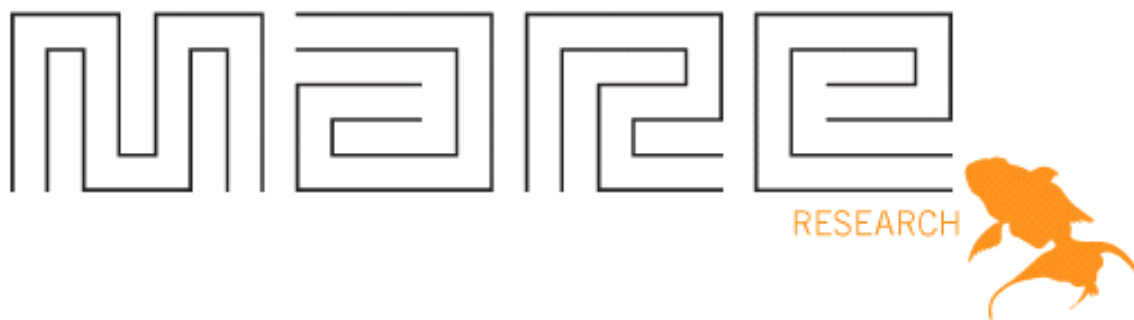




Opleverdossier voor de Bouwconsument

Resultaten van een kwalitatief onderzoek

Kenmerk: 201500114.117.020

Naam projectleider van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en
Koninkrijksrelaties:

Daniëlle Freriks

Namen projectteam MARE Research:

Mirjam Paternotte en Merel van der Weijden

December 2015

© Auteursrecht voorbehouden. Niets uit dit rapport mag worden verveelvoudigd
en/of openbaar gemaakt, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van
het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties

CREATIVE WAYS TO SOLID DECISIONS

INHOUDSOPGAVE

Leeswijzer	3
Hoofdstuk 1: Management summary	4
Hoofdstuk 2: Fase 1, informatiebehoefte en houding Bouwconsument	9
2.1 – Factoren van invloed op de informatiebehoefte en houding Bouwconsument	9
2.1.1 Type woning – bestaande bouw	9
2.1.2 Type woning – nieuwbouw/ nieuw gebouw	10
2.1.3 Type informatie	10
2.1.4 Ervaring van de Bouwconsument	11
2.1.5 De omgang en vorm van de informatie	11
2.1.6 Type Bouwconsument	12
2.1.7 Primaire en secundaire informatiebehoefte	13
2.2 – Wenselijke vorm en invulling van informatiebehoefte	19
2.2.1 Digitaal vs. fysiek	19
2.2.2 Regie en verantwoording	19
2.2.3 Type informatie en privacy	20
2.3 – Conclusies fase 1	21
2.3.1 De Bouwconsument	21
2.3.2 Vraagstuk opleverdossiers	21
Hoofdstuk 3: Overgang fase 1 naar fase 2	23
Hoofdstuk 4: Fase 2, digitale platforms MijnHuis & Mijnwoningprogramma	25
4.1 – Beoordeling prototypes algemeen	25
4.1.1 Positief ontvangen	25
4.1.2 Fit met behoeftes	25
4.1.3 Regie en privacy	27
4.1.4 Afzender	27
4.1.5 Verantwoording over de informatievoorziening	27
4.1.6 Betaalbaarheid	28
4.1.7 Type informatie	29
4.2 – Beoordeling prototype MijnHuis	30
4.2.1 Spontane reacties	30
4.2.2 Relevantie	30
4.2.3 Toegevoegde waarde	31
4.2.4 Toepasbaarheid/ bruikbaarheid	31
4.2.5 Type informatie	31
4.2.6 Waardering	32
4.3 – Beoordeling prototype Mijnwoningprogramma	33
4.3.1 Spontane reacties	33
4.3.2 Relevantie	33
4.3.3 Toegevoegde waarde	33
4.3.4 Toepasbaarheid/ bruikbaarheid	34
4.3.5 Type informatie	34
4.3.6 Waardering	34
4.4 – Beoordeling extra functie	36
4.4.1 Spontane reacties	36
4.4.2 Vraagtekens bij realisatie	36
4.5 – Conclusies fase 2	37
Hoofdstuk 5: Overkoepelende conclusies	38
Hoofdstuk 6: Aanbevelingen	40
Bijlagen	45

Leeswijzer

Deze rapportage start met een management summary waarin de belangrijkste bevindingen van het onderzoek zijn beschreven. In de daarop volgende hoofdstukken is chronologisch uitgewerkt hoe we tot deze samenvatting zijn gekomen, waarbij elk hoofdstuk afsluit met conclusies.

