopbaar zijn en waarvoor om die reden met een hogere parkeernorm rekening gehouden dient te worden:
  - a. stadswoning groot en middelgroot, exclusieve appartementen, omdat de beoogde welgestelde marktsegmenten klein zijn;
  - b. grote gezinsappartementen, omdat de beoogde doelgroep in belangrijke mate autobehoefstig is.
3. Er is een goed MaaS-aanbod nodig in de wijk. Er dient rekening gehouden te worden met het volgende:
  - a. Grofweg de helft van de beoogde bewoners zal geen interesse hebben in een aanbod van deelauto's. Zij hebben (nog) geen eigen auto en kunnen nu ook al goed uit de voeten met hun eigen fiets en het bestaande aanbod aan stedelijk openbaar vervoer.
  - b. Er is behoefte aan de deelauto voor tijdstippen en plekken waar het openbaar vervoer niet in voorziet. Denk aan vooral 's avonds laat en 's nachts.
  - c. Voor de meer welgestelde groepen zijn er kansen voor MaaS als vervanging voor de eigen auto. Maar alleen bij een zeer goed en luxe vervoersaanbod.
4. Parkeren op afstand is voor een klein deel van de beoogde bewoners een optie:
  - a. Alleen bij een zeer goede pendelverbinding tussen de wijk en Hooggelegen en Westraven. Dat betekent: hoogfrequent en ook in de nachtelijke uren.
  - b. Voor de meesten is het niet acceptabel om ook nog eens daarvoor te moeten betalen.
  - c. Juist voor de welgestelde groep is parkeren op afstand denkbaar, en ook tegen betaling. Dan wel in de vorm van een luxe valet parkingdienst.
5. Een innovatief mobiliteitsaanbod past goed bij de andere milieu- en energievriendelijke initiatieven binnen MWKZ 5 op het gebied van energie, afval en duurzaamheid. Een dergelijke boodschap slaat goed aan bij de jongere doelgroepen.