



Delft, september 2014

In opdracht van het ministerie van Binnenlandse Zaken

**Versterking positie van de bouwconsument
de mogelijkheden van benchmarking**

Dr. Clarine van Oel

Ir. Jelle Koolwijk



Technische Universiteit Delft - Faculteit Bouwkunde - afdeling Real Estate & Housing
Julianalaan 134 - 2628 BL - Delft - Postbus 5053 - 2600 GA – Delft
secretariaat: +31 (0)15 278 4159 – email: reh-bk@tudelft.nl – website: www.reh.tudelft.nl

Inhoud

1	Inleiding	9
1.1	Doel	9
1.2	Benchmarking.....	9
1.3	Aanpak.....	9
1.4	Leeswijzer	10
2	Woningbouwsector: verschillend deelmarkten	11
2.1	Bouwnijverheid	11
2.2	Nieuwbouw	12
2.2.1	Marktwerking in de nieuwbouwmarkt en de rol van benchmarking.....	13
2.3	Herstel, verbouw en/of uitbreiding.....	14
2.3.1	Marktwerking in de verbouwmarkt en de rol van benchmarking	14
2.4	Onderhoud	15
2.4.1	Marktwerking in de onderhoudsmarkt en de rol van benchmarking	15
3	Besluitvormingsproces en waardering door consumenten	16
3.1	Betrokkenheid woonconsument.....	16
3.2	Besluitvormingsproces	16
3.3	Afweging van alternatieven.....	17
3.3.1	Waardering.....	17
3.3.2	Relatie waardering met andere marketingconcepten	18
3.4	Belang van het besluitvormingsproces in benchmarking.....	19
4	Waardering woning door bouwconsument	22
4.1	Algemene waardering kwaliteit woning – uitkomsten internationaal onderzoek.....	22
4.2	Algemene waardering kwaliteit van een woning in Nederland	23
4.3	Invloed van bouwtechnische aspecten op waardering woning.....	24
4.4	Invloed van keuzevrijheid op waardering nieuwbouwwoning	24
4.5	Belang van waardering woning in benchmarking	26
5	Bouwtechnische kwaliteit	27
5.1	Technische kwaliteit	27
5.1.1	Duurzaamheid	27
5.2	Functionele kwaliteit	27
5.3	Hoe is het met de technische en functionele kwaliteit gesteld?	28
5.4	Belang van bouwtechnische kwaliteit in benchmarking	28

6	Servicekwaliteit	29
6.1	Dimensies	30
6.2	Niveau van meten	30
6.3	Complexiteit van het bouw(service)proces.....	30
6.4	Hoe is het met de serviceverlening gesteld?.....	31
6.5	Belang van serviceverlening in benchmarking	32
7	Huidige kwaliteitsbeoordelingssystemen die mogelijk gebruikt kunnen worden t.b.v. benchmarking.....	33
7.1	Beoordeling bouwtechnische kwaliteit	33
7.1.1	Visueel zichtbare oplevergebreken nieuwbouw: VEH opleverkeuring.....	33
7.1.2	Energetische kwaliteit nieuwbouw: BouwTransparant.....	33
7.1.3	Energetische kwaliteit nieuwbouw en renovatie: Passiefhuis certificering.....	35
7.1.4	Duurzaamheid nieuwbouw: DuboKeur certificering.....	35
7.1.5	Energetische kwaliteit renovatie: EPA.....	36
7.1.6	Duurzaamheid nieuwbouw: BREEAM-NL certificering.....	36
7.1.7	Duurzaamheid nieuwbouw, bestaande bouw, renovatie: GPR Gebouw certificering .	36
7.2	Beoordeling functionele kwaliteit	36
7.2.1	Beveiliging nieuwbouw en bestaande bouw: Politiekeurmerk Veilig Wonen	36
7.2.2	Functionele kwaliteit bestaande bouw en nieuwbouw: WoonKeur	37
7.3	Beoordeling servicekwaliteit	38
7.3.1	SKB: nieuwbouw (Bouwprestaties.nl)	38
7.3.2	Nieuwbouw en verbouw: Tevredenheidsmeter van BouwGarant	41
7.3.3	Verbouw (kleine klussen): Werkspot.nl	43
7.4	Overzicht van kwaliteitsbeoordelingssystemen.....	43
7.4.1	Raamwerk.....	44
7.5	Samenvatting en Conclusie	44
8	Visie op de positie van de bouwconsument.....	48
8.1	Focus.....	48
8.2	Meer invloed van koper in het bouwproces?	48
8.2.1	Aanpassing van de bouwkolom.....	50
9	Advisering ten aanzien van een landelijk Benchmarkingsysteem.....	51
9.1	Samenvatting en achtergrond.....	51
9.2	Opzet voor benchmarking.....	52
9.2.1	Prijsbeleving	52

9.2.2	Bouwtechnische kwaliteit	53
9.2.3	Servicekwaliteit	53
9.2.4	Woningkenmerken	53
9.2.5	Invloed van de bouwconsument	53
9.2.6	Relatieve belang van de verschillende benchmarkcriteria.....	54
9.2.7	Invloed van verschillende deelmarkten	54
9.3	Randvoorwaarden bij benchmarking	55
9.4	Opzet voor de organisatie van de benchmarking	56
9.5	Implementatie van benchmarking	57
Referenties	59
Interviews	61
Websites	61

1 Inleiding

De bouwbedrijven moeten vanaf 2015 aantoonbaar goede kwaliteit leveren en worden daarvoor zelf verantwoordelijk. Daarmee wordt de positie van de consument sterker. Het toetsen van de bouwkwaliteit kan voortaan sneller en goedkoper, en komt er eerder zekerheid over het moment waarop de bouw kan beginnen. Dat schrijft minister Blok (Wonen en Rijksdienst) in een brief aan de Tweede Kamer. De overheid zal wel eisen stellen waaraan de bouw moet voldoen en blijft toezien op een goede werking van het stelsel.

Uitzonderingen daargelaten, is de bouwindustrie te karakteriseren als een bedrijfstak waarbij de bouwconsument weinig inbreng heeft en waarbij de informatie en communicatie over het product voor de bouwconsument moeilijk te begrijpen is. Het is met andere woorden in zekere zin maar afwachten of de consument ook daadwerkelijk iets heeft gekocht dat aansluit bij zijn woonwensen, laat staan dat hij in staat is om te beoordelen of het bouwproduct van voldoende kwaliteit is.

1.1 Doel

De gedachte achter dit rapport is dat een benchmarksysteem de bouwconsument zou kunnen ondersteunen bij de besluitvorming over de bouwer waarmee hij in zee gaat door de koop van een nieuwbouwwoning of vanwege een verbouwing, renovatie of onderhoud van zijn woning. Door de bouwconsument te voorzien van meer relevante informatie over (het presteren van) de bouwer, kan deze bouwconsument tot een betere afweging van alternatieven komen. Verwacht wordt dat dit een positief effect zal hebben op de kwaliteit die wordt geleverd door deze bouwers. Daarmee dient benchmarking niet alleen het belang van de individuele bouwconsument, maar ook dat van andere opdrachtgevers, als overheden en woningcorporaties.

1.2 Benchmarking

Benchmarking is een systematisch proces voor het meten en vergelijken van prestaties op basis van vooraf opgestelde criteria die door vergelijkbare organisaties worden geleverd (Costa, Formoso, Kagioglou, Alarcón, & Caldas, 2006; ROB, 2002)). Hierdoor kan een 'best' of 'good practice' worden opgesteld op basis waarvan organisaties vervolgens lering kunnen trekken om de prestatie van de eigen organisatie te verbeteren. Voor de overheid kan benchmarking een instrument zijn om de transparantie in de bouwsector te vergroten en de positie van de bouwconsument te versterken (ROB, 2002). De gedachte achter dit rapport is dat een benchmarksysteem de bouwconsument kan ondersteunen bij de besluitvorming over de bouwer waarmee hij in zee gaat. Het benchmarksysteem dient derhalve de bouwconsument te voorzien van een samenvattend oordeel op basis van toerekenbare, valide, betrouwbare en onafhankelijk prestatie-indicatoren die een onderlinge vergelijking van de prestaties van bouwers mogelijk maken. In dit onderzoek wordt daarom niet alleen stilgestaan bij bestaande meetinstrumenten en potentiële benchmarkindicatoren die iets zeggen over de (deel) prestaties die zijn geleverd door een aannemer. Er wordt ook uitdrukkelijk aandacht besteed aan aspecten die vanuit het perspectief van een bouwconsument van belang zijn wanneer deze is betrokken bij de bouw of verbouw van een woning.

1.3 Aanpak

In dit rapport is een analyse gemaakt van de kwaliteitsaspecten waarop bouwers beoordeeld zouden kunnen worden en zijn de gevonden instrumenten in een kader geplaatst. Dit onderzoek beschrijft vervolgens welke van deze elementen voor een bouwconsument reeds goed inzichtelijk zijn te maken, en welke elementen slecht of zelfs niet inzichtelijk zijn te maken door gebruik te maken van

reeds bestaande middelen. Aansluitend wordt geadviseerd over de randvoorwaarden die aan de kwaliteitsbeoordeling gesteld moeten worden, zodat de consument er vertrouwen in kan hebben dat de aanbiedende partijen op een gelijke wijze worden beoordeeld en gepresenteerd. Tenslotte worden aanbevelingen gedaan over de voorwaarden waaronder een benchmarksysteem zou kunnen functioneren.

1.4 Leeswijzer

De woningbouwmarkt bestaat uit verschillende deelmarkten. Dat impliceert dat er bij de ontwikkeling van een benchmarksysteem rekening moet worden gehouden met specifieke kenmerken van deze deelmarkten, bijvoorbeeld door de ontwikkeling van aanvullende of aparte benchmarkindicatoren. Hoofdstuk 2 zal hier nader op in gaan.

Hoofdstuk 3 vat het besluitvormingsproces samen dat een consument in algemeenschap doorloopt bij de aankoop van complexe producten. Hoofdstuk 3 gaat daarnaast nader in op begrippen als waardering en klanttevredenheid door consumenten omdat deze twee begrippen zeer regelmatig met elkaar worden verward.

Hoofdstuk 4 beschrijft vervolgens welke woningkenmerken een bouwconsument waardeert bij aankoop of verbouwing van een woning.

Hoofdstuk 5 en 6 beschrijven respectievelijk het verschil tussen bouwtechnische kwaliteit en servicekwaliteit en de momenten waarop deze, uit het oogpunt van de bouwconsument, meetbaar gemaakt kunnen worden.

Hoofdstuk 7 gaat vervolgens in op de verschillende, reeds bestaande systemen op basis waarvan de geleverde kwaliteit door een bouwer meetbaar gemaakt kan worden in Nederland. In dit hoofdstuk wordt ook ingegaan op de mate waarin de resultaten inzichtelijk zijn voor een bouwconsument.

Hoofdstuk 8 staat stil bij de positie van de bouwconsument in Nederland.

In hoofdstuk 9 is de informatie uit de verschillende hoofdstukken bijeengebracht en is het advies ten aanzien van benchmarking geformuleerd.

2 Woningbouwsector: verschillend deelmarkten

In algemeenheid geldt dat wanneer een bouwconsument tevreden is met het geleverde product en de geleverde service, dit voordelig is voor de bouwer omdat het mond-tot-mond reclame, herhalingsaankopen en minder klachten oplevert (Taylor & Baker, 1994). In een goed werkende en transparante markt zou men er dus vanuit kunnen gaan dat het leveren van kwaliteit door de producent leidt tot meer omzet of lagere kosten. Een benchmarkingsysteem zoals in dit onderzoek wordt beoogd zou de transparantie ten aanzien van het presteren van de verschillende bouwers kunnen verhogen en het prestatieniveau verbeteren. De woningbouwmarkt, of beter gezegd de verschillende markten binnen de woningbouwsector, hebben echter specifieke kenmerken waardoor dit mechanisme niet zonder meer op gaat. Door het specifieke karakter van woningen – plaatsgebondenheid, duurzaamheid, kostbaarheid en onmisbaarheid – is de woningmarkt anders van karakter dan de markten voor consumptiegoederen of diensten. Daarnaast verschilt de huizenmarkt van andere consumentenmarkten, omdat de ervaring die kopers hebben met de aankoop van een product niet vergelijkbaar is met die van andere consumentenmarkten. Zo komt het maar een enkele keer in hun leven voor dat mensen een verbouwing laten uitvoeren, of een nieuwbouwwoning kopen. Hierdoor hebben ze veel minder ervaring met het inhuren van een aannemer of met wat er bij de koop van een nieuwbouwwoning komt kijken. Een ander verschil tussen de huizenmarkt en andere consumentenmarkten is dat men lang niet altijd voldoende op de hoogte is van de ontwikkelingen in de huizenmarkt ten tijde van de besluitvorming over aankoop of verbouwing van een woning. Het zoeken naar het juiste product wordt bovendien bemoeilijkt door de complexiteit van een huis en de verscheidenheid aan woonwensen. Dit alles maakt het moeilijk om aankoopopties goed te evalueren (Barlow & Ozaki, 2003).

In de volgende paragrafen zal nader worden ingegaan op de bouwsector en de omvang van bedrijven binnen deze sector. Vervolgens zal worden stilgestaan bij de verschillende markten: nieuwbouw, herstel en verbouw (kwaliteitsverbetering), en onderhoud (instandhouding van kwaliteit). Per deelmarkt is verder de mogelijke bijdrage van een benchmarksysteem aan de beoogde marktwerking verkend.

2.1 Bouwnijverheid

Volgens het CBS waren er in 2012 130.7003 bouwbedrijven: dat is 9 procent van het totaal aantal bedrijven in Nederland. Het gaat hierbij niet alleen om aannemers, maar ook tegelzetters, stukadoors en dergelijke. Kenmerkend voor de bouwnijverheid is de kleinschaligheid. Het merendeel van de bedrijven (77 procent) bestaat uit ondernemingen met één werkzame persoon.

Er zijn echter ook grote landelijke bedrijven in de bouw. De vijf bekendste zijn:

- BAM-groep, circa 25.000 medewerkers, € 7,9 miljard omzet in 2011;
- VolkerWessels, circa 16.000 medewerkers, € 4,7 miljard omzet in 2011;
- Heijmans, circa 8.300 medewerkers, € 2,4 miljard omzet in 2011;
- Ballast Nedam, circa 4.000 medewerkers, € 1,4 miljard euro omzet in 2011;
- Strukton, circa 3.800 medewerkers, € 1,3 miljard omzet in 2011.

In totaal gaat er ruim 50 miljard euro in de bouw om (zie Tabel 1). De woningbouw heeft daarin een aandeel van een kleine 40 procent, de GWW van 27 procent en de utiliteitsbouw van bijna 30 procent (EIB, 2014). In de nieuwbouw van woningen ging in 2013 ruim 8,5 miljard euro om. In de

herstel- en verbouwmarkt van de woningbouwsector ging 5,6 miljard euro om en in het onderhoud ging bijna 5,5 miljard om. Terwijl de nieuwbouw markt de afgelopen jaren een dalende lijn heeft laten zien, zien we dat de herstel, verbouw en de onderhoudsmarkt minder conjunctuurgevoelig is. Daarnaast hebben veel woningcorporaties hun focus verlegd van sloop-nieuwbouw naar herstel en verbouw van bestaande woningen. Werden er in 2007 nog 22.700 woningen gesloopt, zien we in 2013 dat er nog maar zo'n 12.600 woningen gesloopt werden (Vrolijk, Koning, & Semenov, 2014).

Tabel 1 Bouwproductie per deelsector, 2012-2014 (in mln euro) (bron: EIB, 2014)

	2012	2013	2014	2014
Woningen				39%
· nieuwbouw	9.696	8.575	7.975	16%
· herstel en verbouw	5.882	5.600	5.750	12%
· onderhoud	5.239	5.450	5.525	11%
Gebouwen				30%
· nieuwbouw	7.121	6.775	6.825	14%
· herstel en verbouw	4.326	4.225	4.325	9%
· onderhoud	3.890	3.800	3.725	7%
Grond-, water- en wegenbouw				28%
· nieuwbouw	8.541	8.250	8.200	16%
· onderhoud	5.735	5.600	5.625	11%
Externe onderaanneming	2.160	2.075	2.050	4%
Totaal productie	52.590	50.350	50.000	100%
	<i>in mln euro's, prijsniveau 2012, excl. BTW</i>			

2.2 Nieuwbouw

Volgens Hof en Rosenboom (2013) kan de nieuwbouw van koopwoningen worden ingedeeld in drie categorieën opdrachtgevers:

- Overheid, met name gemeenten, en woningcorporaties;
- bouwers voor de markt (projectontwikkelaars, makelaars, aannemers en financiële instellingen); en
- particuliere opdrachtgevers.

Particuliere opdrachtgevers zijn omschreven als “opdrachtgevers die (laten) bouwen voor eigen gebruik, zoals particuliere personen, bedrijven en stichtingen”. Omdat stichtingen en bedrijven ook woningen kunnen kopen, zijn de aantallen onder deze definitie te zien als een bovengrens van het daadwerkelijke particuliere opdrachtgeverschap (definitie CBS in Hof en Rosenboom, p.7).

Bij particulier opdrachtgeverschap koopt of pacht een particulier bouwgrond. Het is aan de particulier of hij anderen inhuurt voor het hele bouwproces of niet. Bij particulier opdrachtgeverschap kan hij ook zelf het ontwerp van de woning doen, de grond bouw- en woningrijp maken en de woning(en) bouwen.

Anders dan bij particulier opdrachtgeverschap, kunnen er bij projectmatig bouwen diverse partijen eigenaar zijn of zijn geweest van de woningen tot aan verkoop. Zowel overheden, woningcorporaties, financiële instellingen, projectontwikkelaars, makelaars als aannemers kunnen tot de overdracht

eigenaar zijn. Ook deze partijen kunnen diensten inkopen van bijvoorbeeld architecten, projectontwikkelaars en aannemers. Om het nog iets ingewikkelder te maken: de opdrachtgever tot het bouwen van woningen (de eigenaar van de te bouwen woningen tot aan verkoop) kan deze opdracht (ontwerp, bouw- en woningrijp maken, woningen bouwen) verstrekken aan een projectontwikkelaar, die op zijn beurt diensten kan inkopen (ontwerp, bouw- en woningrijp maken, woningen bouwen). De categorieën overheid en woningcorporaties en bouwers voor de markt behoren in ieder geval tot projectmatig bouwen (Hof & Rosenboom, 2013).

Nieuwbouw cijfers

Tabel 2 toont het aandeel projectmatig bouwen en particulier opdrachtgeverschap in de nieuwbouw van koopwoningen aan. Particulier opdrachtgeverschap heeft in 2009-2012 een marktaandeel van 14 tot 19 procent. Dit marktaandeel kent in deze periode een lichte stijging. Dit komt niet door de groei van het aantal particulier gebouwde nieuwbouw koopwoningen, maar hoofdzakelijk doordat de productie van nieuwbouw koopwoningen meer dan gehalveerd is.

Tabel 2 Aandelen projectmatig bouwen en particulier opdrachtgeverschap bij de nieuwbouw van koopwoningen, 2009-2012 (bron: Hof & Rosenboom, 2013).

	2009	2010	2011	2012
Totaal nieuwbouw koopwoningen:	46695	41631	38123	21886
- Waarvan projectmatig bouwen	40032	35549	32155	17642
- Waarvan particuliere opdrachtgevers	6663	6082	5968	4244
Projectmatig bouwen als % van nieuwbouw koopwoningen	86%	85%	84%	81%
Particulier opdrachtgeverschap als % van nieuwbouwkoopwoningen	14%	15%	16%	19%

2.2.1 Marktwerking in de nieuwbouwmarkt en de rol van benchmarking

Voor de producent van projectmatige nieuwbouw woningen geldt het eerder genoemde voordeel van mond tot mond reclame en klantenbinding in mindere mate. Een consument koopt namelijk maar een of twee keer in zijn leven een nieuwe woning. Daarnaast heeft een consument in veel gevallen maar de keus uit één, of in enkele gevallen uit hooguit twee aanbieders op een bepaalde locatie. Er valt dus niet veel te kiezen. Hier komt bij dat locatie en woningtype wordt gezien als de belangrijkste elementen die de keuze van een woonconsument beïnvloedt (Reed & Mills, 2007), en het is daarom maar zeer de vraag of het aanbevelen van een bouwer bij familie, vrienden of kennissen dan verschil maakt.

Aangezien de kans dat een consument een herhalingsaankoop doet bij eenzelfde producent van projectmatige nieuwbouwwoningen of dat mond-tot-mond reclame leidt tot extra aankopen zeer klein is, is deze externe drijfveer voor het leveren van meer kwaliteit aan de consument in de projectmatige nieuwbouw minder aanwezig. Een andere externe drijfveer is die van “naming and shaming”. Door periodiek de prestaties van bouwers te publiceren, kan een prikkel tot beter presteren worden vormgegeven. Op dit moment zijn er mogelijkheden om dergelijke lijsten te publiceren, o.a. op basis van klantenbeoordelingen (www.bouwprestaties.nl), of het aantal problemen op basis van opleverkeuringen (VEH) (zie ook hoofdstuk 7). Een goed ingericht benchmarkingsysteem met vooraf vastgestelde prestatie-indicatoren en een landelijke dekking heeft echter de voorkeur.

Het bovenstaande aspect van de nieuwbouwmarkt wordt anders wanneer er in het proces een zelfstandig ontwikkelaar (niet verbonden aan een bouwbedrijf) aanwezig is. Deze moet een keuze

maken door welke aannemer hij het werk ten uitvoer wil laten brengen. De geleverde kwaliteit van deze aannemer kan bij zijn keuze een rol spelen. Natuurlijk spelen bij ontwikkelaars ook andere elementen een rol bij het bepalen van de keuze voor een aannemer. De ervaring leert dat een ontwikkelaar ook kijkt naar de prijs van het werk, reciprociteit (er iets voor terug krijgen) en lokale verbondenheid.

Een soortgelijke redenering zou gevolgd kunnen worden voor gemeenten die voor de ontwikkeling van een nieuwbouwlocatie een aannemer zoeken. Een gemeente zou in haar selectieprocedure eisen op kunnen nemen ten aanzien van de kwaliteit van de aannemer. Dit betekent echter wel dat niet langer op een maximale grondprijs kan worden gestuurd.

Er is geen onderzoek bekend naar de mate waarin ontwikkelaars of gemeenten gebruik maken van prestatie-informatie over aannemers uit systemen als die van SKB of vergelijkbaar, bij de selectie van aannemers.

Sinds het begin van de economische crisis is er zeker ook bij bouwbedrijven een interne prikkel tot verlaging van kosten aanwezig getuige de afvlakking van de nieuwbouwkosten sinds 2009 (BZK, 2013). Een beter bouwproces, waarin de verwachtingen en ervaring van kopers en bouwers beter op elkaar zijn afgestemd, kan leiden tot minder interne kosten aan de zijde van de bouwers, maar biedt bouwers ook de mogelijkheid om in wensen van bouwconsumenten tot in een veel later stadium van het bouwproces te verwezenlijken dan tot nog toe het geval is.