Tot slot bevat de rapportage de conclusies m.b.t. het gehele traject (overkoepelend) alsook onze aanbevelingen teneinde de positie van de Bouwconsument te versterken.

In de bijlagen van dit rapport zijn de volgende onderdelen te vinden:

- Achtergrond, doelstellingen en opzet van het onderzoek.
- De HIS-aanvraag, afkomstig van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties.
- De gespreksleidraden (groepsdiscussies en single interviews).
- Het stimulusmateriaal dat gebruikt is tijdens de groepsdiscussies en de single interviews.
- Een lijst met type informatie, complementierend aan de aanbevelingen.

HOOFDSTUK 1

MANAGEMENT SUMMARY

Samenvattende conclusies

Bouwconsumenten en informatiebehoeften

Op basis van dit onderzoek kunnen we stellen dat als het gaat om informatiebehoeften, de Bouwconsument onder te verdelen is in drie belangrijke categorieën/ type Bouwconsument:

- Bouwconsumenten van nieuwbouw/ nieuw gebouwd
- Bouwconsumenten die een bestaand huis hebben verbouwd of gaan verbouwen
- Bouwconsumenten die huren

Voor al deze typen geldt dat er onderscheid gemaakt kan worden als het gaat om:

- Kopen/ net gekocht (alle fasen zijn relevant: oriëntatie, oplevering en gebruiksfase) vs. bezitter (focus op gebruiksfase)
- Informatiebehoefte tussen Bouwconsumenten *met* vs. *zonder* ervaring. Wat betreft de Bouwconsumenten met ervaring speelt tevens de beleving van die eerdere ervaring een rol: negatief of neutraal-positief.

Toch herkennen we ook een aantal overkoepelende behoeften. We zien dat de informatiebehoefte van Bouwconsumenten in het algemeen verder reikt dan louter technische/ bouwkundige en gebruiksinformatie van een woning. Juist als het gaat om de (potentiële) eigen woning zijn:

- processen en checklists die houvast bieden relevant;
- interne/ privé aspecten, zoals financiën belangrijk;
- of omgevingsaspecten, zoals buurtinformatie of wet- en regelgeving, net zo relevant.

Op basis hiervan kunnen we stellen dat er behoefte is aan informatie in meerdere fasen van het proces, namelijk: oriëntatie, uitvoer/oplevering en gebruiksfase.

De informatiebehoefte in al deze fasen duidt op een algemene kennisbehoefte. Wonen gaat gepaard met veel geld/ investeringen; hoe hoger het kennisniveau, hoe gericht/ beter de juiste beslissingen genomen kunnen worden.

Daarnaast bestaat bij sommige doelgroepen een sterke behoefte aan het versterken van de eigen positie. Soms heel specifiek ten opzichte van professionals (aannemers), soms vanuit een intrinsieke motivatie:

- Bouwconsumenten die voor het eerst met het bijltje hakken van zowel kopen/ huren/ bouwen/ verbouwen, hebben een sterke behoefte aan houvast en/ of zekerheid. Dit uit zich in de behoefte aan

procesinformatie: wat kan men verwachten en hoe kan men zich goed voorbereiden om in een later stadium niet voor verrassingen te komen staan.

- Ervaren Bouwconsumenten met een negatieve ervaring hebben vooral behoefte aan zekerheid en vertrouwen, met name met betrekking tot een verbouwing. Deze behoefte is het sterkst tijdens de oriëntatie- en uitvoerfase: hoe kan de Bouwconsument zich voorbereiden, indekken en informatie over het handelingsperspectief bij het uiteen lopen van wensen en verwachtingen tussen verschillende partijen.
- Ervaren Bouwconsumenten die een positieve ervaring hebben beleefd, hebben vertrouwen in het proces en in hun eigen kennis. Dit is eigenlijk de groep waarbij geen manifeste behoefte bestaat als het gaat om positieversterking.

Het type informatie (wat men moet weten vs. wat men wil weten) onderverdeeld naar de verschillende fasen, is samen te vatten als:

Oriëntatiefase:

- Nieuwbouw/ nieuwgebouwd:
 - Moeten: buurtinformatie, projectinformatie, mogelijkheden, keuzes en planning (geen informatie over projectontwikkelaar/ bouwer).
 - Willen: burenen, wat kan men wanneer verwachten.
- Verbouwd/ gaan verbouwen:
 - Moeten: budget, informatie om tot een goede aannemer-keuze te komen, hulp bij beoordelen offertes, advies over versterken positie, vergunningen.
 - Willen: procesinformatie (wat kan men wanneer verwachten).
- Huren:
 - Moeten: proces inschrijven/loten, staat van de woning, buurtinformatie, relevante nummers bij gebreken.
 - Willen: extra informatie met betrekking tot onderhoud en gebruiksadvies.