2.3 Herstel, verbouw en/of uitbreiding

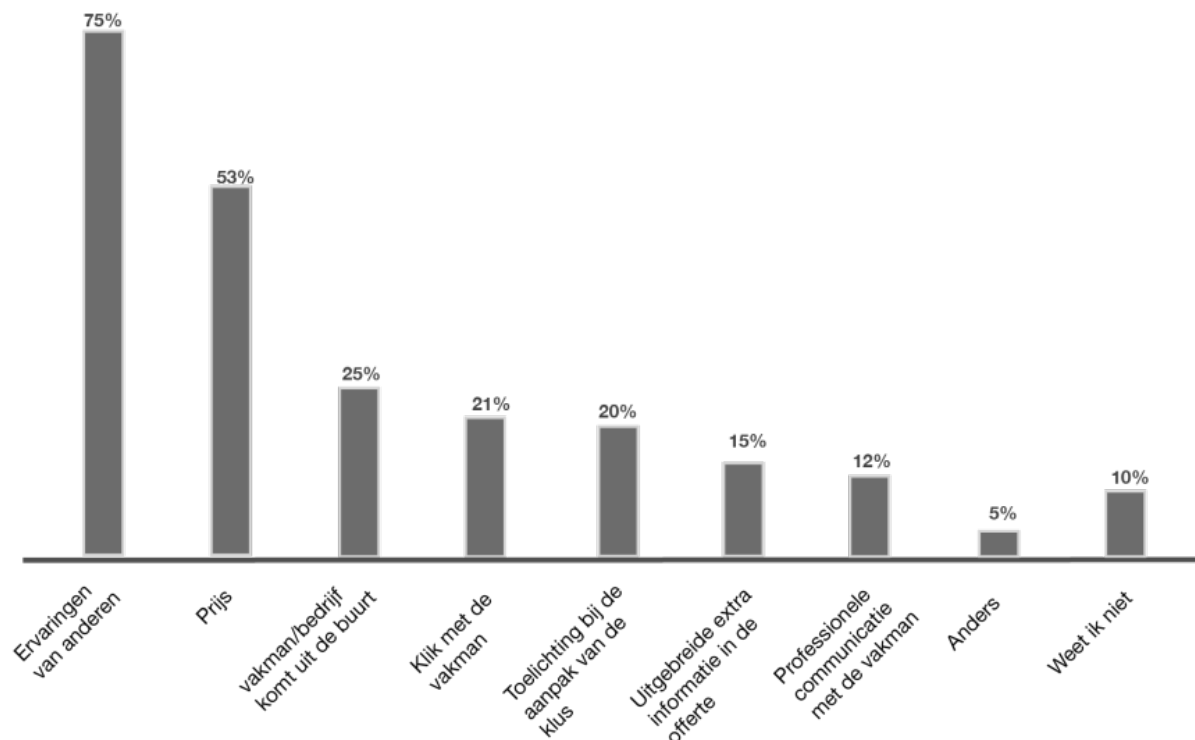
Op het moment dat een bouwconsument vaststelt dat zijn huidige woonsituatie niet meer volstaat, zijn er naast de koop van een nieuwbouwwoning ook andere alternatieven voorhanden, zoals de aankoop van een bestaande woning waarbij een eventuele woningverbetering wordt ingecalculeerd om aan zijn woonwensen te voldoen. Een andere mogelijkheid is dat er geen andere woning wordt gekocht, maar dat besloten wordt tot een verbouwing van de bestaande eigen woning. In deze gevallen worden regelmatig aannemers of gespecialiseerde (onder)aannemers ingehuurd om een uitbouw, dakkapel, andere indeling van de woning en dergelijke ingrepen uit te voeren. Het komt in dit verband ook regelmatig voor dat de bouwconsument diensten inkoopt van een architect en/of een constructeur, bijvoorbeeld om een ontwerp van de verbouwing te laten maken of te realiseren.

Uit onderzoek uit 2005 (Van der Veen & Laudy) onder klanten die hebben gekozen voor een aannemer die deelneemt aan BouwGarant, blijkt dat de meeste verbouwingen (61%) tussen € 10.000,- en € 50.000,- kosten. In 8% van de gevallen ging het om een bedrag van minder dan € 10.000,- en in 26% van de gevallen betrof het een bedrag van meer dan € 50.000. Meer recente bedragen zijn niet gevonden. Het relatieve marktaandeel renovatie en verbouwingen is de afgelopen jaren als gevolg van de crisis gestegen ten koste van nieuwbouw. Waar marktpartijen gemiddeld in 2005 inschatten dat zo'n 44% van de omzet in het nieuwbouwsegment werd behaald, is dit in 2014 34%. Gemiddeld behalen de marktpartijen in 2014 54% van hun omzet in het onderhoud en renovatie (www.bouwinformatie.nl).

2.3.1 Marktwerking in de verbouwmarkt en de rol van benchmarking

Kleinere verbouwingen door particulieren worden veelal door lokale aannemers uitgevoerd. Herhalingsaankopen komen hierbij regelmatig voor dan in de nieuwbouwmarkt. Lokale bekendheid en mond-tot-mond reclame (al dan niet via internet) kunnen een zeer belangrijke rol spelen in de continuering van het bedrijf.

Onderzoek uitgevoerd door MarketResponse (2014), zie Figuur 1 toont aan dat bij het kiezen van een vakman 75% van de consumenten gebruik maakt van ervaringen van andere mensen. 59% van de consumenten leest online referenties. Voor 73% van deze consumentengroep zijn de online referenties mede bepalend voor de keuze van een vakman.



Figuur 1 Welke factoren zijn het meest van invloed op de keuze voor professionele vakman (bron: MarketResponse, 2014).

Een benchmarkingsysteem kan in deze deelmarkt van waarde zijn bij het nog beter informeren van de bouwconsument.

2.4 Onderhoud

Bij onderhoud gaat het om bouwwerkzaamheden die uitsluitend bedoeld zijn om bestaande woningen in stand te houden. Het kan gaan om reparaties, maar ook om preventief (periodiek) onderhoud. De omvang van de werkzaamheden zijn in de regel veel beperkter dan die van nieuwbouw en herstel en verbouw.

Uit onderzoek van MarketResponse (2014) blijkt dat tussen april 2013 en april 2014 ca. 3.8 miljoen Nederlanders een of meerdere klussen hebben uitbesteed. Van de mensen die een klus uitbesteedden, gaf 20 procent van de ondervraagden tussen de 1.000 en 2.000 euro uit aan een klus in of om het huis, 14 procent besteedde tussen de 2.000 en 5.000 euro en 12 procent gaf daar meer dan 5.000 euro aan uit.

2.4.1 Marktwerking in de onderhoudsmarkt en de rol van benchmarking

Verwacht wordt dat voor deze markt dezelfde mechanismen gelden als voor de verbouwmarkt (zie par 2.3.1).

3 Besluitvormingsproces en waardering door consumenten

In dit hoofdstuk worden de elementen in kaart gebracht die in het algemeen voor de consument van belang zijn bij de aankoop van een product en het proces dat een consument doorloopt alvorens een product aan te schaffen.

Voordat een consument overgaat tot het kopen van een product, heeft een consument een proces doorlopen op basis waarvan de consument tot zijn of haar aankoopbeslissing komt. In dit besluitvormingsproces is de mate van betrokkenheid van de consument bij het product van grote invloed op het gedrag dat de consument vertoont. Hoe hoger de betrokkenheid, hoe meer informatie een consument zal verzamelen voordat hij een beslissing neemt. De waargenomen waarde van het te kopen product en de waargenomen en verwachte risico's spelen hierbij een belangrijke rol.

3.1 Betrokkenheid woonconsument

De aankoop van een nieuwbouwwoning of de verbouwing dan wel uitbreiding van een bestaande woning is algemeen te beschouwen als een complexe aanschaf. Omdat het voor de bouwconsument om een complexe, belangrijke en ingrijpende aankoopbeslissing gaat, zoekt deze uitgebreide informatie (Howard & Sheth, 1969). De complexiteit wordt mede bepaald doordat het om een koopbeslissing gaat waar hij doorgaans geen of weinig ervaring mee heeft (Assael, 1984). De meeste mensen kopen maar zelden een huis en laten ook maar weinig een verbouwing of uitbreiding aan hun woning realiseren. Bovendien brengt de beslissing om een nieuwbouwwoning te kopen of een bestaande woning te laten verbouwen in de beleving van de consument aanzienlijke risico's met zich mee (Kotler & Keller, 2009; Valla, 1982). Zodoende heeft de consument een sterke behoefte aan informatie over het product alvorens een afweging en (mogelijke) beslissing tot koop te nemen.

3.2 Besluitvormingsproces

Bij de aankoop of verbouw van een woning doorloopt een bouwconsument de volgende vijf fasen uit het besluitvormingsproces: de behoefteherkenning, informatie zoeken, afweging van de alternatieven, de koopbeslissing en het gedrag na de koop (zie Figuur 2). Bij de laatste twee fasen spelen de volgende zaken een rol: de koopintentie, de houding van anderen, de risicoperceptie en onverwachte situatiefactoren (Kotler & Keller, 2009).



Figuur 2 Besluitvormingsproces bouwconsument (gebaseerd op Kotler & Keller, 2009)

Eerste fase: behoefteherkenning

In deze fase constateert de bouwconsument dat de huidige woonruimte niet meer voldoet. Vaak ontstaat dit bij belangrijke veranderingen in iemands persoonlijke situatie, bijvoorbeeld door

verandering van werk, gezinsvorming, enz. Belangrijk is dat er een discrepantie wordt ervaren tussen de bestaande en de gewenste situatie.

Informatie zoeken

Vervolgens zal de bouwconsument informatie zoeken die verband houdt met zijn behoefte aan een verbetering van zijn woonsituatie. Er kunnen verschillende bronnen worden gebruikt, namelijk: persoonlijke bronnen (advies van familieleden, vrienden), commerciële bronnen (bijvoorbeeld makelaars), openbare bronnen en eventuele ervaring met een eerdere verbouwing of koop van een woning. Anders dan bij simpele, relatief goedkope producten, vergt dit de nodige tijd. De bouwconsument loopt bijvoorbeeld het risico dat de informatie niet voldoende is en de eventuele consequenties van het missen van belangrijke informatie kunnen aanzienlijk zijn.

Afwegen van alternatieven

Nadat de informatie door de consument is verzameld, kunnen de alternatieven worden afgewogen. Dit gebeurt op basis van de productkenmerken (prijs, kwaliteit, grootte, et cetera) in combinatie met het belang dat men hecht aan deze productkenmerken. Ook de reputatie en servicekwaliteit van de bouwer kan hierbij een rol spelen, evenals de functionele kwaliteit die ontstaat bij verbouwing of welke een nieuwbouwwoning met zich meebrengt. In een afwegingsproces bepaalt de bouwconsument zijn of haar houding ten aanzien van bepaalde alternatieven.

Koopbeslissing

De koopbeslissing is de volgende stap in het proces. Deze beslissing wordt beïnvloed door een aantal factoren: de houding of het oordeel van anderen over de keuze voor een bepaalde nieuwbouwwoning of voorgenomen verbouwing, situationele factoren als bijvoorbeeld de lokale woningmarkt en het ingeschat risico dat de aankoop met zich meebrengt. Als men het risico hoog inschat, bestaat de kans dat de bouwconsument geen koopbeslissing neemt en meer informatie zal gaan verzamelen of eerst om (extra) garanties zal vragen, bijvoorbeeld over de betrouwbaarheid van de aannemer, of voorziene aanpassingen in het bestemmingsplan.

Evaluatie

Hoewel de bouwconsument voordat de nieuwbouwwoning of verbouwing wordt opgeleverd een beeld heeft van de woning, kan hij of zij pas bij of na oplevering op dat moment beoordelen in hoeverre de nieuwbouwwoning of de verbouwing van de bestaande woning tegemoet komt aan de eerder gestelde woonwensen. Hier gaat in het algemeen een periode van gebruik van de woning aan vooraf.

In deze rapportage ligt de nadruk op het afwegen van alternatieven, de evaluatie van het opgeleverde product en de geboden service, omdat dit de aspecten zijn die voor de consument zeer belangrijk zijn en waar de bouwer invloed op heeft. In de volgende paragraaf wordt nader in gegaan op de afweging van alternatieven. In de er op volgende hoofdstukken komen de andere aspecten aan bod.

3.3 Afweging van alternatieven

3.3.1 Waardering

Voor (potentiële) eigenaren speelt bij de afweging van alternatieven de waardering van het huis een rol. Daarbij is niet alleen het waargenomen verschil in prijs van belang. Ook de psychologische

beleving van de mogelijke woning is van invloed. Bij de psychologische beleving gaat het niet alleen om de cognitieve waardering, maar ook om de affectieve waardering (Gallarza, Gil-Saura, & Holbrook, 2011). In het verleden is de verhouding tussen prijs en kwaliteit vaak gebruikt om de waardering door de consument te kwantificeren (Cravens, Holland, Lamb Jr, & Moncrief III, 1988; Dodds, 1991; Monroe, 1990). Prijs en kwaliteit hebben daarbij een verschillende invloed op de gepercipieerde waarde; kwaliteit heeft een positieve invloed, prijs een negatieve invloed (Dodds, Monroe, & Grewal, 1991). Algemeen wordt dit nu als een te simplistische benadering gezien (Bolton & Drew, 1991; Gallarza, et al., 2011). De waardering van een product wordt als een meerdimensionaal concept beschouwd. Holbrook (2006) onderscheidt vier hoofdcategorieën: economische waarde, sociale waarde, hedonische waarde en de altruïstische waarde.

Economische waarde

Het gaat bij het begrip economische waarde niet zozeer om de objectief waarneembare prijs of tijd die iets kost, maar meer om de betekenis die aan het bedrag moet worden toegekend. Het gaat als het ware om het offer, dus bijvoorbeeld de woonlasten die opgebracht moet worden als gevolg van de investering in een huis (Gallarza, et al., 2011). De economische waarde heeft betrekking op de situatie waarin de economische waarde van een product of een consumptiebeleving staat voor bijvoorbeeld kostenefficiëntie (km verbruik per liter benzine), of voor bijvoorbeeld excellentie ('een duur product is van hoge kwaliteit') (Holbrook, 2006).

Sociale waarde

Een product krijgt een sociale waarde als de aanschaf een statusverhogende bijdrage heeft in de ogen van de anderen, of koestert omdat het bijdraagt aan iemands gevoel van eigenwaarde. Voorbeelden zijn bijvoorbeeld de aankoop van een woning in een bepaalde wijk, of de dure keuken die iemand in zijn woning laat plaatsen.

Hedonische waarde

Een product heeft een hedonische waarde als degene die het aanschaf, er plezier aan beleeft. Het is zijn ogen een leuk product, of het product heeft in de ogen van de consument een esthetische waarde. Met andere woorden, een huis moet ook een zekere esthetische waarde hebben, of een verbouwing moet ook tot een fraaiër huis leiden.

Altruïstische waarde

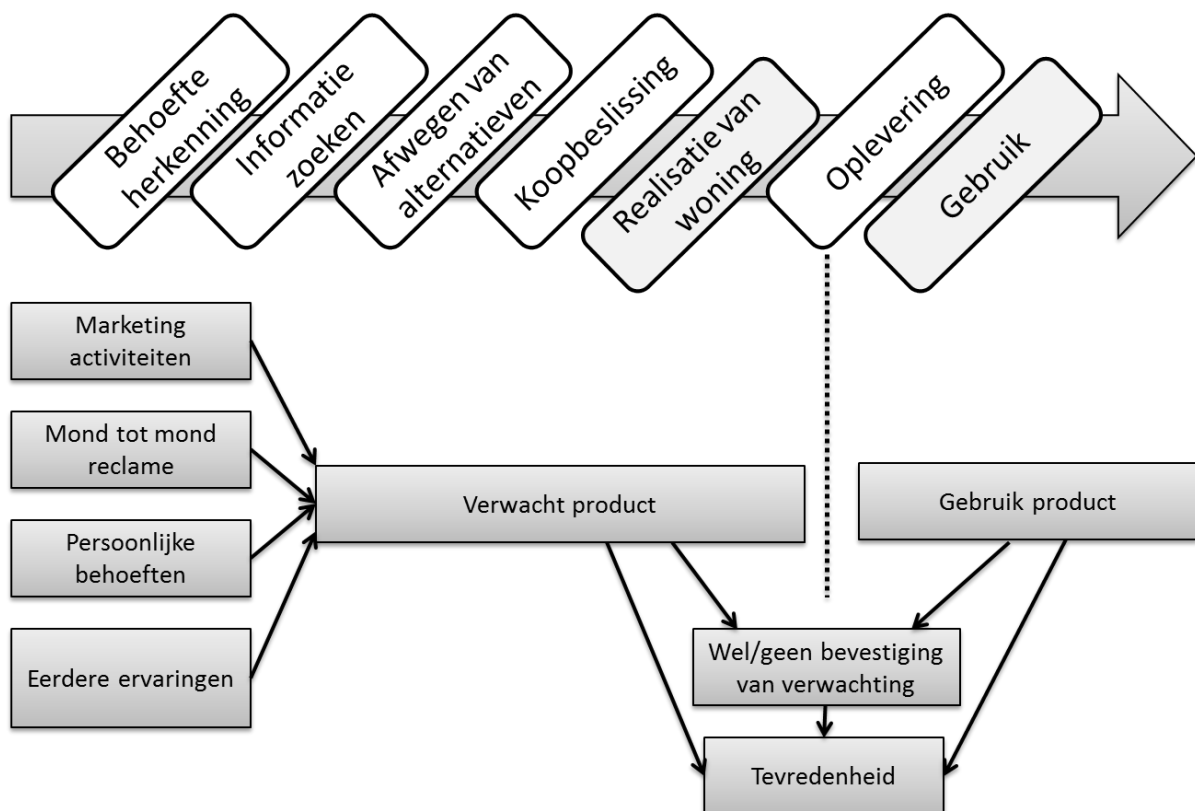
Een product kan ook een zekere zorg met zich meebrengen over hoe iemands aankoopgedrag het milieu of anderen beïnvloedt. Voorbeelden zijn het duurzame karakter van een woning, het gebruik van FSC hout, of de werkomstandigheden in fabrieken waar producten worden gemaakt (Holbrook, 2006).

3.3.2 Relatie waardering met andere marketingconcepten

Het concept waardering is nauw verbonden met andere belangrijke marketingconcepten zoals prijsbeleving, klanttevredenheid en servicekwaliteit. Prijsbeleving wordt doorgaans onderzocht door de (latere) transactiewaarde af te zetten tegen de acquisitiewaarde van een huis. Hoewel het de economische waarde van een huis weerspiegelt, geeft de prijsbeleving ook zicht op de toegevoegde waarde van de sociale, hedonische en altruïstische waarde samen. Klanttevredenheid kan gemakkelijk worden verward met de waardering van de consument. Waardering voor het product ontstaat tijdens de vele verschillende stadia van het aankoopproces (Woodruff, 1997). De mate van tevredenheid met het product ontstaat daar en tegen pas nadat het product is gekocht en gebruikt

(Hunt, 1977; Oliver, 1981). Een consument kan een huis of een verbouwing dus wel waarderen, maar kan er pas tevreden over zijn nadat het is gerealiseerd (zie Figuur 3). Algemeen leidt de waargenomen kwaliteit van een product in combinatie met de prijsbeleving tot waardering voor een product. De waardering leidt dan weer tot klanttevredenheid. Klanttevredenheid hangt echter niet alleen af van de waardering voor een product, maar wordt ook bepaald door de kwaliteit van de serviceverlening (Gallarza, et al., 2011). De servicekwaliteit is dus van invloed op de bereidheid van klanten om een volgende keer weer naar dezelfde bouwer terug te keren of om de betreffende bouwer aan te bevelen bij anderen.

In dit hele proces spelen ook de verwachtingen van de bouwconsument een rol. Een koper betreft in zijn oordeel ook of een bouwer voldoet aan zijn verwachtingen (Jiang, Klein, & Saunders, 2012). Als een koper weet dat er van een bouwer weinig keuzevrijheid is te verwachten, dan kan hij aangeven tevreden te zijn met de bouwer omdat hij geen hoge verwachtingen had en daarin is bevestigd (zie Figuur 3).



Figuur 3 Ontstaan van tevredenheid met de verbouwing of de nieuwbouwwoning (product) in relatie tot het bouwproces

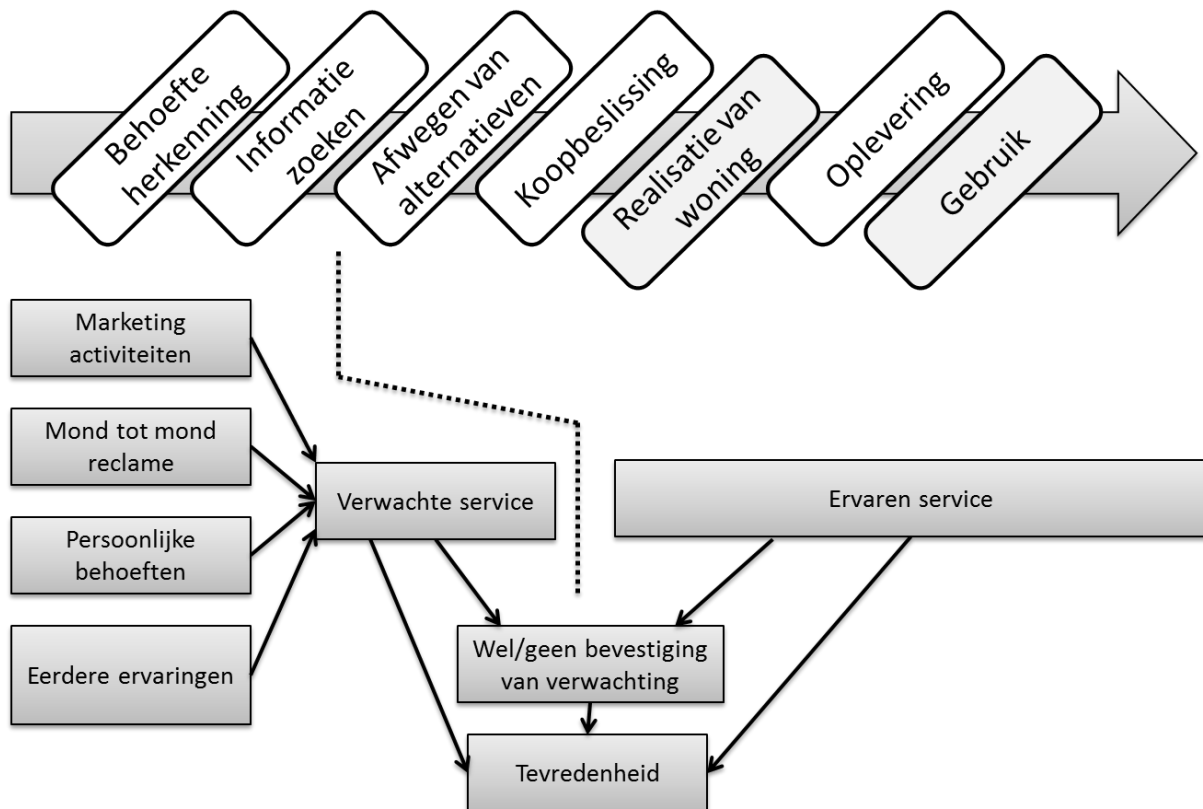
3.4 Belang van het besluitvormingsproces in benchmarking

Om tot een volledig oordeel te kunnen komen over wat als 'best' of 'good' practices kan worden beschouwd, is het van belang om naast de waardering en de tevredenheid over het doorlopen bouwproces ook de verwachtingen van de bouwconsument in kaart te brengen.

Bij de ontwikkeling van een benchmarkinstrument is het daarnaast belangrijk rekening te houden met het moment waarop informatie wordt verzameld. De in Figuur 3 beschreven situatie heeft

betrekking op de verwachtingen en tevredenheid bij oplevering. Dit komt overeen met de in hoofdstuk 7 beschreven metingen van tevredenheid door bijvoorbeeld bouwprestaties.nl en bouwgarant voor nieuwbouw en verbouw, en werkspot.nl voor verbouwingen. Hoewel bij al deze instrumenten de focus ligt op servicekwaliteit, wordt er ook gevraagd naar tevredenheid met de productkwaliteit. Zowel de gegevens van bouwprestaties.nl als die van bouwgarant worden verzameld na oplevering.

Vlak na oplevering heeft de bouwconsument wel enige ervaring met het opgeleverde product, maar zowel voor nieuwbouw als voor verbouw geldt dat een bouwconsument maar beperkte ervaring heeft opgedaan met het product. Voor een verbouwing van een bestaande woning zal die ervaring doorgaans groter zijn dan in geval van een nieuwbouwwoning. Echter ook bij verbouw van een bestaande woning kan zich de situatie voordoen dat men tijdelijk elders is gehuisvest. Voor een nieuwbouwwoning zal de datum van oplevering niet gelijk zijn aan de datum waarop de woning feitelijk in gebruik wordt genomen. Of de bouwconsument al daadwerkelijk ervaring heeft met het opgeleverde product is daarom een factor die mee moet worden genomen in de benchmarking, zowel voor de benchmarking van verbouw als nieuwbouw.



Figuur 4 Ontwikkeling van tevredenheid over de serviceverlening gedurende het bouwproces; tijdens, na oplevering

Een bouwconsument betreft in zijn oordeel ook of een bouwer voldoet aan zijn verwachtingen (Jiang, Klein, Saunders, 2012). Die verwachtingen ontwikkelt een bouwconsument zeker in de eerste fases van het bouwproces, aan de hand van de verzamelde informatie. Daarnaast doet een bouwconsument al ervaring op met serviceverlening door de bouwer vóór de uiteindelijke oplevering (zie Figuur 4). Door de duur en inrichting van het bouwproces, zullen er niet alleen verwachtingen worden geformeerd, maar ook worden bijgesteld gaande het bouwproces. Als gevolg daarvan zal ook de tevredenheid over de geleverde service- en bouwkwiteit kunnen veranderen. Door alleen na

oplevering de tevredenheid van de bouwconsument met de geboden service te onderzoeken, wordt niet alleen een soms groot beroep gedaan op het geheugen van de bouwconsument, maar ontstaat ook het probleem dat latere ervaringen en omstandigheden de tevredenheid achteraf anders kleuren. Daarmee is niet gezegd dat een negatieve ervaring altijd tot een lagere tevredenheid leidt. Hoewel niet specifiek onderzocht voor de relatie tussen bouwers en bouwconsumenten, laat onderzoek zien dat in een lang lopende relatie tussen producent en consument de invloed van een negatieve ervaring niet noodzakelijkerwijs tot een sterke mate van ontevredenheid over de geboden service leidt. Dit hangt bijvoorbeeld ook af van de vraag of er sprake is van eerdere positieve ervaringen. Ook speelt mee in hoeverre een consument de problemen de producent aanrekent. Het gaat hier niet alleen om vertraging door weersomstandigheden, maar het kan ook gaan om een negatieve ervaring met een werknemer.

Een en ander betekent dat er voor de totstandkoming van een deugdelijk benchmarkinstrument nog een aantal problemen zijn te adresseren. Er is geen wetenschappelijk onderzoek gevonden waarin de invloed van bijvoorbeeld bouwprocesindicatoren als de duur van de bouwperiode en de lengte van de gebruiksperiode is afgezet tegen de verwachtingen, waardering en tevredenheid van bouwconsumenten (zowel nieuwbouw als verbouw) over de serviceverlening en de bouwkwaliteit.

4 Waardering woning door bouwconsument

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op hetgeen bouwconsumenten wensen en waarderen aan een woning en het proces waarmee dat tot stand wordt gebracht.

In paragraaf 1 en 2 is de waardering voor de kwaliteit van een woning beschreven. In deze twee paragrafen komen aspecten van de kwaliteit van een woning naar voren die van belang worden geacht voor integrale benchmarking. Hier zijn twee redenen voor aan te dragen. De eerste reden is dat er woningkenmerken zijn waar een bouwer soms wel en soms geen invloed op heeft. Een voorbeeld is de aanwezigheid van water in de buurt van een woning. Bij bestaande bouw is de aanwezigheid van water een gegeven waar de bouwer geen invloed op heeft, maar bij een nieuwbouwproject van bijvoorbeeld 40 woningen kan de bouwer vaak invloed uitoefenen op dit aspect. Deze invloed wordt vaak gedeeld met andere partijen die een rol spelen in het project zoals de gemeente waarin het plan wordt ontwikkeld. De tweede reden is dat integrale benchmarking een sturingsinstrument is. Om de effectiviteit van integrale benchmarking te kunnen beoordelen, is inzicht nodig in het relatieve belang van de individuele benchmarkcriteria. Paragraaf 3 gaat in op het belang van bouwtechnische aspecten op de waardering van de woning. Paragraaf 4 gaat vervolgens in op de invloed die een consument heeft op het bouwproces/-product en de waardering die hieruit voortkomt.

4.1 Algemene waardering kwaliteit woning – uitkomsten internationaal onderzoek

Een van de eerste beslissingen die iemand met verhuisplannen moet nemen, is de beslissing om te kopen of te huren. Onder invloed van de crisis is door wanbetalingen en gedwongen huizenverkoop het aandeel koop de afgelopen jaren gedaald (Drew & Herbert, 2013). De vraag is of mensen het eigenwoningbezit als een groter risico zijn gaan beoordelen onder invloed van deze ervaringen. Uit onderzoek op basis van de gegevens van de National Housing Survey in de VS (Drew & Herbert, 2013) blijkt dat het eigenwoningbezit een onverminderde aantrekkingskracht op mensen blijft houden. De voorkeur voor eigenwoningbezit blijkt voornamelijk bepaald door persoonlijke kenmerken. De eisen die men stelt aan een woning worden gedreven door huishoudkarakteristieken als het aantal personen in een huishouden en de aanwezigheid van kinderen. Maar de beslissing om te kopen of te huren is meer dan een economische afweging van kosten en baten. Eigenwoningbezit brengt in de beleving van mensen vaak ook een hogere sociale status met zich mee en zodoende spelen iemands persoonlijke waarden en normen ook een rol bij de keuze voor huren of kopen (Coolen, Boelhouwer, & van Driel, 2002). Bij de keuze voor eigenwoningbezit speelt ook het geprefereerde woningtype mee. Veel woningkenmerken die van belang zijn bij de keuze tussen koop en huur, zoals grootte van de woning, hoeveelheid buitenruimte en privacy, zijn vooral ook kenmerken van eengezinswoningen. Andersen (2011) vond ook dat in Nederland er een sterke samenhang is tussen de voorkeur voor eigenwoningbezit en de voorkeur voor een eengezinswoning. Tegelijkertijd is het zo dat de koop- en huurmarkt enigszins gesegregeerd is. De meeste eengezinswoningen worden niet als particuliere huur maar als koopwoning aangeboden (Drew & Herbert, 2013). Voor eengezinswoningen in de sociale huur sector zullen potentiële kopers niet in aanmerking komen.

Als de beslissing tot koop of huur genomen is, gaan voor een koper ook andere woningkenmerken een rol spelen. Onderzoek onder Australische starters op de kopersmarkt (Reed & Mills, 2007) laat zien dat financiële aspecten weliswaar een belangrijke rol spelen, maar dat het moment van aanschaf en de uiteindelijke keuze in veel sterkere mate bepaald wordt door de levensloopfase waarin ze

verkeerden en door wijk of buurtkenmerken, woningtypen en locatie-specifieke kenmerken. Bij financiële aspecten moet niet alleen gedacht worden aan de prijs van de woning maar ook aan het huishoudinkomen, de hoogte van de hypotheekrente, inflatiecijfer, financieringsmogelijkheden, enz. Onder factoren die de levensloop beïnvloeden, gaat het bijvoorbeeld om verandering van werklocatie, samenwonen/trouwen en gezinsuitbreiding (Drew & Herbert, 2013; Reed & Mills, 2007). Tot wijk- en buurtkenmerken worden niet alleen de nabijheid van de stad en de nabijheid van openbaar vervoer, uitvalswegen gerekend, maar ook de afstand tot de werklocatie, de range aan beschikbare woonstijlen en of het een goede buurt is om in te investeren. Er zijn overigens aanwijzingen dat niet alle wijk- en buurtkenmerken even zwaar wegen. De mate waarin de wijk- of buurt recreatieve mogelijkheden heeft, lijkt minder gewicht in de schaal te leggen dan andere wijk- en buurtfactoren (Torres, Greene, & Ortúzar, 2013). Het woningtype speelt mee met dien verstande dat het bij de aangeboden woningtypes alleen gaat om woningtypes op een specifieke locatie. Daarnaast spelen spelen 'micro' locatie-specifieke aspecten een rol als de nabijheid van scholen, winkels en parken (Reed & Mills, 2007).

4.2 Algemene waardering kwaliteit van een woning in Nederland

De algemene waardering van de kwaliteit van de Nederlandse koopwoningen is specifiek voor Nederland onderzocht door het Ruimtelijk Planbureau (Visser & Van Dam, 2006). De Nederlandse woningvoorraad op het platteland verschilt in belangrijke mate met die in de stad. Anders dan in de stad bestaat op het platteland een aanzienlijk groter deel van de grondgebonden woningen uit vrijstaande woningen. In de steden zijn er juist meer appartementen, en dan met name meer portiekwoningen te vinden dan op het platteland. De kavelgrootte van vrijstaande woningen is in de stad kleiner dan op het platteland. Tegelijkertijd is een groter deel van de stedelijke kavel bebouwd zodat de buitenruimte in de stad beperkter is dan op het platteland. Wel staan in landelijk gebied meer duurdere typen (vrijstaande) woningen. Voor grondgebonden koopwoningen geldt dat de gemiddelde prijzen per vierkante meter niet alleen afhankelijk zijn van het woningtype maar ook van de ligging in landelijk gebied of stad. Voor appartementen bleek de ligging in stad of op platteland geen invloed te hebben op prijsverschillen naar woningtype. Fysieke woningkenmerken bleken zowel in de stad als op het platteland in vergelijkbare mate van invloed op de prijs van grondgebonden koopwoningen (ongeveer 25%). Voor appartementen in de stad geldt dat de fysieke woningkenmerken een vergelijkbare grote rol spelen, maar dezelfde kenmerken zijn voor kopers van appartementen in veel mindere mate van belang (10%). De belangrijkste fysieke woningkenmerken zijn meer volume en meer buitenruimte. Andere aspecten die een meerwaarde geven, zijn de aanwezigheid van een garage en bouwjaar (grondgebonden woningen van voor 1901 worden hoger gewaardeerd dan woningen uit de periode 1971-1990, appartementen voor 1905 of na 1991 worden hoger gewaardeerd dan appartementen uit de tussenliggende periode). Binnen een straal van 50 meter van de woning blijkt de meerwaarde van de combinatie van fysieke woning- en omgevingskenmerken toe te nemen tot ongeveer 44% in stedelijk gebied en tot 54% in landelijk gebied. Vooral de ligging in een bosrijke omgeving leidt tot een meerwaarde van het huis. Ook water, en dan vooral "gewoon water" als slootjes geeft een meerwaarde. Deels gaat het bij dit soort meerwaarde om woningkenmerken die appelleren aan de hedonische waarde van een huis (mensen vinden jaren 30 woningen of groen mooier), deels kan het bouwjaar ook staan voor de bouwkwaliteit die bijvoorbeeld in de vroeg naoorlogse periode slechter was. Sociaaleconomische omgevingskenmerken hebben een beperkte invloed op de waarde van koopwoningen. Een lage sociale status en het aandeel van niet-westerse allochtonen in de buurt leiden tot een lagere prijs per

vierkante meter, ook wanneer gecorrigeerd wordt voor eerder genoemde woningkenmerken. Voor appartementen is dit prijseffect sterker dan voor grondgebonden woningen. Functionele woningkenmerken hebben juist een zeer grote invloed op de prijs van woningen, en blijken het verschil tussen landelijk en stedelijk gebied voor een belangrijk deel te verklaren. Vooral de bereikbaarheid van werkgelegenheid (binnen 45 minuten over de weg) is belangrijk. Woonlocaties op korte afstand van belangrijke werklocaties zijn schaars, gewild en daardoor duurder. Voor stedelijk gebied geldt bovendien dat hoe verder de afstand tot het stadscentrum of een openbaarvervoersvoorziening, hoe lager de prijs. Aan de andere kant geldt ook hoe groter de afstand tot de snelweg, supermarkt of school hoe hoger de prijs. Dit zijn voorzieningen die in Nederland voor vrijwel iedereen goed bereikbaar zijn. Te dicht bij een supermarkt of school wonen geeft blijkbaar weer overlast. Voor grondgebonden woningen is dit prijseffect wel sterker in de stad dan op het platteland, terwijl dit effect bij appartementen juist groter is op het platteland dan in de stad.

4.3 Invloed van bouwtechnische aspecten op waardering woning

Uit het bovengenoemde onderzoek van het ruimtelijk planbureau komt naar voren dat het bouwjaar van invloed is op de prijs van een woning. Voor dit onderzoek was geen informatie beschikbaar over de onderhoudstoestand van de woning, of over de energie-efficiëntie van de woning. Een mogelijke verklaring voor het feit dat bouwjaar van invloed is op de waarde van de woning kan enerzijds gelegen zijn in de bouwstijl of het karakter van woning van voor 1901 (grondgebonden) of 1905 (appartementen). Anderzijds speelt het negatieve prijseffect van woningen volgens het ruimtelijk planbureau de inferieure bouwkwaliteit van woningen tot 1990 ook een rol (Visser & Van Dam, 2006). Uit buitenlands onderzoek (Daily, Dalton, & Rajagopalan, 2003) blijkt dat naast de locatie en de nabijheid van voorzieningen, de degelijkheid van de woningen en de onderhoudskosten van de woning een rol spelen bij de aankoop van een woning. Bovendien blijkt uit buitenlands onderzoek (Reed & Mills, 2007) dat ook de reputatie van de bouwer een tamelijk belangrijke factor in de besluitvorming is. Dit is vooral van toepassing op zelfbouw. Voor projectmatige nieuwbouw zoals dit in Nederland gangbaar is, is de situatie volgens onderzoek van Vereniging Eigen Huis (Van Delft & Caarels, 2012) zo dat 78% van de kopers van nieuwbouwwoningen geen keuze heeft.

4.4 Invloed van keuzevrijheid op waardering nieuwbouwwoning

In de projectmatige bouw zijn verschillende concepten bedacht om de bouwconsument meer keuzevrijheid te geven. Het concept 'consumentengericht bouwen' wordt voornamelijk toegepast als vorm van collectief particulier opdrachtgeverschap of als cocreatie. Er zijn een beperkt aantal partijen uit de bouwkolom die een dergelijk concept aanbieden. Zowel het WOONlab (ERA Contour, Hazenberg Bouw, Koopmans Bouwgroep) als het Wooniversum (VolkerWessels) zijn voorbeelden van projectmatige bouwprojecten waarin de koper door middel van een virtuele wereld binnen randvoorwaarden zijn 'ideale huis' laat samenstellen. Daarmee komen deze bouwpartijen tegemoet aan de problemen die kopers in traditionele projectbouw hebben met het 'lezen' van de brochures. Hierdoor is de kans groot dat bij oplevering van het huis de kamers er toch heel anders uitzien dan men zich bij lezing had voorgesteld (van Battum & Andeweg, 2000).

Voor de aangeboden concepten van consumentengericht bouwen geldt dat kopers van consumentengerichte bouwprojecten in een veel later stadium van het bouwproces de kans krijgen om zijn keuze vast te leggen dan in 'traditionele' bouwprojecten het geval is (Piso, 2011). Uit dit onderzoek bleek echter ook dat door de informatie vooraf de indruk werd gewekt dat er meer mogelijk was dan in de praktijk. Dit lijkt deels samen te hangen met het aantal mogelijkheden dat er

overblijft nadat de indeling van de begane grond was vastgelegd. Aan de andere kant lijkt hier ook een informatie- en communicatieprobleem te bestaan. Uit het onderzoek van Piso (2011) bleek namelijk dat kopers hun woonwensen moeilijk kunnen vertalen in een plattegrond. Ook bleek dat naast de aangeboden plattegrond er nog extra mogelijkheden op een cd-rom stonden die kopers pas tegenkwamen toen hun keuze al vastlagen. Tegelijkertijd geven kopers aan dat ook het aantal mogelijkheden het kiezen moeilijk maakt.

Kopers van consumentengerichte bouwprojecten hebben niet alleen klachten over het beperkte aantal mogelijke plattegronden en de beperkte informatie en communicatie daarom heen. Ze blijken daarnaast vooral klachten te hebben over het aantal mogelijkheden dat ze hebben om hun gevel een eigen identiteit te geven. Daarnaast vinden kopers dat ze weinig tot vrijwel geen ruimte krijgen om de materialen voor de woning te kiezen (Piso, 2011). Men was tevreden over de mogelijkheden om zelf het volume van de woning te bepalen, maar men bleek het vergroten van het volume erg duur te vinden. Dit laatste geldt ook voor de prijs van bepaalde andere opties voor meer/minderwerk. Uit ditzelfde onderzoek komt ook naar voren dat kopers vinden dat de standaardinrichting niet aan hun verwachtingen voldoet. De verwachting is bijvoorbeeld dat bij een koopsom van €600.000 de keuken voorzien is van een kookeiland en niet van een standaard L-opstelling. Daarbij hebben kopers moeite met de manier waarop de kosten voor meer/minderwerk tot stand komen. Vergelijkbare klachten over meer/minderwerk zijn ook gevonden in ander onderzoek naar klanttevredenheid onder kopers van nieuwbouwwoningen via de VEH (Marlyse-Research, 2011). Voor minderwerk wordt in de regel een vergoeding gerekend die voor het gevoel van de kopers niet in verhouding staat tot de werkelijke waarde van hetgeen weg wordt gelaten. Daarnaast worden voor meerwerk prijzen gerekend die voor het gevoel van de koper ver boven de werkelijke kostprijs liggen. Uit onderzoek van VEH (Marlyse-Research, 2011) blijkt dat maar 23% van de kopers van een nieuwbouwwoning de prijs van het meerwerk als laag of redelijk ziet. Zo'n 40% vindt het meerwerk te duur en 37% zelfs veel te duur. Het is de ervaring van de onderzoekers dat de aanbiedende partijen in eerste instantie een zo goedkoop mogelijke woning willen aanbieden door deze in kwalitatief opzicht uit te kleden. Dit wordt gedaan om bij potentiële kopers in het oog te springen. Vervolgens worden via het meerwerk extra marges gegenereerd. Op keukens en badkamers die worden aangeboden via de projectshowroom, worden regelmatig marges van 10 tot 15% voor de bouwer gerekend, zo is de ervaring van de onderzoekers.

Uit onderzoek van VEH (Van Delft & Caarels, 2012) blijkt dat in Nederland 45% van de kopers van nieuwbouwwoningen na oplevering plattegrondaanpassingen (laat) uitvoeren. Vrijwel alle kopers (99%) van een nieuwbouwwoning laat één of meer meerwerk optie uitvoeren. De meest uitgevoerde meerwerkopties en aanpassing na oplevering betreft de keuze voor een luxere badkamer (voor oplevering 57%, na oplevering 39%), en de keuken (voor oplevering 28%, na oplevering 54%). Naarmate de prijs van de woning stijgt, wordt er vaker gekozen voor een luxere afwerking of vloerverwarming. Vloerverwarming wordt daarnaast ook nog door 11% van de kopers na oplevering gerealiseerd. Het komt geregeld voor dat kopers van nieuwbouwwoningen na oplevering de verbouwmarkt opgaan om hun woonwensen gerealiseerd te krijgen. Voor de crisis bestond meer dan de helft van de verbouwmarkt uit particuliere opdrachtgevers van nieuwbouwwoningen (Van der Veen & Laudy, 2005).

4.5 Belang van waardering woning in benchmarking

Samenvattend zijn er een aantal woningkenmerken die voor een bouwconsument een rol spelen bij de waardering van de bouwprestatie. Voor een deel betreffen dat woningkenmerken waarop een bouwer niet altijd rechtstreeks invloed heeft, zoals locatiekenmerken als de nabijheid van voorzieningen. Op andere woningkenmerken kan de bouwer soms wel degelijk invloed uitoefenen al is de bouwer daarin dan niet de enige partij, zoals bijvoorbeeld de aanwezigheid van water, speelvoorzieningen. Echter, de aanwezigheid van water of groenvoorzieningen gaat ten koste van bouwvolumes. Het kan dus voorkomen dat er minder groen wordt gerealiseerd om de opbrengsten te verhogen.

Naar eigen zeggen nemen ontwikkelende bouwers jaarlijks 60% van de totale productie van nieuwbouwwoningen voor hun rekening (cijfers 2005, PropertyNL). Als de bouwer ook de ontwikkelaar is van de woningen, heeft de bouwer ook invloed op andere woningkenmerken als bijvoorbeeld woningtype of onderhoudskosten.. Dit geldt ook de mate waarin er sprake is van een werkelijke keuzevrijheid voor de consument. Wanneer keuzevrijheid voor de consument bestaat uit een systeem van meer/minderwerk dan wordt de consument gedwongen om een keuze te maken uit een beperkt aantal opties hetgeen bij projectmatige bouw geen ongebruikelijke strategie is. Het is echter de keuze van de bouwer (al dan niet in overleg met de ontwikkelaar) of hij deze keuzevrijheid wil aanbieden tegen een vraagprijs die (ver) boven de werkelijke kostprijs ligt. Daarnaast speelt de communicatie over het meerwerk een belangrijke rol in de verwachtingen en uiteindelijke tevredenheid van de koper hierover.

Het bovenstaande geldt voor nieuwbouw, waarmee niet gezegd is dat een deel van deze woningkenmerken ook niet voor (projectmatige) verbouw gelden. Ook voor de verbouw geldt bijvoorbeeld dat de bouwer invloed kan uitoefenen op de onderhoudskosten. Bij projectmatige renovatie kan de keuzevrijheid van de bouwconsument zijn ingeperkt door middel van meer/minderwerkopties. Bij niet projectmatige verbouw zal de keuzevrijheid van de bouwconsument maximaal zijn.

Bij het opzetten van een benchmarkinstrument is het daarom van belang dat er voor de verschillende deelmarkten aparte benchmarkcriteria worden opgesteld om de waardering van relevante woningkenmerken te onderzoeken. Uit het voorafgaande blijkt dat er wel onderzoek is gedaan naar de invloed van woningkenmerken op de waardering van de woning. Er is echter geen onderzoek gevonden waarin zowel naar de invloed van woningkenmerken op de waardering van en de tevredenheid met de woning wordt gekeken. Dergelijk onderzoek is nodig om nader vast te kunnen stellen welke woningkenmerken de hoogste relevantie hebben voor benchmarking. Daarnaast is het van belang de positie van de bouwer in ogenschouw te nemen. Met name bij nieuwbouw speelt dit aspect. Als de bouwer is ingekocht door een ontwikkelaar, dan zal de invloed van de bouwer beperkt zijn. Is de bouwer ook de ontwikkelaar, dan kan de bouwer zeer veel invloed uitoefenen.

5 **Bouwtechnische kwaliteit**

Bij de bouwtechnische kwaliteit van een woning valt onderscheid te maken tussen de technische en functionele kwaliteit. Technische kwaliteit is te omschrijven als het streven naar een degelijke en duurzame woning (De Vreeze, 1993). Functionele kwaliteit is het streven naar comfort en bruikbaarheid, nu en in de toekomst (De Vreeze, 1993).

5.1 **Technische kwaliteit**

De technische eisen waaraan een woning moet voldoen, zijn vaak ontleend aan wettelijke eisen zoals die staan beschreven in het bouwbesluit en daaraan gerelateerde documenten. Te denken valt aan de energiestaatcoëfficiënt (EPC), geluidsnormen, CO₂-gehalte en constructieve eisen. In het bestek op basis waarvan een woning wordt gebouwd, kunnen eisen zijn opgenomen die verder gaan dan de wettelijke vereisten. Garantieverlenende instanties als het SWK en in het verleden het Garantie Instituut Woningbouw (GIW) stellen aanvullende eisen die van technische aard zijn. Een voorbeeld hiervan is de GIW/ISSO publicatie 2007 met betrekking tot gebouwinstallaties. Er worden in deze publicatie eisen gesteld die een hoger technische kwaliteit vergen dan het bouwbesluit. Tot slot kan het voorkomen dat de woning aan bepaalde technische eisen dient te voldoen om in aanmerking te komen voor een bepaald certificaat. Een voorbeeld hiervan is het Passiefhuis-certificaat dat hogere eisen stelt aan de duurzaamheid dan standaard.

In Nederland zijn er verschillende instanties die de technische kwaliteit beoordelen. Vereniging Eigen Huis heeft bijvoorbeeld de opleverkeuringen waarbij visuele gebreken bij nieuwbouwwoningen in beeld worden gebracht. Garantieverlenende instanties keuren in eerste instantie niet de geleverde kwaliteit bij oplevering, maar bij geschillen tussen de aannemer en de consument kan er wel een keuring plaatsvinden.

5.1.1 **Duurzaamheid**

Duurzaamheid is een relatief breed begrip dat gaat over:

- het besparen dan wel hergebruik van energie, (schaarse) materialen en water;
- een gezond binnenmilieu, weinig hinder van licht en geluid;
- een lage CO₂ uitstoot.

In Nederland zijn er meerdere keurmerken en certificaten ontwikkeld om de duurzaamheid van woningen aantoonbaar te maken. Voorbeelden hiervan zijn het Energielabel woningbouw, DUBOkeur woning, BREEAM en Passief Huis (www.curnet.nl). Voordat men een keurmerk of een certificaat ontvangt, dient men te voldoen aan de voorwaarden zoals die door het keurmerk of de certificerende instelling worden geëist. Bij een Passief Huis worden er bijvoorbeeld zeer hoge eisen gesteld aan de kierdichting van een woning. Bij veel van deze keurmerken worden niet alleen elementen van duurzaamheid gemeten, maar ook elementen van functionele kwaliteit.

5.2 **Functionele kwaliteit**

Functionele kwaliteit gaat over de bruikbaarheid en het comfort van een woning. Elementen van functionaliteit zijn onder meer de toegankelijkheid van een woning, de flexibiliteit/aanpasbaarheid en het gebruik. Comfort kan worden vertaald naar een behaaglijk en gezond binnenmilieu, maar ook naar de veiligheid die de woning biedt.

In Nederland zijn er, naast de eerder genoemde duurzaamheidskeurmerken, keurmerken met speciale aandacht voor de functionaliteit en veiligheid van een woning. Voorbeelden hiervan zijn het Politiekeurmerk Veilig Wonen en Woonkeur.

5.3 Hoe is het met de technische en functionele kwaliteit gesteld?

Onderzoek uit de UK laat zien dat kopers zich niet bezig houden met de (technische) constructieve aspecten van de nieuwbouwwoning, omdat men veronderstelt dat deze gegarandeerd zijn (Auchterlounie, 2009).

De technische kwaliteit is echter niet zo gegarandeerd als men zou verwachten. In 2005 meldt Vereniging Eigen Huis bijvoorbeeld dat op basis van visuele inspecties op Vinex-Locaties gemiddeld 17,5 gebreken per woning worden aangetroffen, waarbij er ook woningen zijn met 71 gebreken. De problemen met de flat aan het Bos en Lommerplein in Amsterdam en de afbrekende balkons in Maastricht zijn voorbeelden waaruit blijkt dat het met de constructieve veiligheid niet altijd goed gesteld is (Visscher, 2008). Uit de inventarisaties van de commissie Leren van instortingen blijkt dat dit geen incidenten zijn (Priemus & Ale, 2010). In een onderzoek van de VROM Inspectie worden acute gezondheidsrisico's, vermindering van het wooncomfort en een ondermaatse energieprestaties geconstateerd (Kuindersma & Ruiter, 2007). Deze ondermaatse energieprestaties worden ook geconstateerd in onderzoek ten behoeve van Bouwtransparant metingen waarbij ook verborgen gebreken onderzocht worden (BouwTransparant, 2012). Bij 30% van de door BouwTransparant geteste woningen werd een afwijking van de EPC van 3% of meer vastgesteld. De afwijking was in veel gevallen het gevolg van installatiegeluid, disbalans bij de warmte-terug-win installatie (WTW installatie), kierdichting en te lage luchtdebieten bij de ventielen. Verder werden regelmatig slechtere U-waarden en Rc-waarden geconstateerd. Visscher (2008) stelt dat veel van dit soort fouten zijn te wijten aan onzorgvuldigheden in het bouwproces en een gebrekkige kwaliteitszorg in de gehele keten.

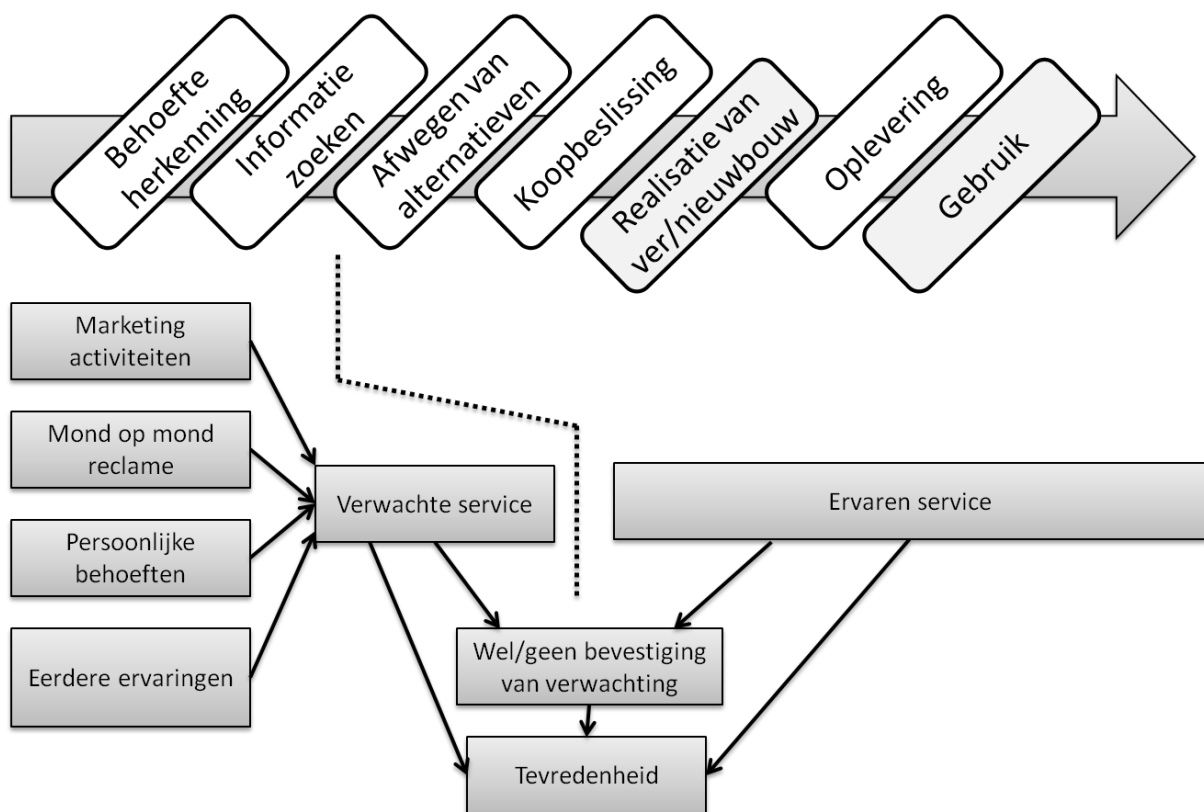
5.4 Belang van bouwtechnische kwaliteit in benchmarking

Voor de bouwconsument is de bouwtechnische kwaliteit geen belangrijk aandachtspunt in de besluitvorming rond nieuwbouw of verbouw van een woning, omdat deze veronderstelt dat er aan minimum eisen is voldaan. Uit het voorafgaande blijkt echter dat er in het bouwproces teveel fouten worden gemaakt.

Als gevolg hiervan wordt in een groot aantal gevallen waardoor in een de vooraf gestelde bouwtechnische kwaliteit niet gehaald. Het gaat hierbij om zowel zichtbare als verborgen gebreken. Een deel van deze gebreken zijn weliswaar niet strijdig met de minimale eisen zoals die staan beschreven in het bouwbesluit, maar betreffen afwijkingen van hetgeen in een koopovereenkomst ten aanzien van nieuwbouw of verbouw is opgenomen.

6 Servicekwaliteit

Servicekwaliteit gaat over 'hoe' het resultaat aan de consument wordt geleverd en 'hoe' er mee om wordt gegaan als het resultaat niet aan de afgesproken kwaliteit voldoet. Het gaat hierbij om de toegankelijkheid van de persoon die het product levert; hoe de service is uitgevoerd (Gronroos, 1990). De tevredenheid met de servicekwaliteit is een evaluatie van de consument van zijn aanvankelijke verwachtingen en zijn uiteindelijke ervaringen met de geleverde service door de aanbieder (Jiang, et al., 2012; Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1990). De aanvankelijke verwachtingen van de consument worden mede gevoed door marketingactiviteiten van de aanbieder, eerdere ervaringen met vergelijkbare aanbieders en mond-tot-mond reclame (zie Figuur 5). Daarnaast heeft de consument bepaalde behoeften en wensen die maken dat een consument vindt dat een aanbieder een bepaalde service moet (kunnen) leveren. Tevredenheid of ontevredenheid met de servicekwaliteit van de bouwer ontstaat dus eerder dan de tevredenheid met de verbouwing, of de nieuwbouwwoning (mits deze niet pas na oplevering wordt gekocht) (Figuur 3).



Figuur 5 Ontstaan van tevredenheid over de servicekwaliteit van de bouwer in relatie tot het bouwproces

Er kunnen verschillende oorzaken zijn voor de discrepantie tussen de verwachte en de ervaren service door een consument. Zo kan het bijvoorbeeld voorkomen dat (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988):

- het management van een bedrijf dat een product maakt een verkeerd beeld heeft van wat de klant verwacht;
- het management van een bedrijf wel het juist beeld heeft van wat de klant verwacht, maar dat deze verwachtingen van een klant niet goed zijn door vertaald naar de servicenormen;
- de service niet wordt verleend zoals staat gespecificeerd;

- de communicatie over het product en de service verkeerde verwachtingen wekt.

6.1 Dimensies

Servicekwaliteit laat zich in verschillende dimensies uitdrukken die samen de servicekwaliteit bepalen. Het vaak gehanteerde SERVQUAL model (Parasuraman, et al., 1988) onderscheidt vijf dimensies aan service kwaliteit, namelijk betrouwbaarheid van de service, de bereidwilligheid of klantvriendelijkheid van het personeel, de deskundigheid van het personeel, de betrokkenheid van het personeel en tastbaarheden die de uitstraling van het bedrijf bepalen (zie Tabel 3). Het SERVQUAL model is ook toegepast in onderzoek in de bouw (zie bijvoorbeeld Arditi & Lee, 2003; Holm, 2000; Siu, Bridge, & Skitmore, 2001; Yasamis, Arditi, & Mohammadi, 2002).

Tabel 3 De vijf dimensies van servicekwaliteit uit het SERVQUAL model (Prasuraman et al., 1988)

	Dimensie	Beschrijving
1	Betrouwbaarheid	Het vermogen/bekwaamheid om de beloofde service betrouwbaar en accuraat uit te voeren.
2	Responsiviteit	De bereidwilligheid om een consument te helpen en tijdig service te verlenen.
3	Deskundigheid	Het kennisniveau en de beleefdheid van de medewerkers en hun vermogen om vertrouwen op te wekken en vertrouwen in te boezemen.
4	Betrokkenheid	De zorgzame, individuele aandacht die een bedrijf biedt aan haar klanten.
5	Tastbaarheden	De verschijning van fysieke faciliteiten, apparatuur, personeel en communicatie materiaal.

6.2 Niveau van meten

De tevredenheid van een consument met de geleverde service kan op micro- en macroniveau worden gemeten. Op het microniveau gaat het bijvoorbeeld om de tevredenheid van een consument met een specifiek servicemoment. Een voorbeeld hiervan is de service verleend door een keukenshowroom aan de koper van een projectmatige nieuwbouwwoning of een verbouwing. Op een hoger (macro) niveau wordt de meer algemene tevredenheid met de service tijdens het gehele bouwproces gemeten. De tevredenheid met specifieke servicemomenten kan een relatie hebben met de algemene tevredenheid, maar dat hoeft niet (Kärnä, Junnonen, & Sorvala, 2009). Een enkele negatieve ervaring hoeft er bijvoorbeeld niet toe te leiden dat de algemene tevredenheid omlaag gaat (Hess Jr, Ganesan, & Klein, 2007).

6.3 Complexiteit van het bouw(service)proces

Het bouwproces is, in vergelijking met processen waarbij standaardproducten worden verkocht aan consumenten, relatief complex en dynamisch. De tevredenheid van een consument met de servicekwaliteit ontstaat tijdens de vele verschillende stadia van het aankoopproces (Woodruff, 1997). Voordat het product feitelijk wordt (op)geleverd, kan de consument te maken krijgen met bijvoorbeeld een makelaar, notaris, showrooms en verschillende afdelingen van de aannemer (bijvoorbeeld ter bepaling van koperskeuzes als stopcontacten e.d.). Dit laatste geldt in ieder geval voor de koper van een nieuwbouwwoning, maar ook een koper die een verbouwing of renovatie wil laten realiseren, kan afhankelijk van de aard en omvang van de verbouwing, te maken hebben met

verschillende personen van één bedrijf en met meerdere partijen. Ook na de aankoop van een product worden services verleend aan een consument, bijvoorbeeld wanneer zich verborgen gebreken voordoen. Deze gebreken dienen opgelost te worden door de aannemer. Hierbij verleent de aannemer after sales service. Ook deze nazorg is van invloed op de tevredenheid van de consument.

De complexiteit van het bouwserviceproces wordt niet alleen bepaald door het groot aantal partijen dat betrokken kan zijn bij de realisatie van een nieuwbouwwoning of een verbouwing, maar ook door de tijd die daarmee gemoeid is, alsmede de betrokkenheid van de consument gedurende het proces. Bij projectmatige nieuwbouw komt de consument van een woning bijvoorbeeld pas in beeld als de gehele ontwerpfasen en prijsvorming (tussen ontwikkelaar en aannemer) reeds heeft plaatsgevonden. Een consument start in dit geval zijn 'ervaring' pas wanneer de verkoopfase (of net daarvoor) is gestart. In het geval van nieuwbouw die door een consument zelf wordt georganiseerd (particulier opdrachtgeverschap) is dit anders. De consument schaft in dergelijke projecten eerste de locatie aan, regelt in sommige gevallen zelf de benodigde woonbestemming (bij de gemeente), laat een ontwerp maken door een architect en andere adviseurs en laat dit vervolgens, nadat de vergunningen zijn verkregen, bouwen door een aannemer. Bij de uitbreiding van een woning door een consument-eigenaar is de 'ervaring' vaak beperkt tot de ontwerp- en realisatiefase. Vaak wordt door de consument een ontwerper gevraagd een ontwerp te maken (al dan niet in nauw overleg met een beoogd aannemer). Nadat de benodigde vergunningen zijn verkregen, wordt het werk uitgevoerd.

Bij het meetbaar maken van de servicekwaliteit dient rekening te worden gehouden met deze dynamiek.

6.4 Hoe is het met de serviceverlening gesteld?

Door de VEH is recentelijk onderzoek gedaan naar de tevredenheid onder kopers van nieuwbouwwoningen (Van Delft & Caarels, 2012). Bijna de helft van de kopers van nieuwbouwwoningen bleek in dit onderzoek ontevreden. De belangrijkste verbeterpunten voor het bouwbedrijf waren in het algemeen de verbetering van de klantgerichte houding van het bouwbedrijf en de mate waarin de klant door het bouwbedrijf betrokken is bij de bouw. Uit het VEH onderzoek blijkt verder dat 52% van de respondenten de meerwerklijst voor het tekenen van het koopcontract heeft ontvangen, waarbij kopers van eengezinswoningen aanmerkelijk vaker (57%) dan kopers van appartementen (35%) de meerwerklijsten voor ondertekening van het koopcontract ontvingen. Voor 79% van de kopers was de periode om te beslissen over het meerwerk voldoende. Ruim een kwart van de mensen had tot een maand de tijd om te beslissen over meerwerk. Vrijwel alle kopers (99%) van een nieuwbouwwoning laat ook één of meer meerwerk opties uitvoeren. De meest uitgevoerde meerwerkopties en aanpassing na oplevering betreft de keuze voor een luxere badkamer (voor oplevering 57%, na oplevering 39%), en de keuken (voor oplevering 28%, na oplevering 54%). Naarmate de prijs van de woning stijgt, wordt er vaker gekozen voor een luxere afwerking of vloerverwarming. Vloerverwarming wordt daarnaast ook nog door 11% van de kopers na oplevering gerealiseerd. Slechts 35% probeert te onderhandelen met de bouwer over de prijs van meerwerk. Ten opzichte van andere prijsonderhandelingen is dit de minst kansrijke onderhandeling. Uit onderzoek van Piso (2011) blijkt eveneens dat kopers van nieuwbouwwoningen regelmatig ontevreden zijn met de verleende service tijdens de aankoop, realisatie, oplevering en nazorg van nieuwbouwwoningen. De (onverwachte) hoogte van meer/minderwerkpreisen, keuzemogelijkheden

qua ruimtelijke indeling en qua sanitair, keuken en tegels, meedenken met de koper, de nazorg en de professionele begeleiding van de koper worden als minpunten ervaren.

Over de verbouwmarkt is vooralsnog geen systematisch onderzoek gevonden naar de positie van de consument en de mate waarin deze tevreden is. Wel blijkt uit onderzoek onder particulier opdrachtgevers van aannemers die zijn aangesloten bij BouwGarant (Van der Veen en Laudy, 2005) dat 11% een eerdere verbouwing heeft laten uitvoeren door dezelfde aannemer.

6.5 Belang van serviceverlening in benchmarking

Voor de bouwconsument is de kwaliteit van de serviceverlening een van de relevante aspecten in benchmarking. Op basis van onderzoek buiten de bouwsector (Hess Jr, et al., 2007) mag worden aangenomen dat de bouwconsument, vanwege de 'langdurige' relatie die er zowel bij nieuwbouw als verbouw met het bouwbedrijf wordt opgebouwd, niet altijd een eenmalige slechte ervaring met een medewerker toerekent aan de bouworganisatie als geheel. Dit past bij de bevindingen uit het VEH onderzoek (Van Delft & Caarels, 2012) waarin bouwconsumenten enerzijds aangeven dat de klantgerichtheid een belangrijk verbeterpunt is, terwijl tegelijkertijd 64% van de respondenten aangeeft in het algemeen tevreden te zijn over het bouwbedrijf. Hoewel deze uitkomst moeilijk te vergelijken is met de gemiddelde beoordeling van een 7,1 door kopers, volgens de gegevens van de SKB (nieuwsbrief juli 2014), wekt een en ander de indruk dat men een redelijke hoge mate van tevredenheid ervaart met de bouwers. Dit betekent overigens niet dat het bouwproduct voldoet aan de wensen van de koper. Zoals ook beschreven in paragraaf 3.3.2 en paragraaf 3.4 is de tevredenheid met de bouwer meer een uiting van het verschil in verwachte en feitelijke servicekwaliteit. Een koper betreft in zijn oordeel ook of een bouwer voldoet aan zijn verwachtingen (Jiang, Klein, Saunders, 2012). Als een koper feitelijk weet dat er van een bouwer weinig keuzevrijheid is te verwachten, dan kan hij derhalve aangeven toch tevreden te zijn met de bouwer.

Het bovenstaande laat zien dat er verder onderzoek nodig is naar hoe belangrijk de servicekwaliteit voor een bouwconsument is voor de totale waardering van de bouwer, dus in relatie tot productkwaliteit. Voor een goede benchmarking is het nodig dat het relatieve belang van de verschillende benchmarkcriteria in relatie tot elkaar en tot het verkrijgen van 'good' or 'best' practices wordt bepaald (ROB, 2002).

7 Huidige kwaliteitsbeoordelingssystemen die mogelijk gebruikt kunnen worden t.b.v. benchmarking

In dit hoofdstuk wordt nader ingegaan op de verschillende meetinstrumenten en benchmarksystemen die al in de Nederlandse bouwsector aanwezig zijn en als mogelijke bronnen kunnen fungeren voor een integraal Nederlandse benchmarkingsteem ten behoeve van de bouwconsument. Hierbij is nadrukkelijk gekeken naar meetinstrumenten en benchmarkingsystemen die de verschillende aspecten van kwaliteit meetbaar maken zoals die zijn beschreven in hoofdstuk 4 tot en met hoofdstuk 6.

Bij ieder van deze instrumenten is getracht na te gaan door welke partijen het instrument wordt beheerd, of welke partijen het eigendom hebben. De validiteit en betrouwbaarheid van de verschillende meetinstrumenten is niet nader onderzocht. Voor dit onderzoek voert het te ver om dit per meetinstrument nauwgezet te onderzoeken.

In paragraaf 7.1 tot en met paragraaf 7.3 zijn de verschillende meetinstrumenten en benchmarkingsystemen beschreven. In paragraaf 7.4 zijn de instrumenten in een raamwerk geplaatst.

7.1 Beoordeling bouwtechnische kwaliteit

7.1.1 Visueel zichtbare oplevergebreken nieuwbouw: VEH opleverkeuring

Vereniging Eigen Huis (VEH) levert als onafhankelijke partij via Eigenhuis Bouwkundig Advies BV (EBA) verschillende diensten. Een van deze diensten is de bouwkundige keuring bij de oplevering van een nieuwbouwwoning. Bij deze keuring wordt het huis door een bouwkundige beoordeeld op visuele gebreken. De geconstateerde gebreken worden genoteerd in het proces-verbaal van oplevering. De bouwkundige maakt hierbij gebruik van een mobiel systeem waarin de gegevens uit de keuring op een gestructureerde wijze worden opgeslagen. EBA verzamelt de meetgegevens in een database. EBA gebruikt deze gegevens onder meer om te zien of de bouwkundigen geen (systematische) fouten maken bij de uitvoering van hun inspecties.

In het verleden werden de gegevens uit de database mede gebruikt door de Stichting Klantgericht Bouwen (SKB) bij de beoordeling van de prestaties van aannemers. Het SKB is ooit opgericht door VEH en Bouwend Nederland. Nadat VEH de SKB heeft verlaten, zijn de gegevens uit de opleverkeuringen geen onderdeel meer van de beoordelingen van aannemers door SKB.

Uit het interview met VEH is naar voren gekomen dat VEH voornemens is in september van dit jaar de gegevens uit de database te gaan gebruiken om consumenten te gaan informeren over goed en slecht presterende aannemers (“naming” en “shaming”, zie ook paragraaf 2.2.1).

7.1.2 Energetische kwaliteit nieuwbouw: BouwTransparant

De provincie Noord-Holland heeft samen met gemeenten de methodiek BouwTransparant ontwikkeld. Bouwtransparant heeft als doel de energetische kwaliteit van nieuwbouwwoningen te verbeteren. De meetmethode van BouwTransparant richt zich op het inzichtelijk maken van de prestatie in de praktijk. Hierbij is de keuze gemaakt om bij seriematige bouw één of enkele woningtype(n) bij oplevering goed te meten (BouwTransparant-b, 2012). Aan de hand van visuele

inspecties en metingen (kierdichtheid, infrarood, luchtdebieten en installatiegeluid) ontstaat een beeld van de bouwkwaliteit van het bouwproject (BouwTransparant-b, 2012). De BouwTransparant methode kijkt dus niet zozeer naar visuele oplevergebreken, maar meer naar verborgen gebreken als het ontbreken van isolatiemateriaal of niet goed functionerende installaties.

Vlak voor de oplevering wordt de energieprestatie steekproefsgewijs getoetst. In Tabel 4 staan de verschillende toetsen beschreven.

Tabel 4 Toetsen die worden toegepast binnen BouwTransparant 2.0 (bron: www.bouwtransparant.nl)

BouwTransparant 2.0					
Fase	2.0	Woningen (nieuwbouw en grondige renovatie)		Utiliteit (nieuwbouw en grondige renovatie)	
		Onderdeel	Documentatie	Onderdeel	Documentatie
Ontwerp	Bouwcontrole	Toetsen EPC en detailtekeningen	<i>Energiesprong</i>	Toetsen EPC, DO en detailtekeningen	<i>Energiesprong*</i>
		Projecttoets tijdens de bouw	<i>Energiesprong (Testfase BIOM)</i>	Projecttoets tijdens de bouw	<i>Energiesprong*</i>
Liftoering	Bouwcontrole	Projectdossier aansluitingen	Opnameprotocol 2.10 (BIOM, ED Controls, et cetera)	Projectdossier aansluitingen	Opnameprotocol 2.10 en <i>Energiesprong*</i>
		Toetsen EPG uitgangspunten	Opnameprotocol 2.10	Toetsen EPG uitgangspunten	Opnameprotocol 2.10
Oplevering	EPC Oplevertoets	Toetsen inregeling	Opnameprotocol 2.10	Toetsen inregeling	Opnameprotocol 2.10
		Meten luchtdebieten en toetsen uitvoering	Opnameprotocol 2.10 (Ventilatietoets)	?	?
	Prestatietoets	Meten installatiegeluid	Opnameprotocol 2.10 (Ventilatietoets)	?	?
		IR (wanneer atmosferisch mogelijk)	Opnameprotocol 2.10	IR (wanneer atmosferisch mogelijk)	Opnameprotocol 2.10
		Meten Qv10	Opnameprotocol 2.10	* Meten Qv10 (bij netto volume $\leq 3.000m^3$)	Opnameprotocol 2.10
	Optopmodule	Rooktest	<i>Energiesprong</i>	Rooktest	<i>Energiesprong*</i>
		Effectenberekening van afwijkingen buiten de NEN7120 om	<i>Energiesprong (testfase)</i>	Effectenberekening van afwijkingen buiten de NEN7120 om	<i>Energiesprong* (testfase)</i>

Getoetst wordt op onderdelen als isolatiewaarden, koudebruggen, verwarmingsinstallaties, ventilatievoorzieningen en zonne-energiesystemen.

De methode, zo staat beschreven op de website, maakt het mogelijk om afwijkingen direct door te rekenen naar de EPC. Ook worden afwijkingen die wel invloed hebben op het energiegebruik of het binnenmilieu van de woning, maar niet op de EPC, zichtbaar gemaakt (BouwTransparant-b, 2012).

Tussen 2008 en 2012 zijn er met deze methode 88 metingen uitgevoerd. In 2012 bleken de meeste afwijkingen ontstaan door hoog installatiegeluid, onbalans bij de warmte-terug-win-installatie, kierdichting en te lage luchtdebieten bij de ventielen. De meeste afwijkingen waren gerelateerd aan installaties ('niet bouwkundig'). Bouwkundig vielen de hoge afwijking bij de kierdichting op (BouwTransparant-b, 2012).

De plaats waar een meting is uitgevoerd, de betrokken aannemer en de uitkomsten van de metingen worden niet gepubliceerd.

7.1.3 Energetische kwaliteit nieuwbouw en renovatie: Passiefhuis certificering

Een passiefhuis is een gebouw dat voldoet aan de eisen van het Passiefhuis-certificaat. Een Nederlands passiefhuis gebruikt vier keer minder energie dan een gemiddelde Nederlands nieuwbouw woning uit 2011 en stoot 54% minder CO₂ uit dan een normale nieuwbouw woning. Een aantal maanden per jaar hoeft een passiefhuis niet actief met een verwarmingssysteem te worden verwarmd. De totale benodigde warmte wordt in die maanden verkregen uit passieve warmtebronnen. De belangrijkste passieve warmtebronnen zijn de zon, bewoners en apparaten. De warmte van de passieve warmtebronnen worden door de goede thermische isolatie en goede kierdichtheid binnengehouden.

Woningen kunnen het Passiefhuis-certificaat krijgen als ze voldoen aan de onderstaande criteria die zowel voor nieuwbouw, renovatie en gemengde constructies (gedeeltelijk nieuwbouw en gedeeltelijk renovatie) gelden:

- Netto energiebehoefte voor verwarming ≤ 15 kWh/(m² jaar)
- Luchtdichtheidstest n50 $\leq 0,6$ h⁻¹
- Kans op oververhitting $\leq 5\%$

Ook kantoren, ziekenhuizen en scholen kunnen het Passief-certificaat krijgen.

Het certificaat Passiefbouwen Keur wordt in twee fases uitgegeven. De eerste fase betreft het ontwerp. Er wordt gekeken of het ontwerp aan de passiefnormen voldoet. De tweede fase betreft de uitvoering conform het ontwerp. De uitvoering wordt gecontroleerd tijdens de bouw en nadat het project is opgeleverd worden een blowerdoortest en controle van de ventilatie-installatie uitgevoerd. Daarnaast wordt infraroodcontrole uitgevoerd zodra dat mogelijk is.

De controles worden uitgevoerd door bureaus die als deskundig zijn aangemerkt door stichting Passiefbouwen Nederland. Deelnemers aan de stichting zijn bouwgerelateerde bedrijven en instellingen als bijvoorbeeld Iover (isolatie producent), DRU verwarming, Brink Climate systems, Woningborg groep en Rothuizen architecten stedenbouwkundigen.

7.1.4 Duurzaamheid nieuwbouw: DuboKeur certificering

Het DuboKeur is een keurmerk voor woningen die goed scoren op het gebied van milieu en duurzaamheid. Een woning dient hierbij te voldoen aan zekere eisen op het gebied van energie (EPC die 25% lager is dan het bouwbesluit, en minimale opwekking van 10% van het eigen energiegebruik), materialen (bijv. toepassing FSC hout), water, comfort/gezondheid. Daarnaast dient de woning aan een aantal keuze eisen te voldoen (temperatuuroverschrijding, daglichtoppervlakte, ventilatie, overstroomvoorziening) waarvan er een ingeruild mag worden voor een compensatie-eis. Compensatie-eisen hebben betrekking op levensloopbestendig bouwen, flexibel en aanpasbaar bouwen, innovatief bouwconcept of de inbedding in de omgeving.

Het onafhankelijk kennisinstituut NIBE toetst de door de opdrachtgever aangeleverde documenten, controleert of de berekeningen kloppen en er vindt controle plaats op de bouwplaats. In het geval van de water- en materiaalprestatie eis worden de berekeningen door het NIBE uitgevoerd aan de hand van een opgestuurde vragenlijst.

7.1.5 Energetische kwaliteit renovatie: EPA

EPA staat voor Energie Prestatie Advies. Een EPA is een inspectie door een onafhankelijke, gecertificeerde bouwinspecteur welke erop gericht is om de energievriendelijkheid van een woning in kaart te brengen. Op deze manier weet een eigenaar of een koper van een woning beter wat hij kan verwachten aan energiekosten en krijgt de eigenaar of koper een advies van een gecertificeerde adviseur over efficiënter energiegebruik in een woning. In een EPA worden bijvoorbeeld maatregelen als dubbel glas, plaatsing van een hoogrendementsketel of spouwisolatie aangeraden. Daarbij wordt op een rijtje gezet wat die maatregelen kosten, wat ze besparen aan gas en elektra en in hoeveel tijd de investeringen kunnen worden terugverdiend.

7.1.6 Duurzaamheid nieuwbouw: BREEAM-NL certificering

BREEAM-NL, een van origine Engelse methode, is een beoordelingsmethode om de duurzaamheidsprestatie van gebouwen te bepalen. Onder het BREEAM label zijn meerdere beoordelingsmethoden actief: BREEAM-NL Nieuwbouw, BREEAM-NL In Use, BREEAM-NL Gebiedsontwikkeling en BREEAM-NL Sloop en Demontage.

BREEAM-NL Nieuwbouw is hoofdzakelijk bekend van de certificering van utiliteitsbouwprojecten, maar kan sinds 2010 ook woningen certificeren. BREEAM beoordeelt gebouwen op de onderwerpen management, gezondheid, energie, transport, water, materialen, afval, landgebruik en ecologie en vervuiling. Het systeem maakt gebruik van kwalitatieve weging; als totaalscore krijgt een nieuw gebouw of gebied 1 tot 5 sterren (Pass, Good, Very Good, Excellent of Outstanding).

BREEAM-NL wordt ontwikkeld en beheerd door de Dutch Green Building Council, een volgens de website onafhankelijke organisatie (stichting) die een groot aantal partijen ondersteunt in hun duurzaamheidsambities ten aanzien van hun gebouwen.

7.1.7 Duurzaamheid nieuwbouw, bestaande bouw, renovatie: GPR Gebouw certificering

GPR gebouw beoordeelt de duurzaamheid van een gebouw op 5 thema's: gezondheid, gebruikskwaliteit, energie, milieu en toekomstwaarde. Het onderdeel energie wordt beoordeeld aan de hand van EPG en ISSO 75 en 82 normen en methoden. Het thema milieu wordt beoordeeld op basis van de milieuprestatieberekening welke sinds januari 2013 verplicht is bij de aanvraag van een omgevingsvergunning nieuwbouw woning. De thema's gezondheid, gebruikskwaliteit en toekomstwaarde worden beoordeeld op basis van door GPR zelf ontwikkelde maatstaven.

GPR kan een tweetal certificaten uitreiken. Deze eerste is het GPR Gebouw certificaat vergunningsfase. De tweede is het GPR Gebouw certificaat opleveringsfase. Of een ontwerp of een gebouw voldoet, wordt gecontroleerd door een zogenaamde GPR Gebouw Assessor. Deze vraagt vervolgens het certificaat aan bij W/E adviseurs.

W/E adviseurs is de eigenaar van GPR. Zij hebben GPR in de jaren 90 ontwikkeld. W/E adviseurs leidt de Gebouw Assessors op, geeft licenties uit en beheert de certificaten.

7.2 Beoordeling functionele kwaliteit

7.2.1 Beveiliging nieuwbouw en bestaande bouw: Politiekeurmerk Veilig Wonen

Het Politiekeurmerk Veilig Wonen (PKVW) is in Nederland en België een keurmerk voor woningen die voldoende zijn beveiligd. In woningen die het keurmerk krijgen, zijn voldoende inbraakvertragers

aangebracht en de woningen hebben geen zwakke plekken die het een inbreker makkelijk maken om de woning binnen te komen.

Om het certificaat te verkrijgen, moet een woning voldoen aan de volgende eisen:

- Alle voor de inbreker bereikbare ramen en deuren zijn beveiligd
- Er is verlichting bij de deuren
- Er is zicht op een bezoeker bij de voordeur
- Er zijn goedgekeurde rookmelders aangebracht op iedere verdiepingvloer
- De bewoner is voorgelicht omtrent beveiliging

In de handboeken PKVW Bestaande Bouw en PKVW Nieuwbouw wordt elke eis nader gespecificeerd en wordt omschreven welke mogelijkheden er zijn om aan de eis te voldoen.

Het verkrijgen van het keurmerk gaat via een PKVW-bedrijf. Een PKVW-bedrijf voldoet aan de voorwaarden van de certificatieregeling van het PKVW en heeft een erkenningsovereenkomst met een certificatie-instelling getekend. Een PKVW bedrijf inspecteert eerst de woning, het complex of de wijk, adviseert vervolgens welke maatregelen eventueel moeten worden genomen en geeft daarna een certificaat af. De meeste verzekeraars geven een korting op de premie van de inboedelverzekering als de woning het keurmerk heeft (tot ca. 20%, verschillend per verzekeraar).

7.2.2 Functionele kwaliteit bestaande bouw en nieuwbouw: WoonKeur

Het certificaat WoonKeur wordt afgegeven aan woningen die over een voldoende niveau aan gebruikskwaliteit, toegankelijkheid, flexibiliteit en aanpasbaarheid beschikken. Een belangrijk aspect is dat een WoonKeur-woning levensloopbestendig is, d.w.z. dat als een bewoner iets komt te mankeren hij/zij niet gedwongen is om die reden te verhuizen. Er is een eisenpakket voor nieuwbouwwoningen en een apart eisenpakket voor bestaande woningen. De eisen voor bestaande woningen gelden voor woningen ouder dan 10 jaar. De eisen in het Handboek WoonKeur Nieuwbouwwoningen (2011) liggen volgens de website (www.woonkeur-skw.nl) boven het niveau van het Bouwbesluit. Het eisenpakket voor nieuwbouwwoningen bestaat uit meerdere pakketten: ontwerpeisen, eisen uitvoering en pluspakketten (1. Zorg, 2. Veiligheid op wijkniveau, 3 toekomstwaarde). Het Woonkeur Bestaande Bouw bestaat uit twee afzonderlijke certificaten, omdat het doorvoeren van de eisen niet altijd mogelijk is in de bestaande bouw.

De eisen in het pakket certificaat A (bestaande bouw) houden in dat de woning in het alledaagse gebruik praktisch en comfortabel is en dat de kans op ongelukken door het struikelen over drempels, vallen van de trap en uitglijden in de badkamer beperkt is. Ook wanneer de bewoner gebruik moet gaan maken van een rollator blijft de woning geschikt, omdat daarvoor onder meer in de hal, in de badkamer, in de slaapkamer en op een balkon voldoende ruimte aanwezig is. Een woning met certificaat A is derhalve in principe geschikt voor elke bewoner, ook als deze gebruik maakt van een loophulpmiddel, zoals stokken, krukken, een looprek of een rollator.

De eisen in het pakket certificaat B (bestaande bouw) maken de woning levensloopbestendig. Net als een woning die voldoet aan de eisen van Certificaat A, is de woning praktisch en comfortabel in het gebruik. In een woning van Certificaat B kunnen bewoners als ze een ernstiger fysieke beperking krijgen toch blijven wonen. Volgens de eisen van certificaat B liggen woonkamer, slaapkamer en badkamer op dezelfde bouwlaag en op essentiële plaatsen is in en bij de woning in meer ruimte

voorzien. Dit betekent dat de woning geschikt is voor elke bewoner, ook als deze gebruikt moet maken een rolstoel. De eisen ter verkrijging van certificaat B (wel rolstoel geschikt) zijn daarmee hogere eisen dan de eisen aan certificaat A (niet rolstoel geschikt).

Het WoonKeur is een product van SKW certificatie. Het SKW is ooit opgericht door NCIV en de Nationale Woningraad. Het doel van het SKW is kwaliteitsborging voor de volkshuisvesting. Het WoonKeur is ontstaan uit een samenwerking tussen verschillende organisaties als VACPunt wonen, Aedes, Vereniging Eigen Huis, Bouwend Nederland en Aedes-Actiz.

7.3 Beoordeling servicekwaliteit

7.3.1 SKB: nieuwbouw (Bouwprestaties.nl)

Bouwprestaties.nl is een platform waar prestaties van verschillende bouwbedrijven met elkaar worden vergeleken. Bouwprestaties.nl is onderdeel van Stichting Klantgericht Bouwen (SKB). Volgens de website www.bouwprestaties.nl is SKB een organisatie zonder winstoogmerk met als doel de prestaties van bouwerondernemingen transparant te maken en daarmee de kwaliteit van dienstverlening richting kopers/consumenten in de bouw te verbeteren. SKB is in het verleden opgericht door Bouwend Nederland en Vereniging Eigenhuis. Op dit moment wordt het SKB ondersteund door Bouwend Nederland, Woningborg NV, Stichting Waarborgfonds Koopwoningen (SWK) en de Vereniging voor ontwikkelaars & bouwondernemers (NVB) en is Vereniging Eigen Huis niet langer betrokken.

De prestaties van de bouwers worden meetbaar gemaakt met behulp van enquêtes die door consumenten van nieuwbouwwoningen worden ingevuld. De enquête wordt één keer uitgevoerd, namelijk een tot maximaal drie maanden na oplevering van de nieuwbouwwoning. De metingen komen op twee manieren tot stand. Deels leveren bouwbedrijven (met toestemming van de koper) de NAW-gegevens van de koper aan SKB. Deels geven bouwondernemingen het garantie-instituut (Woningborg of SWK) toestemming om hun kopers te benaderen. SKB benadert de kopers. De meetresultaten worden gepubliceerd op www.bouwprestaties.nl. Daarnaast worden de meetresultaten uitgebreid teruggekoppeld richting het betreffende bouwbedrijf. Deze kan de informatie gebruiken om haar dienstverlening te verbeteren. Via deze route benaderen beide garantie-instituten de kopers van opgeleverde woningen. De meetresultaten worden gepubliceerd op www.bouwprestaties.nl.

De vragen in de enquête gaan over meerdere fasen van het bouwproces, namelijk vanaf de verkoop/oriëntatiefase tot en met oplevering/nazorgfase. De vragen gaan hoofdzakelijk over de tevredenheid van de consument met geleverde service op verschillende momenten in het proces aan de hand van vragen over de bouwer t.a.v.:

- de klantvriendelijkheid medewerkers,
- vakbekwaamheid,
- snelheid,
- informatievoorziening en duidelijkheid van informatie,
- afhandeling klachten,
- behulpzaamheid

Daarnaast wordt per fase gevraagd naar de tevredenheid van de consument ten aanzien van delen van het product. Deze vragen gaan over:

- het meer-/minderwerk pakket,
- mogelijk eigen aanvullingen op dit pakket,
- de prijzen van meerwerk,
- de kwaliteit van het ontwerp,
- de kwaliteit van het geleverde werk op verschillende onderdelen zoals tegelwerk of stucwerk,
- het aantal oplevergebreken bij oplevering¹.

Aanvullend op de vragen over servicekwaliteit en productkwaliteit per fase, wordt ook gevraagd naar de tevredenheid met de volgende onderwerpen:

- Algemene organisatie
- De ervaren prijs/kwaliteit verhouding
- De kwaliteit van de woning
- Klantenbinding (in hoeverre men de bouwer een ander zou aanbevelen)

¹ Betreft oplevergebreken zoals dat wordt gezien door de consument. Deze wijken waarschijnlijk af van de het aantal oplevergebreken zoals die worden geconstateerd bij een opleverkeuring door bouwkundige die werkzaam is voor VEH.



Figuur 6 Screenshot van beoordeling van een aannemer op bouwprestaties.nl

De vragen worden door de consument beoordeeld op basis van een 7-puntschaal variërend van zeer ontevreden tot zeer tevreden met neutraal als middelste waarde. In totaal beantwoordt een respondent ongeveer 90 vragen. Een aannemer kan er voor kiezen om de enquête in 2 delen te splitsen, na het showroomtraject en na oplevering.

7.3.1.1 Beoordeling middels totaalscore

Wat opvalt is dat de cijfers op www.bouwprestaties.nl worden weergegeven per fase van het bouwproces en dat hierbij de gemeten proces- en productkwaliteit bij elkaar wordt opgeteld en gedeeld door 4 (aantal deelscores). Dit leidt tot een beoordeling zoals in Figuur 6 is weergegeven.

Volgens de website hecht SKB grote waarde aan haar onafhankelijkheid, betrouwbaarheid en transparantie. Er wordt volgens de website geen censuur toegepast op door kopers gegeven cijfers en tekstuele reviews. Deze reviews zijn vrij toegankelijk op de website (er kan per bouwer worden gezocht naar cijfers en persoonlijke reviews, zie afbeelding hierboven). Er staat op de site geen nader informatie over responspercentages van respondenten.

Op de website bouwprestaties.nl zijn 436 bedrijven opgenomen (dd 30-6-2014). Hiervan heeft 60% (262) geen beoordeling of geen actuele beoordeling. Van de overgebleven 201 bedrijven heeft 3% (14) een onvoldoende (5.5 of lager). Hiervan is de laagste beoordeling een 3.3 (1X) daarna komt een 4.0 (1X), 4,5 (1X), 4.9 (2X), 5.0 (2X), 5.2 (1X), 5.3 (5X), 5.5 (1X). 37% van de bedrijven heeft een 5.5. of hoger. Er is niet nader onderzocht of deze beoordelingen, die het resultaat zijn van een formule, in

verhouding staan met de algemene tevredenheid over de aannemer. De vraag in hoeverre de consument de aannemer zou aanbevelen aan een andere consument kan hier mogelijk voor worden gebruikt, omdat dit een vraag ten aanzien van de algemene tevredenheid betreft.

In het verleden heeft het SKB ook een keurmerk klantgericht bouwen uitgegeven. Sinds 2013 wordt dit keurmerk niet meer wordt uitgegeven.

Bouwers kunnen tegen betaling een geanonimiseerde individuele rapportage ontvangen.

7.3.1.2 SKB: Bouwnu.nl

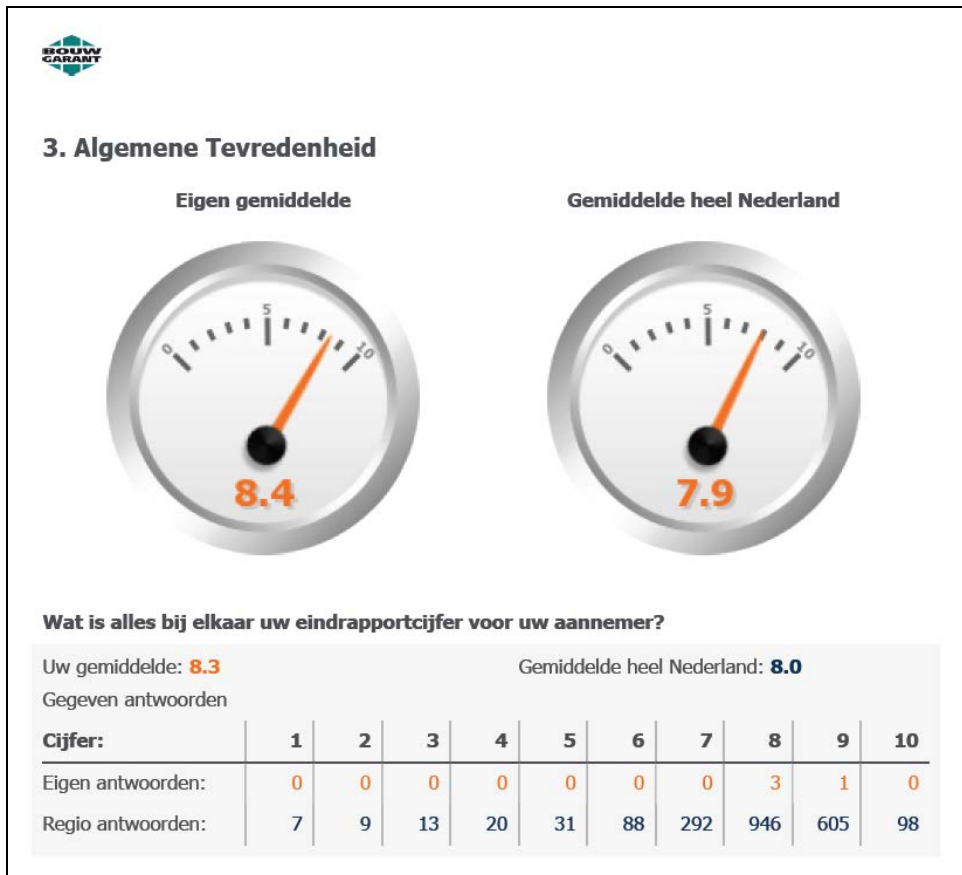
Binnenkort komt het SKB op basis van de in paragraaf 7.3.1 beschreven prestatie metingen met een website die consumenten de mogelijkheid biedt om bij bouwprojecten een weloverwogen keuze te maken voor een aannemer.

Volgens de website (under construction) is het de bedoeling dat Bouwnu.nl een compleet overzicht gaat bieden van alle aannemers met hun kwaliteiten. Aan aannemers is op dit moment een mailing verstuurd met het verzoek om de bedrijfspagina aan te vullen met tekst en afbeelden. Het is de bedoeling dat Bouwnu.nl door de aannemer gebruikt kan worden om de eigen onderneming te profileren. Daarnaast gaan aannemers hun klanten stimuleren om een beoordeling te geven op Bouwnu.nl. Het initiatief wordt ondersteund door BouwGarant en BouwendNederland.

7.3.2 Nieuwbouw en verbouw: Tevredenheidsmeter van BouwGarant

BouwGarant geeft keurmerken uit aan bouwbedrijven waarbij deze bedrijven worden getoetst ten aanzien van vakmanschap, kwaliteit en betrouwbaarheid (www.BouwGarant.nl). Bij BouwGarant kan de consument ook extra garanties afsluiten voor extra zekerheid in het geval van faillissement van de aannemer of verborgen en constructieve gebreken die worden geconstateerd na oplevering. Bij BouwGarant zijn 1500 bouwbedrijven aangesloten en de consument kan via de website zoeken naar een aangesloten bouwer.

BouwGarant voert tevredenheidsonderzoek uit onder de opdrachtgevers van de door BouwGarant erkende aannemers. De tevredenheid van de opdrachtgevers (consumenten) wordt meetbaar gemaakt met behulp van enquêtes die door de consumenten van nieuwbouwwoningen of verbouw activiteiten worden ingevuld. De enquête, de Tevredenheidsmeter genaamd, wordt één keer afgenomen, namelijk twee weken na oplevering van de werkzaamheden en bestaat uit ongeveer 30 vragen ((BouwGarant, 2012); zie ook [Figuur 7](#)).



Figuur 7 Voorbeeld van een score afkomstig uit de totaalrapportage van BouwGarant Tevredenheidsmeter (BouwGarant, 2012)

De metingen komen op twee manieren tot stand (BouwGarant, 2012):

1. De opdrachtgevers kunnen zelf aangeven de tevredenheidsmeter in te willen vullen op het moment dat zij een garantie aanvragen.
2. Opdrachtnemers kunnen opdrachtgevers aanmelden.

De resultaten van het tevredenheidsonderzoek worden getoetst door het Economisch Instituut voor de Bouwnijverheid (EIB) (BouwGarant, 2012).

De vragen in de enquête hebben betrekking op wat de consument vindt van:

- Algemeen (eindcijfer, prijs/kwaliteitsverhouding, aanbevelen bij familie),
- Het geleverde werk (voldoen aan verwachtingen, komt overeen met specificaties, degelijkheid)
- De dienstverlening (meedenken, informeren over opties, reactiesnelheid t.a.v. vragen, schriftelijke communicatie, omgang met wijzigingen, deskundigheid en professionaliteit personeel, omgang met bezittingen consument, overleg over voortgang, afhandeling klachten en gebreken, tijdige oplevering, schoon en gebruiksklaar opleveren, algemeen oordeel dienstverlening, klantvriendelijkheid).

De uitkomsten van de enquêtes worden niet openbaar gepubliceerd door BouwGarant. Wel krijgen de deelnemers aan BouwGarant een rapportage waarin de scores van het bouwbedrijf met de scores uit de regio worden vergeleken. Het staat de deelnemers aan het keurmerk vrij om de uitkomsten te publiceren. Meerdere voorbeelden hiervan zijn door de onderzoekers teruggevonden op internet.

7.3.3 Verbouw (kleine klussen): Werkspot.nl

Via Werkspot vinden consumenten en aannemers elkaar voor de uitvoering van uiteenlopende, vaak relatief kleine klussen in en om bestaande woningen. Werkspot is eigendom van het Amerikaanse bedrijf HomeAdvisor dat vergelijkbare sites exploiteert in Amerika (homeadvisor.com), Engeland (servicemagic.co.uk), Duitsland (servicemagic.de) en Frankrijk (123devis.com).

In het eerste kwartaal van 2014 werden volgens de site 57.885 klussen met een totale waarde van 93 miljoen euro op de site geplaatst door consumenten. Consumenten die gebruik hebben gemaakt van de service van een bepaalde aannemer of klusbedrijf, kunnen een referentie tezamen met een aantal rapportcijfers op de site plaatsen (zie Figuur 8). Deze zijn zichtbaar voor eventuele toekomstige consumenten.



Figuur 8 Een voorbeeld van een beoordeling op Werkspot.nl

De bouwers worden beoordeeld op een zevental onderwerpen: betrouwbaarheid, meedenken, prijs, flexibiliteit, vakmanschap, binnen de planning en binnen budget.

Er is geen nader onderzoek verricht naar de achterliggende vraagstelling noch naar de wijze waarop de cijfers die op de website worden getoond tot stand komen. De kwaliteit (en onafhankelijkheid) van deze beoordelingen wordt echter regelmatig in twijfel getrokken. Op het forum van bijvoorbeeld Tros Radar² (maar ook op andere fora) zijn zeer veel reacties te vinden waarbij door consumenten wordt aangegeven dat een slechte referentie door Werkspot worden verwijderd nadat Werkspot door de bouwer (of de jurist die werkt voor de aannemer) is aangesproken. Wanneer men op Werkspot via de bedrijvengids zoekt naar een aannemer met een lage score, blijken er twee een score van 6.0 of lager te hebben (van de 1000 aannemers die op de site staan).

Naast Werkspot.nl zijn er ook andere, min of meer vergelijkbare sites op de Nederlandse markt actief. Een voorbeeld hiervan is Casius (www.casius.nl).

7.4 Overzicht van kwaliteitsbeoordelingssystemen

Op basis van de voorafgaande hoofdstukken is een raamwerk opgesteld. In dit raamwerk zijn de verschillende actoren en de verschillende instrumenten geplaatst ten opzichte van het bouwproces

² Zie <https://forum.www.trosradar.nl/viewtopic.php?f=24&t=126281> (ingezien op 30 juni 2014).

zodat een overzicht ontstaat van de bijdrage die deze (kunnen) leveren aan het (meer) inzichtelijk maken van de geleverde product- en servicekwaliteit aan bouwconsumenten.

7.4.1 Raamwerk

Per fase van het bouwproces kan (in theorie) over de verschillende servicemomenten feedback worden georganiseerd. Er kan hierbij bijvoorbeeld gedacht worden aan de servicekwaliteit van de aannemer in de werkvoorbereidings-, realisatie- en nazorgfase, of die van de makelaar tijdens de verkoopfase. Ten aanzien van de productkwaliteit kan de waardering voor het product tot het moment van oplevering worden gemeten, en kan bijvoorbeeld een jaar na de oplevering de tevredenheid met de productkwaliteit worden gemeten, omdat sommige gebreken of problemen pas manifest worden als het product enige tijd is gebruikt. Ten aanzien van de elementen die worden gewaardeerd door de consument, zou men de elementen waar een ontwikkelaar/aannemer invloed op kan uitoefenen (keuzevrijheid indeling, gevelkleur, e.d.), meetbaar kunnen maken. In Figuur 9, bladzijde 48, is het raamwerk weergegeven. In Figuur 10 (bladzijde 49) zijn de verschillende kwaliteitsbeoordelingssystemen in het raamwerk geplaatst. Hierbij dient te worden opgemerkt dat bouwconsumenten bepaalde fasen kunnen overslaan. De bouw van nieuwbouwwoningen start vaak nadat 70% van de woningen is voorverkocht, het kan dus voorkomen dat een consument van nieuwbouwwoningen het huis pas koopt als de woning is gerealiseerd. In dit geval koopt de consument een gereed product en heeft hij of zij een aantal fasen niet mee (kunnen) maken.

7.5 Samenvatting en Conclusie

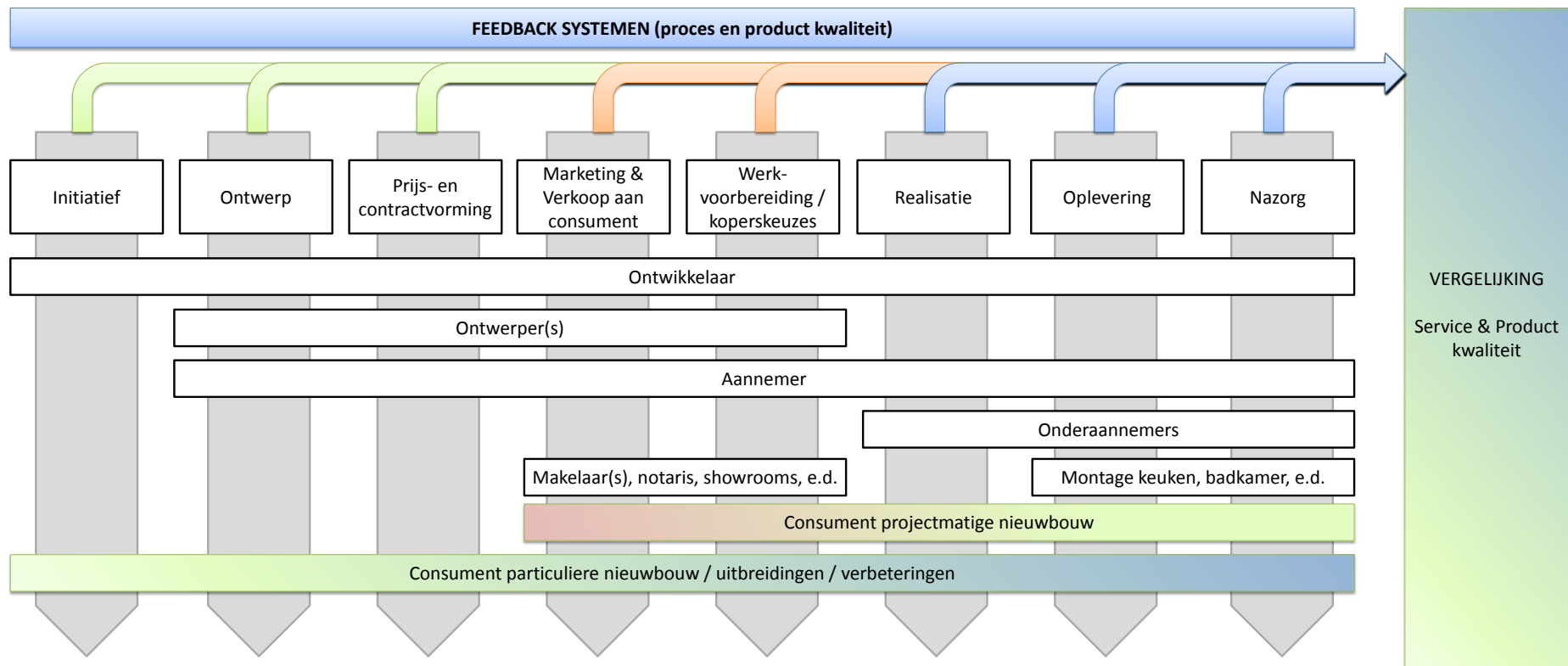
In Figuur 10 zijn de verschillende kwaliteitsbeoordelingssystemen in het raamwerk geplaatst. Hierin komt een sterk versnipperd beeld naar voren van verschillende meetinstrumenten die veelal bedoelt zijn om een deelaspect van de eerder benoemde kwaliteit meetbaar te maken. Al deze instrumenten zijn in aanleg niet ontwikkeld ten behoeve van consumenten gerichte benchmarking.

Het is duidelijk waarneembaar dat de servicekwaliteit en bouwtechnische kwaliteit door meerdere instrumenten meetbaar gemaakt wordt. De gebouwde bouwtechnische kwaliteit wordt zowel op basis van zichtbare gebreken (VEH) als niet zichtbare gebreken (Bouwtransparant) nauwgezet en met behulp van standaardiseerde methoden in kaart gebracht. Daarnaast vraagt SKB (bouwprestaties.nl) de bouwconsument naar zijn of haar beleving ten aanzien van zichtbare gebreken. Deze bouwtechnische kwaliteit zou verder aangevuld kunnen worden met verleende certificaten voor de gemaakte producten zoals het Passief huis certificaat of het Politie Keurmerk Veilig Wonen. Wanneer een dergelijk certificaat wordt verleend zegt dit ook iets over de geleverde kwaliteit door de bouwer.

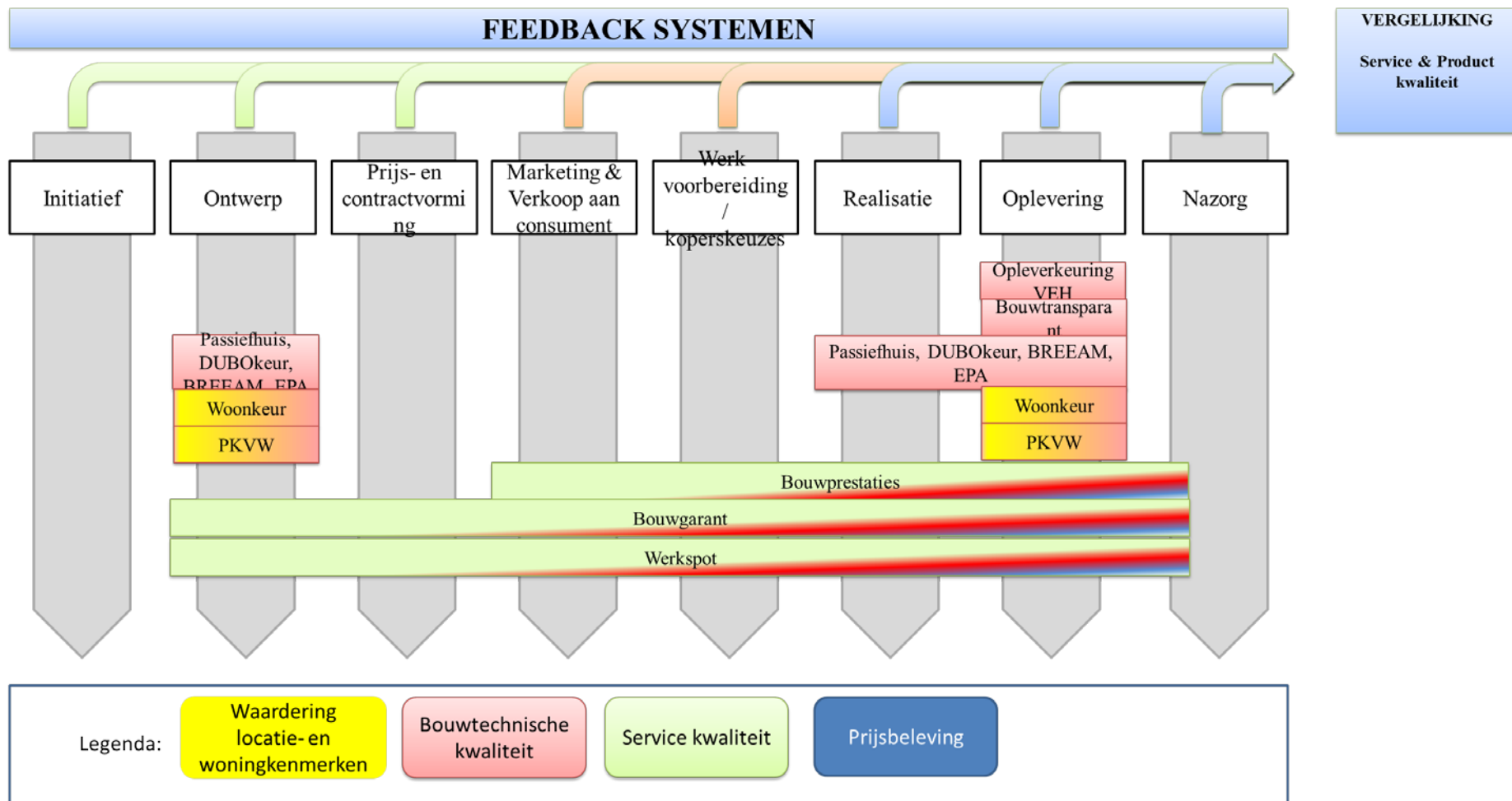
De servicekwaliteit wordt door BouwGarant, SKB (bouwprestaties.nl /Bouwnu.nl) en Werkspot meetbaar gemaakt. Hierbij opgemerkt moet worden dat het instrumenten van SKB en BouwGarant een meer betrouwbare indruk maken. Door het SKB wordt er per proces nagegaan welke verwachtingen de consument heeft en of aan deze verwachtingen is voldaan. Het geeft de bouwers handvaten voor verbetering voor hun huidige processen.

Wat verder opvalt is dat de tevredenheid van de bouwconsument met het product (tijdens de fase na oplevering) door geen van de instrumenten als een van de hoofdonderwerpen wordt gemaakt terwijl uit het eerder aangehaalde onderzoek van onder meer VEH en Piso (zie hoofdstuk 4) naar voren komt dat dit een punt van aandacht is. Daarnaast valt het op dat aspecten die worden gewaardeerd door de bouwconsument zoals de mate van invloed op het ontwerp niet of slechts in beperkte mate in beeld worden gebracht. Dit heeft waarschijnlijk met de doelen te maken die

aanleiding hebben gegeven tot de ontwikkeling van de verschillende systemen. Zo is de vragenlijst achter bouwprestaties.nl oorspronkelijk opgezet voor bouwers die het keurmerk Klantgericht Bouwen wilden dragen dat gericht was op een betere opleverkwaliteit (gemeten via de opleverkeuring van Vereniging Eigen Huis) en servicekwaliteit (gemeten via de vragenlijst van SKB/www.bouwprestaties.nl) van bouwers van nieuwbouwwoningen.



Figuur 9 Raamwerk waarin de verschillende actoren geplaatst zijn ten opzichte van het bouwproces.



Figuur 10 Positionering van de verschillende keurmerken, waarborgen, certificaten en tevredenheidsmetingen ten opzichte van het bouwproces. Zie tekst hoofdstuk 7.

8 Visie op de positie van de bouwconsument

In deze rapportage ligt de focus op de vraag hoe tot een versterking van de positie van de consument in bouwprojecten kan worden gekomen door gebruik te maken van benchmarking. Door gebruik te maken van benchmarking en de daarmee samenhangende prikkels, kan de positie van de consument in het bouwproces worden versterkt. Dit zal de bouwtechnische kwaliteit en de service van de bouwers verbeteren, hetgeen ook de (collectief) particulier opdrachtgever ten goede zal komen. Door een sterkere betrokkenheid van de bouwconsument zal naar verwachting ook de tevredenheid van de bouwconsument om hoog gaan, mede omdat het uiteindelijke woonproduct als maatwerk zal worden ervaren (Liao, Chen, & Yen, 2007). Een grotere betrokkenheid van de bouwconsument hangt aan de ene kant af van de mate waarin de bouwconsument zichzelf deskundig genoeg acht en zijn best wil doen om zich de nodige kennis eigen te maken. Anderzijds wordt de mate waarin een bouwconsument zich daartoe in staat acht, bepaald door hetgeen de bouwer aanreikt. Dit laatste gaat verder dan de vraag of de feitelijke informatie beschikbaar is gesteld. Het gaat ook over de manier waarop dit gecommuniceerd wordt, dus bijvoorbeeld of de informatie inzichtelijk is gemaakt (Liao, et al., 2007; Loureiro & Araújo, 2014). Op deze manier krijgt ook de koper in projectmatige nieuwbouw een woonproduct dat beter aansluit bij de eigen wensen en dat tevens appelleert aan zijn 'rechten' als koper die een groot bedrag investeert en daar ook een product terug voor wil krijgen dat aansluit bij zijn wensen.

8.1 Focus

Bij consumentengericht bouwen kan in verschillende richtingen gedacht worden. Allereerst is daar het particulier opdrachtgeverschap waartoe zowel individuele als collectieve vormen van zelfbouw worden gerekend. Hoewel de overheid in het begin van deze eeuw de ambitie had geformuleerd om het aandeel zelfbouw te vergroten, is het percentage zelfbouw vanaf midden jaren negentig geleidelijk gedaald van 17% in 1995 tot jaarlijks circa 10% in de periode 2005-2009 (Boelens et al., 2010). Dat neemt niet weg dat er in Nederland duidelijk regionale verschillen zijn in zelfbouw. In Oost-Nederland en in niet stedelijk gebied wordt relatief meer zelfbouw gerealiseerd dan in West-Nederland en in stedelijke regio's (voetnoot blz 13, Boelens, et al., 2010). Echter, de belangstelling voor zelfbouw is groter bij mensen met een bovenmodaal inkomen (gegevens WoON2009 in Boelens et al, 2010). Bovendien blijkt uit het onderzoek van de SEV (Boelens, et al., 2010) dat zelfbouw in het algemeen niet kostenbesparend werkt, mede omdat een deel van de besparingen wordt gebruikt voor extra begeleiding. Zelfbouw duurt ook gemiddeld 2 tot 3 jaar langer dan traditionele bouw.

Bij de projectmatige woningbouw kan de bouwkolom zodanig worden aangepast dat de koper veel vroeger in het bouwproces wordt betrokken.

8.2 Meer invloed van koper in het bouwproces?

De in Nederland aangeboden concepten kennen vooral een opzet waarbij gekozen kan worden uit plattegronden, waarbij door middel van 3D grafische technieken visualisaties worden getoond van bestaande plattegronden. Deze visualisaties tonen bestaande 'experience-huizen' (Wooniversum). Het blijkt dat er veelal sprake is van een beperkte aanpassing van het traditionele bouwproces waarbij de bouwconsument weliswaar een beter inzicht krijgt in het product doormiddel van 3D visualisaties, maar niet meer mogelijkheden tot invloed op het ontwerp ervaart.

Onderzoek van Lee en Ha in Zuid-Korea (2013) toont de mogelijkheden tot een verdere integratie van de koper in het bouwproject. Zuid-Korea heeft een zeer snelle urbanisatie doorgemaakt, waarbij veel uniforme hoogbouw is gerealiseerd. Daarbij wordt gebouwd met standaardplattegronden. Kopers van nieuwbouw blijken net als in Nederland bij oplevering niet tevreden met de woningplattegrond. Lee en Ha (2013) laten zien dat verdere integratie van de koper in het bouwproces gerealiseerd kan worden door een gebruikersinterface te ontwerpen voor kopers waarmee ze aanpassingen kunnen doen aan hun woningplattegrond in het BIM-model van de bouwer. Het interactieve BIM model liet de koper direct de prijseffecten zien en toonde ook 3D-visualisaties van de aangebrachte veranderingen (zie Figuur 11). De kopers konden de buitenafmetingen van de plattegrond niet aanpassen; deze waren gefixeerd. Hoewel de interface verder ontwikkeling behoeft, leidde deze aanpak wel tot hoge klanttevredenheid.

	Default	One family member	Two family members	Four family members
Family features	Four family members: a couple and two children	A single female, 39 years old	Elderly couple, 65 and 63 years old	A couple 37 and 36 years old and their sons, 8 and 5 years old
Floor plan				
3D isometric				
3D image				
Unit features	<ul style="list-style-type: none"> • There are a master bedroom, a living room, and a kitchen in the southward area. 	<ul style="list-style-type: none"> • Remove the private bathroom and expand the dressing room. • Expand the living room 	<ul style="list-style-type: none"> • Expand the master bedroom and living room. • Move the kitchen to the northward area. 	<ul style="list-style-type: none"> • Switch the master bedroom and children's room. • Join rooms 2 and 3 for the couple and make a dressing

Figuur 11 Voorbeeld van consumentengericht bouwen in Zuid-Korea (Lee en Ha, 2013)

Het in Nederland door Woonconnect.nl gehanteerde concept berust op het gebruik van een bibliotheek van BIM modellen waarbij vooraf gestandaardiseerde opties worden aangeboden. Net als in het hierboven beschreven onderzoek van Lee en Ha, krijgt de bouwconsument dankzij dit systeem in de vroege fasen van het ontwerp direct inzicht in de kosten van zijn keuzes. Deze keuzes worden bovendien gevisualiseerd. Daarnaast toont het de invloed duurzame keuzes op de te verwachten energielasten. Het Woonconnect.nl model lijkt sterk op het Zuid Koreaanse voorbeeld, het verschil zit hem in de mate waarin de consument zijn individuele woonwensen kan vervullen of uit een beperkte set van opties kan kiezen.

Voordelen van een dergelijke interactieve benaderingen is dat daarmee goed kan worden aangesloten op onderzoek naar de waardering van ontwerp- en inrichtingskenmerken onder kopers.

Uit onderzoek met afbeeldingen van 3D-virtuele omgevingen van Riccardo et al. (2012) blijkt bijvoorbeeld dat de grootte van de ramen, het soort zonwering en een 'groene gevel' voor bewoners belangrijker zijn dan de complexiteit van de gevel en het materiaalgebruik. Onderzoek naar de waardering van ontwerp- en inrichtingskenmerken wordt door bewoners beter begrepen bij gebruik van visualisaties, maar dergelijk onderzoek is slechts beperkt beschikbaar.

8.2.1 Aanpassing van de bouwkolom

Het versterken van de positie van de koper vergt feitelijk een aanpassing van de bouwkolom. Het is voor een koper lastig om zich een goede voorstelling te kunnen maken van de woning op basis van de aangeleverde informatie. Tussen koop en oplevering van de woning kunnen zich omstandigheden voordoen waardoor iemands wensen gaande het proces veranderen. Bij consumentengerichte bouwconcepten krijgt de koper daarom de mogelijkheid om in een laat stadium nog aanpassingen te maken, als bijvoorbeeld het casco al staat. Om wensen in een zo laat mogelijk stadium te kunnen realiseren, vergen consumentengerichte bouwconcepten een hoge mate van ketenintegratie. Een beter bouwproces, doordat de verwachtingen en ervaring van kopers beter zijn afgestemd, kan leiden tot minder interne kosten aan de zijde van de bouwers.

Uit het onderzoek van Piso (2011) blijkt echter dat ook consumentengerichte bouwconcepten met een traditionele bouwprocesorganisatie worden aangeboden. Van de huidige trendsetters in consumentengericht bouwconcepten mag verwacht worden dat ze de huidige concepten verder ontwikkeling via cocreatie of collectief particulier opdrachtgeverschap. Echter, een algemene versterking van de positie van de consument vraagt betrokkenheid (inzet) van trendvolgers. Daarbij kan gebruik worden gemaakt van de veranderingen als gevolg van de crisis. Anders dan voor de crisis zijn veel grondposities nu in handen van de gemeenten. De gemeente kan in zijn selectieprocedure bij de verkoop van de grond niet alleen eisen stellen ten aanzien van de positie van de koper (cocreatie), maar ook ten aanzien van de kwaliteit van de aannemer (gespreksnotities VEH). Sturing op de kwaliteit van de aannemer vergt prestatie-informatie over aannemers. Dit kan op basis van een goed integraal benchmarksysteem.

9 Advisering ten aanzien van een landelijk Benchmarkingsysteem

In dit hoofdstuk zal worden getracht een schets te maken van een nieuw op te zetten, landelijke benchmarkingsysteem dat verschillende bronnen (zie hoofdstuk 7) gebruikt om de bouwconsument beter te informeren over potentiële bouwers voor zijn of haar bouwproject.

Na een korte achtergrondschets, zal in dit hoofdstuk eerst de opzet voor een systeem van benchmarking worden beschreven. Vervolgens zullen een aantal eisen en randvoorwaarden aan zowel het benchmarkingsysteem als de verschillende bronnen worden beschreven. Daarna volgt een korte bespreking van de organisatie van benchmarking. Tot slot zal iets worden gezegd over de mogelijkheden tot implementatie.

9.1 Samenvatting en achtergrond

Door de economische crisis is de markt voor bouwconsumenten veranderd van een vragersmarkt naar een kopersmarkt. Daar waar bouwers voor 2009 het aanbod van nieuwbouwwoningen bepaalden, omdat het toch wel verkocht werd, is door het instorten van de woningmarkt een situatie ontstaan waarin kopers meer kunnen eisen. Dit geldt overigens niet alleen voor kopers van nieuwbouwwoningen, maar voor alle sectoren binnen de woningbouw. Vanwege de economische crisis is ter ondersteuning van de bouw de BTW op arbeid verlaagd, waardoor het voor mensen aantrekkelijker is om hun woning te verbouwen of om renovatie- of onderhoudswerkzaamheden uit te laten voeren. Daar waar het voor de crisis moeilijk kon zijn om een vakman te vinden voor kleinere opdrachten (Van der Veen en Laudy, 2005), geldt ook hier dat de eigenaar van een woning een betere onderhandelingspositie heeft dan tevoren. Uit onderzoek van Drentje (Drentje, 2013) blijkt echter dat het steeds moeilijker is geworden om financiering te krijgen voor het verbeteren en verduurzamen van woningen en het plegen van onderhoud. Eind 2009 bestaat nog 13% van het totale aantal hypotheekaanvragen uit aanvragen in verband met woningverbetering; in juni 2013 is dit aandeel geslonken tot ongeveer 3%. Tegelijkertijd laat Drentje zien dat het aandeel verkochte woningen met een slecht tot redelijk onderhoudsniveau sinds het begin van de crisis is toegenomen. Dit doet zich voor bij alle woningtypes, met uitzondering van de appartementen.

Ondanks de financieringsproblemen bieden de huidige marktomstandigheden de bouwconsument de ruimte om meer dan voorheen te letten op prijs/kwaliteitsverhoudingen ten aanzien van het gewenste product en de geleverde service. Daarbij gaat het doorgaans om producten en services waar de gemiddelde bouwconsument weinig kennis over heeft. Het zijn complexe beslissingen, mede omdat de bouwconsument er maar weinig ervaring mee heeft en het om grote bedragen gaat. Uitzonderingen daargelaten, is de bouwindustrie te karakteriseren als een bedrijfstak waarbij de bouwconsument weinig inbreng heeft en waarbij de informatie en communicatie over het product voor de bouwconsument moeilijk te begrijpen is. Het is met andere woorden in zekere zin maar afwachten of de consument ook daadwerkelijk iets heeft gekocht dat aansluit bij zijn woonwensen, laat staan dat hij in staat is om te beoordelen of het bouwproduct van voldoende kwaliteit is. De gedachte achter dit rapport is dat een benchmarksysteem de bouwconsument zou kunnen ondersteunen bij de besluitvorming over de bouwer waarmee hij in zee gaat door de koop van een nieuwbouwwoning of vanwege een verbouwing, renovatie of onderhoud van zijn woning. Daarbij verhoogt een benchmarksysteem ook als het economisch beter gaat de transparantie ten aanzien van over de prijskwaliteitverhouding en draagt zodoende op de langere termijn bij aan een hogere kwaliteit tegen een lagere prijs. Dit is niet alleen van belang voor de individuele bouwconsument, maar ook voor andere opdrachtgevers, als overheden en woningcorporaties.

9.2 Opzet voor benchmarking

Uit de voorafgaande hoofdstukken komt een sterk versnipperd beeld naar voren van verschillende meetinstrumenten die veelal bedoeld zijn om een deelaspect van de eerder benoemde kwaliteit meetbaar te maken. Al deze instrumenten zijn in aanleg niet ontwikkeld ten behoeve van een integraal benchmarksysteem voor het beter informeren van bouwconsumenten. Voor de ontwikkeling van een landelijke benchmarking hoeft dit geen probleem te zijn. Het is goed mogelijk om een start te maken met het proces van benchmarking door te kiezen voor een combinatie van bestaande instrumenten en nieuw te ontwikkelen instrumenten.

Er is vooralsnog geen onderzoek gevonden waaruit blijkt wat het relatieve belang is van eventuele benchmarkcriteria voor de waardering van woningkenmerken, de bouwtechnische kwaliteit en de servicekwaliteit voor het realiseren van 'good' of 'best' practices in de bouw. De gedachte achter Bouwnu.nl van het SKB is dat prestaties van aannemers het beste kunnen worden vergeleken aan de hand van de tevredenheid van de bouwconsument met in hoofdzaak de servicekwaliteit van de aannemers. Op het gebied van de bouwtechnische kwaliteit daarentegen valt op dat de meeste certificaten, waarborgen en keurmerken betrekking hebben op de vraag of de woning ook aan de vooraf gestelde energieprestatie voldoet. Met andere woorden, uit de dagelijkse praktijk zou opgemaakt kunnen worden dat de prestaties van bouwers onderling het beste beoordeeld zou kunnen worden op basis van de afwijking van de taakstellende energieprestatie. De gedachte achter dit rapport is dat gekozen wordt voor een perspectief vanuit de consument. Dat is een ander perspectief dan dat in feite achter de ontwikkeling van de meeste van de instrumenten in het raamwerk van Figuur 10 steekt. Voor een goede benchmarking worden de volgende benchmarkcriteria relevant geacht:

- Prijsbeleving
- Bouwkwaliteit
- Servicekwaliteit
- Woningkenmerken
- Invloed consument

9.2.1 Prijsbeleving

Vanuit het oogpunt van de bouwconsument ligt het veeleer voor de hand om de prijsbeleving (zie ook paragraaf 3.3.2) te gebruiken in de benchmarking. De bouwconsument koopt een verbouwing of een huis, en hoewel de servicekwaliteit daarbij een rol speelt, koopt de bouwconsument geen service maar een product. Wel is de prijsbeleving, zoals beschreven in paragraaf 3.3.2, nauw verbonden met waardering, klanttevredenheid én servicekwaliteit. Prijsbeleving wordt doorgaans onderzocht door de (latere) transactiewaarde af te zetten tegen de acquisitiewaarde van een huis. Ingeval van een verbouwing zou de extra transactiewaarde die de verbouwing oplevert, gebruikt kunnen worden. Hoewel de prijsbeleving de economische waarde van een huis weerspiegelt, geeft deze ook zicht op de toegevoegde waarde van de sociale, hedonische en altruïstische waarde samen. In paragraaf 3.4 en ook in hoofdstuk 6 is al toegelicht dat waardering ontstaat tijdens de vele verschillende stadia van het aankoopproces (Woodruff, 1997), terwijl tevredenheid daar en tegen ontstaat pas nadat het product is gekocht en gebruikt (Hunt, 1977; Oliver, 1981). Een consument kan een huis of een verbouwing dus wel waarderen, maar kan er pas tevreden over zijn nadat het is gerealiseerd (zie Figuur 3). Klanttevredenheid wordt echter niet alleen bepaald door de waardering voor het product. Algemeen leidt de waargenomen kwaliteit van een product in combinatie met de prijsbeleving tot

waardering voor een product. De waardering leidt dan weer tot klanttevredenheid en dat leidt dan weer tot loyaliteit aan de bouwer (Gallarza, et al., 2011).

9.2.2 Bouwtechnische kwaliteit

Vanwege de verwevenheid van verschillende concepten volstaat het niet om een benchmark alleen in te richten op basis van prijsbeleving. De waardering, de bouwtechnische en de servicekwaliteit zijn zoals gezegd ook van belang. Daartoe kan ten dele gebruik gemaakt worden van bestaande gegevens. Dit geldt bijvoorbeeld voor de gegevens over de bouwtechnische kwaliteit. Gegeven het feit dat het merendeel van de bestaande meetinstrumenten betrekking heeft op het meetbaar maken van verborgen gebreken die van invloed zijn op de duurzaamheid, wordt geadviseerd om de gegevens die uit één deze instrumenten op te nemen in het integrale benchmarksysteem. Een meting als die van BouwTransparant (verborgen gebreken) in combinatie met de opleverkeuring van de VEH (zichtbare gebreken) zou een goede basis kunnen zijn om mee te beginnen. De opleverkeuring van VEH wordt bij ongeveer 80% van alle opleveringen van nieuwbouwwoningen uitgevoerd en heeft daarmee een zeer hoge dekking. Voor zowel BouwTransparant als VEH geldt dat het onafhankelijke partijen zijn, waarbij tevens de betrouwbaarheid van de gegevens is gewaarborgd. Dit laatste is van belang met het oog op de in paragraaf 9.2 nader toegelichte randvoorwaarden bij benchmarking.

9.2.3 Servicekwaliteit

Voor de beoordeling van de servicekwaliteit geldt dat de beschreven instrumenten alleen de tevredenheid meten en met deze instrumenten niet naar de verwachtingen van de bouwconsument wordt gevraagd. Bovendien geldt voor BouwGarant dat de vragen met een ander doel zijn geformuleerd, namelijk als kwaliteitscontrole in verband met de toekenning van een keurmerk. Ditzelfde doel gold tot een aantal jaar geleden ook voor SKB. Dat hoeft voor implementatie in benchmarking geen probleem te zijn, maar het vraagt wel nadere beoordeling omdat de vragen hierdoor vanuit het perspectief van de bouwer zijn opgesteld en niet vanuit het perspectief van de bouwconsument. Het voordeel van SKB is dat ze de gegevens online ontsluiten. Het voordeel van BouwGarant is dat het instrument korter is (minder vragen). BouwGarant wordt als een neutrale partij beschouwd vanwege hun positie bij conflicten tussen bouwconsument en bouwer. Zodoende heeft BouwGarant er belang bij dat de bouwer de koopovereenkomst nakomt.

9.2.4 Woningkenmerken

Uit hoofdstuk 4 blijkt dat er een groot aantal potentiële woningkenmerken zijn die de waardering van de woning door de bouwconsument beïnvloeden. Deels betreft dit gegevens die via bestaande databestanden als de BAG ontsloten kunnen worden. Mogelijk zijn de gegevens van WoonKeur of het PKVW relevant. Dit moet echter nader onderzocht worden. Anderzijds geldt dat in een vragenlijst voor de bouwconsument ook een aantal vragen ten aanzien van de waardering van bepaalde woningkenmerken kunnen worden opgenomen, indien uit nader onderzoek blijkt dat dit van belang is voor de prijsbeleving door de bouwconsument.

9.2.5 Invloed van de bouwconsument

Er zijn een aantal bouwers die een consumentengericht bouwconcept op de markt brengen. Uit een klanttevredenheidsonderzoek blijkt dat kopers daadwerkelijk aangeven in een later stadium hun wensen te kunnen uiten (Piso, 2011). Deze consumentgerichte bouwconcepten worden echter voornamelijk gerealiseerd via meer/minderwerk opties. Op dit punt zijn kopers overwegend negatief (Piso, 2011; VEH, 2011). Het algemeen gedeelde bezwaar is dat men geen waar voor zijn geld krijgt

als men minderwerk doet, terwijl de kosten voor meerwerk onevenredig hoog liggen (VEH, 2011). Dat komt omdat bij minderwerk niet de marktwaarde vergoed wordt, maar de kostprijs minus de overeengekomen korting. Voor meerwerk betaalt de consument echter de marktwaarde minus de overeengekomen korting met daarbij een bonus die moet worden afgedragen aan de bouwer. Door consumentengerichte bouwconcepten via meer/minderwerk te realiseren, wordt door de bouwer derhalve extra aan dergelijke consumentengerichte concepten verdiend. Uit het onderzoek van VEH uit 2011 bleek dat de gemiddelde kosten voor meer/minderwerk bijna €22.000 bedroegen. Deels worden er zeker ook extra kosten gemaakt door het realiseren van virtuele omgevingen op een fysieke locatie of op websites. Deze virtuele omgevingen tonen de consument een groot aantal mogelijkheden, maar uit klanttevredenheidsonderzoek (Piso, 2011) blijkt dat door de informatie vooraf de indruk werd gewekt dat er meer mogelijk was dan in de praktijk. Bijkomend probleem is dat kopers hun woonwensen moeilijk kunnen vertalen in een plattegrond (Van Battum en Andeweg, 2000; Piso, 2011). Blijkbaar zijn de virtuele omgevingen ten dele te beschouwen als moderne versies van sfeerimpressies. In Zuid-Korea en in Nederland wordt geëxperimenteerd met veel verdergaande vormen van individueel maatwerk in projectmatige bouw (Lee en Ha, 2013) door kopers hun eigen appartement binnen de buitengrenzen van hun appartement te laten ontwerpen in 3D. Hierbij wordt gebruik gemaakt van een interface met het bouw informatiemodel (BIM-model) van de bouwers, zodat ook de kosten rechtstreeks verdisconteerd kunnen worden. Gezien de toenemende behoefte aan 'maatwerk tegen een confectieprijs' en tegen het licht van een verdere verduurzaming van de bouw, is het wenselijk om de positie van de bouwconsument te versterken door hier in een benchmarksysteem ook een aantal beoordelingscriteria voor op te nemen.

Voor bouwconsumenten in de verbouwmarkt geldt dat het inspelen op wensen van de consument van groot belang is bij grotere opdrachten. Bij kleinere opdrachten tot ongeveer €30.000 was voor de crisis de prijs vaak van doorslaggevend belang (Van der Veen en Laudy, 2005). Er is geen recenter onderzoek gevonden, zodat niet duidelijk is of het inspelen op wensen van de consumenten inmiddels ook bij kleinere projecten aan belang heeft gewonnen.

9.2.6 Relatieve belang van de verschillende benchmarkcriteria

In aanvulling op het voorafgaande geldt dat nog niet duidelijk is hoe de verschillende benchmarkcriteria ten opzichte van elkaar gewogen dienen te worden. Er is geen onderzoek gevonden naar het relatieve belang van deze kwaliteitsaspecten in de totale besluitvorming van de consument. Dit geldt zowel de besluitvorming van de bouwconsument in de nieuwbouw als in de verbouwmarkt. Wel is uit onderzoek van het ruimtelijk planbureau (Visser en Van Dam, 2006) bekend dat fysieke woningkenmerken, met name inhoud/woonoppervlakte, het aantal kamers en de aanwezigheid van een tuin een substantiële invloed (25%) hebben op de prijs van grondgebonden koopwoningen, zowel in de stad als in het landelijk gebied. Deze kenmerken zijn in de stad ook voor kopers van appartementen van belang (18%), maar deze leggen op het platteland minder gewicht in de schaal (10%).

9.2.7 Invloed van verschillende deelmarkten

Er worden zowel voor verbouw als nieuwbouw waarborgen, garanties, certificaten en tevredenheidsmetingen gedaan die voor een benchmarksysteem gebruikt kunnen worden om de bouwconsument te informeren over de bouwtechnische, de functionele en de servicekwaliteit die een bouwer biedt. Een belangrijk verschil tussen de besluitvorming van de bouwconsument over nieuwbouw en verbouw is dat de bouwconsument in de verbouw zich meer laat leiden door mond-

tot-mond reclame (zie ook Figuur 1). Dit komt doordat, anders dan de nieuwbouw, de verbouw is te karakteriseren als een lokale markt waarin veel aanbieders opereren. Daarnaast is het proces dat een bouwconsument doorloopt in beide deelmarkten anders. Bij verbouw regelt de bouwconsument het ontwerp vaak zelf, terwijl bij projectmatige nieuwbouw het ontwerp gereed is voordat de bouwconsument in het proces betrokken raakt.

Een en ander betekent dat nader onderzocht moet worden of er voor de verschillende deelmarkten (nieuwbouw, verbouw) deels andere benchmarkcriteria moeten worden geformuleerd. Daarnaast is het van belang om na te gaan of organisatiekenmerken van de bouwers van invloed is op de prijsbeleving van de bouwconsument. Voorbeelden van organisatiekenmerken zijn bijvoorbeeld de grootte van het bedrijf, of eerdere ervaring met consumentgericht bouwen.

9.3 Randvoorwaarden bij benchmarking

Om te komen tot een succesvolle benchmark van bouwers zijn er een aantal methodologische randvoorwaarden te formuleren waaraan voldoen moet worden (Groat & Wang, 2002). Deze randvoorwaarden gelden zowel voor de benchmarkorganisatie (zie paragraaf 9.3) als voor de bronnen die worden gebruikt om de benchmark op te baseren.

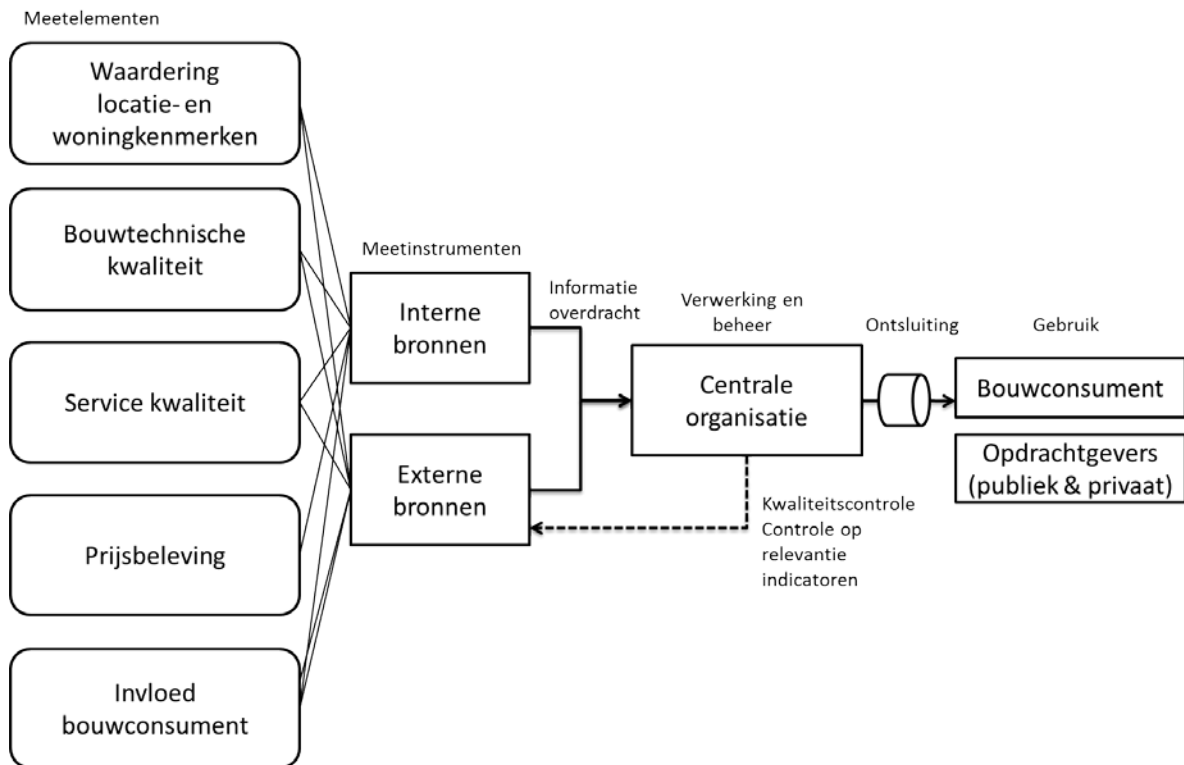
- Allereerst is van belang dat de gegevens verzameld en beheerd worden door een *onafhankelijke partij*. Dat betekent dat er geen afhankelijkheidsrelatie mag bestaan tussen de instantie die de gegevens verzamelt en beheert en de bouwers. Dit is belangrijk, bijvoorbeeld omdat bouwconsumenten de neiging hebben om minder deel te nemen aan onderzoek dat niet onafhankelijk is van bouwers en het daarom een vertekening kan geven van resultaten.
- De *betrouwbaarheid* van de gegevens op basis waarvan benchmarking plaats vindt, dient gewaarborgd te zijn. Niet alleen moeten procedures vastgelegd zijn; het is ook van belang dat er steekproefsgewijs gecontroleerd wordt of gegevens goed zijn vastgelegd. Voor vragenlijstgegevens geldt dat sociaal wenselijke antwoorden en antwoordtendenties vermeden moeten worden. Bij een lange vragenlijst kan vermoeidheid optreden en kan het gebeuren dat mensen telkens hetzelfde antwoord geven; aan de andere kant wordt het meetbaar maken van een benchmarkcriterium door middel van 1 vraag als minder betrouwbaar gezien dan door middel van een aantal vragen voor zover deze niet volledig overlappend zijn (Dijkstra & Smit, 1999).
- Een volgende criterium is *of er inderdaad gemeten wordt, wat men beoogt (validiteit)*. Voor sommige benchmarkcriteria zal dit geen probleem opleveren omdat het om eenduidige concepten gaat. Dat geldt niet voor begrippen als loyaliteit, klantenbinding. Men kan aangeven dat men van plan is bij een volgende verbouwing de opdracht aan dezelfde bouwer te verstrekken, maar daarmee is niet gezegd dat iemand dat daadwerkelijk ook gaat doen. Bovendien, bij tevredenheid over de geboden service speelt niet alleen het verschil tussen de verwachte en ervaren service een rol, maar bijvoorbeeld ook of de service conform de aanvankelijke verwachting was. Met andere woorden, het kan erg lastig zijn om uit te maken of iemand tevreden is omdat men weinig had verwacht en daarin niet is teleurgesteld, of dat men tevreden is omdat men weinig had verwacht en de service boven verwachting goed was (Dijkstra & Smit, 1999; Jiang, et al., 2012).

- De benchmarkcriteria moeten in voldoende mate onderscheid maken tussen de bouwers om een vergelijking mogelijk te maken en verbetering zichtbaar te laten zijn. Met andere woorden de criteria moeten voldoende *onderscheidend vermogen* hebben (ROB, 2002).
- Bij subjectieve evaluaties als het meten van tevredenheid, moet rekening worden gehouden met het moment (*timing*) waarop het onderzoek plaats vindt. Er mag verondersteld worden dat een moment vlak na de oplevering van het werk een positieve vertekening geeft van de tevredenheid van de bouwconsument, omdat bekend is dat iemands stemming de beoordeling kleurt (Zins, 2001). Voor bouwconsumenten vormt nieuw/verbouw een grote investering, waarbij het bouwproces afhankelijk van de omvang van het project veel tijd in beslag neemt. Als dan het project eindelijk wordt opgeleverd, overheersen in eerste instantie blijdschap en als gevolg daarvan gunstigere scores. Daarnaast geldt dat tevredenheid en ontevredenheid over langere periode gemeten zou moeten worden, omdat sommige aspecten als bijvoorbeeld het comfort van de woning (geen tocht) pas na een winterperiode goed te beoordelen zijn.

9.4 Opzet voor de organisatie van de benchmarking

Het ontbreekt in Nederland aan een integraal en alles omvattend centraal punt waar de bouwconsument onafhankelijke, betrouwbare en uitgebreide informatie kan inwinnen over de geleverde kwaliteit door een bouwer en de ervaringen die bouwconsumenten hebben gehad met een bouwer. Een landelijk integraal benchmarksysteem dat dergelijke informatie ontsluit aan de bouwconsument en andere opdrachtgevers in de bouw, kan hier een bijdrage aan leveren.

Om een dergelijk benchmarkingsysteem mogelijk te kunnen maken, moeten er zowel interne als externe bronnen ontsloten worden. Met interne bronnen worden nog te ontwikkelen meetinstrumenten bedoeld die aspecten meten die (nog) niet door derden worden gemeten; met externe bronnen worden reeds bestaande meetinstrumenten bedoeld. Een voorbeeld van een dergelijke interne bron betreft een nader vast te stellen vragenlijst waarin naar prijsbeleving, de mate van invloed die de bouwconsument naar eigen beleving heeft, woningkenmerken en de verwachtingen en tevredenheid met de servicekwaliteit en het bouwproduct wordt gevraagd. Externe bronnen betreffen gegevens als informatie over de BAG, opleverkwaliteit, enz.



Figuur 12 Organisatie van de benchmarking

Een en ander vraagt om de oprichting van een organisatie die toegang wordt verschaft tot deze verschillende bronnen (zie Figuur 12). Dit vereist t bij de externe bronnen om een database waarin de uitgevoerde metingen zijn opgeslagen, en om een interface tussen de centrale organisatie en deze externe bronnen ten behoeve van de overdracht van de meetinformatie. De centrale organisatie verzorgt vervolgens de verwerking, beheer en de ontsluiting van de gegevens aan de bouwconsument en ziet toe op de kwaliteitsborging. Daar waar meetelementen niet of onvoldoende meetbaar zijn gemaakt door externe bronnen of waar externe bronnen niet toegankelijk zijn, zal de centrale organisatie eigen metingen (m.a.w. het vormen van interne bronnen) moeten ontwikkelen. Daarnaast dient de organisatie wetenschappelijk onderzoek te ontwikkelen of te faciliteren om:

- wegingsfactoren vast te stellen (het gewicht van de benchmarkcriteria t.o.v. elkaar);
- na te gaan of per deelmarkt andere weegfactoren of een aangepaste set van benchmarkcriteria moeten worden ontwikkeld;
- na te gaan of organisatiekenmerken (grootte, omzet, deelmarkt) van invloed zijn op de benchmarking;
- onderzoek te doen naar de methodologische kwaliteit (validiteit, betrouwbaarheid) van de benchmarking.

9.5 Implementatie van benchmarking

De impact van een landelijke benchmarkstelsel zal afhangen van meerdere factoren. Een van de belangrijkste factoren is waarschijnlijk de dekkingsgraad ten aanzien van het totale aantal bouwers en het aantal projecten dat jaarlijks wordt uitgevoerd.

In de projectmatige nieuwbouw die ongeveer 85% van de totale nieuwbouw betreft, heeft de bouwconsument geen reële vrijheid om zijn keuze te baseren op de kwaliteit van de bouwer.

Daarmee is de koper feitelijk niet degene die vooraf eisen kan stellen aan de geleverde kwaliteit. Voor de meeste bouwers geldt dat er al jaren gesproken wordt over consumentengericht bouwen, maar dat het merendeel zich beperkt tot standaard meer/minderwerk, of tot een uitgebreidere keuze van meer/minderwerkopties om beperkt met het volume en de gevel te variëren (aanbouwopties/extra verdieping) (Hof & Rosenboom, 2013; Van der Veen & Laudy, 2005). Wil het tot een succesvolle implementatie van benchmarking komen, dan vraagt dat om enige sturing. Met het vervallen van bouwclaims zijn veel grondposities de afgelopen jaren teruggevallen aan de gemeente. Daarmee hebben gemeenten een sleutelpositie in handen bij de uitgifte en ontwikkeling van nieuwbouwlocaties (Rabobank cijfers & trends, 2013). Gemeenten kunnen bij de selectie van bouwers eisen stellen aan de minimale bouwtechnische, functionele en servicekwaliteit op basis van het benchmarksysteem. Daarnaast kunnen gemeenten bij selectie eisen stellen betreffende de positie van de bouwconsument.

Op dit moment is het zo dat er sprake is van een kennisachterstand bij sommige bouwers. Deze marktpartijen zien de wensen van de klant als afwijking op de standaard, terwijl feitelijk een grondige herziening van de bouwplaatsorganisatie en bouwvoorbereiding noodzakelijk is (Van der Veen & Laudy, 2005). Een belangrijk voordeel van een vroegere betrokkenheid van de bouwconsument in het bouwproces, is dan ook dat daarmee de innovatie in de bouw wordt gestimuleerd.

Referenties

- Andersen, H. S. (2011). Motives for tenure choice during the life cycle: the importance of non-economic factors and other housing preferences. *Housing, Theory and Society*, 28(2), 183-207.
- Arditi, D., & Lee, D.-E. (2003). Assessing the corporate service quality performance of design-build contractors using quality function deployment. *Construction Management & Economics*, 21(2), 175-185.
- Assael, H. (1984). Consumer behavior and marketing action.
- Auchterlounie, T. (2009). Recurring quality issues in the UK private house building industry. *Structural Survey*, 27(3), 241-251.
- Barlow, J., & Ozaki, R. (2003). Achieving 'customer focus' in private housebuilding: Current practice and lessons from other industries. *Housing Studies*, 18(1), 87-101.
- Boelens, L., Boonstra, B., Bolt, G., Brouwer, J., Hooimeijer, P., & Nonnekens, N. (2010). Self-built housing in reflection: Zelfbouw in reflectie, SEV, Rotterdam.
- Bolton, R. N., & Drew, J. H. (1991). A multistage model of customers' assessments of service quality and value. *Journal of consumer research*, 375-384.
- BouwGarant. (2012). Totaalrapportage Niesing Bouwbedrijf B.V., datum 12 april 2013. Retrieved 1 juli 2014, 2014, from www.niesing.nl/index_htm_files/Bouwgarant%20Tevredenheidsmeter.pdf
- BouwTransparant-b. (2012). from <http://www.bouwtransparant.nl/uploads/file/Algemene%20beschrijving%20BouwTransparant2.pdf>
- BouwTransparant. (2012). from http://www.google.nl/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CCAQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.bouwtransparant.nl%2Fuploads%2Ffile%2F12309JNEE586306%2520Jaaroverzicht%25202012%5B1%5D.pdf&ei=1_DCU4DPJoeYO4-rgKgO&usg=AFQjCNFM3b0PjrlE37bLMavK_ROWsR_UVQ&sig2=JOlgk4QVNVyLVSCGKNFqTQ
- BZK. (2013). *Cijfers over Wonen en Bouwen*. Den Haag: Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties.
- Coolen, H., Boelhouwer, P., & van Driel, K. (2002). Values and goals as determinants of intended tenure choice. *Journal of Housing and the Built Environment*, 17(3), 215-236.
- Costa, D., Formoso, C., Kagioglou, M., Alarcón, L., & Caldas, C. (2006). Benchmarking Initiatives in the Construction Industry: Lessons Learned and Improvement Opportunities. *Journal of Management in Engineering*, 22(4), 158-167.
- Cravens, D. W., Holland, C. W., Lamb Jr, C. W., & Moncrief III, W. C. (1988). Marketing's role in product and service quality. *Industrial Marketing Management*, 17(4), 285-304.
- Daily, C. M., Dalton, D. R., & Rajagopalan, N. (2003). Governance through ownership: Centuries of practice, decades of research. *Academy of Management Journal*, 46(2), 151-158.
- De Vreeze, N. (1993). *Woningbouw. Inspiraties en ambities, kwalitatieve grondslagen van de sociale woningbouw in Nederland*, 92.
- Dijkstra, W., & Smit, J. H. (1999). *Onderzoek met vragenlijsten: een praktische handleiding*: VU Uitgeverij.
- Dodds, W. B. (1991). In search of value: how price and store name information influence buyers' product perceptions. *Journal of Services Marketing*, 5(3), 27-36.
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). Effects of price, brand, and store information on buyers' product evaluations. *Journal of marketing research*, 307-319.
- Drentje, A. (2013). *Kopen na de crisis*. (No. P25820). Amsterdam: RIGO.
- Drew, R. B., & Herbert, C. E. (2013). Postrecession Drivers of Preferences for Homeownership. *Housing Policy Debate*, 23(4), 666-687.
- EIB. (2014). *Verwachtingen bouwproductie 2014-2019*. Paper presented at the Debat bouwarbeidsmarkt. Retrieved from <http://www.eib.nl/pdf/eib-congres-2014.pdf>

- Gallarza, M. G., Gil-Saura, I., & Holbrook, M. B. (2011). The value of value: further excursions on the meaning and role of customer value. *Journal of Consumer Behaviour*, 10(4), 179-191.
- Groat, L., & Wang, D. (2002). *Architectural research methods*: Wiley.
- Gronroos, C. (1990). Service management and marketing.
- Hess Jr, R. L., Ganesan, S., & Klein, N. M. (2007). Interactional service failures in a pseudorelationship: The role of organizational attributions. *Journal of Retailing*, 83(1), 79-95.
- Hof, B., & Rosenboom, N. (2013). *Positie bouwconsument* (No. 2013-59). Den Haag: SEO.
- Holbrook, M. B. (2006). Consumption experience, customer value, and subjective personal introspection: An illustrative photographic essay. *Journal of Business Research*, 59(6), 714-725.
- Holm, M. G. (2000). Service management in housing refurbishment: a theoretical approach. *Construction Management & Economics*, 18(5), 525-533.
- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). Theory of buyer behavior.
- Hunt, H. K. (1977). *Conceptualization and measurement of consumer satisfaction and dissatisfaction*: Marketing Science Institute.
- Jiang, J., Klein, G., & Saunders, C. (2012). Discrepancy Theory Models of Satisfaction in IS Research. In Y. K. Dwivedi, M. R. Wade & S. L. Schneberger (Eds.), *Information Systems Theory* (Vol. 28, pp. 355-381): Springer New York.
- Kärnä, S., Junnonen, J.-M., & Sorvala, V.-M. (2009). Modelling structure of customer satisfaction with construction. *Journal of Facilities Management*, 7(2), 111-127.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Dirección de marketing*: Pearson educación.
- Kuindersma, P., & Ruiter, C. (2007). Onderzoek naar de woonkwaliteit van het binnenmilieu van nieuwe woningen. *Utrecht, Adviesbureau Nieman*.
- Lee, S., & Ha, M. (2013). Customer interactive building information modeling for apartment unit design. *Automation in Construction*, 35, 424-430.
- Liao, C., Chen, J.-L., & Yen, D. C. (2007). Theory of planning behavior (TPB) and customer satisfaction in the continued use of e-service: An integrated model. *Computers in Human Behavior*, 23(6), 2804-2822.
- Loureiro, S. M. C., & Araújo, C. M. B. d. (2014). Luxury values and experience as drivers for consumers to recommend and pay more. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(3), 394-400.
- MarketResponse. (2014). from <http://www.werkspot.nl/media/288/consumentenvertrouwen-ook-zichtbaar-in-aantal-klussen>
- Marlyse-Research. (2011). *Onderzoek Meer-/minderwerk 2011*. Amersfoort.
- Monroe, K. B. (1990). *Pricing: Making profitable decisions*: McGraw-Hill New York.
- Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings. *Journal of retailing*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual. *Journal of retailing*, 64(1), 12-40.
- Piso, D. (2011). Klanttevredenheid vanuit het oogpunt van de kopers. TU Delft.
- Priemus, H., & Ale, B. (2010). Construction safety: an analysis of systems failure: The case of the multifunctional Bos & Lommerplein estate, Amsterdam. *Safety science*, 48(2), 111-122.
- Reed, R., & Mills, A. (2007). Identifying the drivers behind housing preferences of first-time owners. *Property management*, 25(3), 225-241.
- Riccardo, F., Van Oel, C., & De Jong, P. (2012). Neighbourhood regeneration by facade redesign: A visual experiment on energy efficiency and aesthetics. *The International Journal of Architectonic, Spatial, and Environmental Design*, 6(2), 57-80.
- ROB. (2002). *Presteren door leren - Benchmarks in het binnenlands bestuur*. Den Haag.
- Siu, G. K. W., Bridge, A., & Skitmore, M. (2001). Assessing the service quality of building maintenance providers: mechanical and engineering services. *Construction Management & Economics*, 19(7), 719-726.
- Taylor, S. A., & Baker, T. L. (1994). An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumers' purchase intentions. *Journal of retailing*, 70(2), 163-178.

- Torres, I., Greene, M., & Ortúzar, J. d. D. (2013). Valuation of housing and neighbourhood attributes for city centre location: A case study in Santiago. *Habitat International*, 39, 62-74.
- trends, R. c. e. (2013). Thema-update: Bouwsector. from https://www.rabobank.nl/images/thema_update_bouw_06_2013_29550757.pdf
- Valla, J. P. (1982). *The concept of risk in industrial buying behaviour*. Paper presented at the Workshop on organizational buying behavior, European Institute for Advance Studies in Management, Brussels.
- van Battum, M. T., & Andeweg, B. (2000). *Een analyse van verkoopbrochures bij nieuwbouwwoningen*. Delft: RE&H.
- Van Delft, M., & Caarels, M. (2012). (No. VEH-1207_AvW|11900). Amersfoort: The Choice marktonderzoek voor Vereniging Eigen Huis.
- Van der Veen, R., & Laudy, S. (2005). *Marketing in de bouw - op de particuliere markt*. Gouda: Stichting Research en Rationalisatie Bouw
- Visscher, H. (2008). Woningkwaliteit onder controle? *Delft: TUDelft*.
- Visser, P., & Van Dam, F. (2006). *De prijs van de plek: woonomgeving en woningprijs*. Rotterdam, Den Haag: Ruimtelijk Planbureau.
- Vrolijk, M. H., Koning, M. A., & Semenov, R. (2014). *Toekomstperspectieven sloopsector*. Amsterdam: EIB.
- Woodruff, R. B. (1997). Customer value: the next source for competitive advantage. *Journal of the academy of marketing science*, 25(2), 139-153.
- www.curnet.nl. Retrieved 7 juli 2014, 2014
- Yasamis, F., Arditi, D., & Mohammadi, J. (2002). Assessing contractor quality performance. *Construction Management & Economics*, 20(3), 211-223.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*: Simon and Schuster.
- Zins, A. H. (2001). *Timing and Contextual Effects on Satisfaction Measurement*. Paper presented at the European Advances in Consumer Research, Provo, UT

Interviews

27-06-2014: Vereniging Eigen Huis, Steven Wayenberg en Nico Stolwijk, Amersfoort

08-05-2014: Stichting Klantgericht Bouwen, Edwin Groot, Frits Horvers en Onno Oostveen (the Brighthouse), Houten.

Websites

www.bouwtransparant.nl

www.bouwprestaties.nl

<http://www.breeam.nl/>

www.klantgerichtbouwen.nl

www.bouwgarant.nl

<http://www.dubokeur.nl/>

<http://www.passiefbouwen.nl/passief-bouwen>

<http://www.passiefhuisplatform.be/residentiele-gebouwen>

<http://www.woonkeur-skw.nl/>

<http://www.politiekeurmerk.nl/>

<http://www.propertynl.com/>

<http://www.gprgebouw.nl/>