Uitvoerfase:

- Nieuwbouw/ nieuwgebouwd:
 - Moeten: kijkdagen, voortgang.
 - Willen: foto's, checklist, voortgang over specifiek de woning en niet een bepaalde project.
- Verbouwd/ gaan verbouwen:
 - Moeten: werktijden, planning.
 - Willen: draaiboek.
- Huren:
 - Moeten: n.v.t.
 - Willen: n.v.t.

Oplever-/ gebruiksfase:

- Nieuwbouw/ nieuwgebouwd:
 - Moeten: primair advies eerste periode, onderhoudsadvies

- Willen: handleiding of gebruiksaanwijzing woning en aanwezige voorzieningen/ apparaten.
- Verbouwd/ gaan verbouwen:
 - Moeten: evaluatie, handelingsperspectief bij problemen, garanties.
 - Willen: service call, evaluatiegesprek, handleiding woning, samenvatting verbouwing.
- Huren:
 - Moeten: onderhoudsadvies en handelingsperspectief.
 - Willen: praktische informatie (kleurgebruik, etc.).

Ook hier wordt bevestigd dat de verschillende typen informatie waar behoefte aan is (zie boven) verder gaat dan bouwtechnische informatie of gebruiksadvies. Ook in de oriëntatie- en uitvoerfase is er een manifeste behoefte aan informatie. Tevens is er na de oplevering behoefte aan een tool die meebeweegt met de woning: geen statisch dossier, maar een handzaam en blijvend relevant/ up-to-date archief van de woning.

Voor de doelgroepen die behoefte hebben aan een sterkere positie ten opzichte van 'professionals' (geen ervaring, of slechte ervaring) zien dit als belangrijke fasen.

De toevoeging van informatie in deze fasen duidt op een verbreding van het oorspronkelijke opleverdossier. Hiertoe is een voorzet gedaan.

De input van het exploratieve deel van dit onderzoek heeft geleid tot het ontwerpen van prototypes. De twee prototypes hadden een aantal gemene delers. Zo waren beiden:

- Een digitaal platform.
- Voorzien van verschillende typen informatie:
 - zowel privé toevoegingen, zoals hypotheek en verzekeringen;
 - als algemene informatie: checklists, wet- en regelgeving, etc.
- Gepresenteerd als zijnde gebruiksvriendelijk en toepasbaar op verschillende devices.
- Inclusief een functie gebouwd die het personaliseren van het platform, waardoor één platform voor alle typen Bouwconsumenten relevant kan zijn.

Prototypes

Een digitaal platform met betrekking tot de informatieverstrekking voor de verschillende typen Bouwconsumenten heeft potentie om in sterke mate in te spelen op een algehele gemak-behoefte.

- Digitaal, alles bijeen en device onafhankelijk.

Gemak is relevant en biedt voordelen in het gebruik, namelijk snelheid, toegankelijkheid en efficiëntie. Echter, de betaalbereidheid voor gemak (als enige voordeel) is laag. Indien een betaalde versie gewenst (of een doel) is, dient het platform *meer* toegevoegde waarde te zijn dan enkel het 'simpelweg'

digitaliseren van huidige opleverdossiers/ informatievoorziening.

Anders gezegd: de potentie van een betaald digitaal platform is afhankelijk van de inhoud en de toepassingen/ mogelijkheden die het biedt. Het louter digitaal beschikbaar stellen van informatie voldoet in dit geval niet.

Toegevoegde waarde kan bijvoorbeeld geboden worden door het aanbieden van meer informatie. Informatie die leidt tot houvast en een bepaalde mate van zekerheid kan in potentie de positie van de Bouwconsument versterken.

Wanneer dit het geval is, is de bereidbaarheid tot betalen aanwezig.

- Met name: Bouwconsumenten met slechte ervaringen, geen ervaringen of huurders zien hier de meerwaarde van in en drukken deze ook uit in geld.

Naast de informatie die de Bouwconsument *moet* of *wil* weten, is voor het slagen van een dergelijke tool een bepaalde mate van "fun" belangrijk. Het ideale platform behelst een combinatie van: algemene/ publieke informatie + bouwtechnische informatie + privé informatie + een "fun" aspect.

Een platform ingedeeld op type informatie (belangrijke informatie vooraf, publieke informatie en privé informatie) voldoet in grote mate aan de wensen en behoeften van de verschillende typen Bouwconsumenten. Uitgaande van het stimulusmateriaal voldoet mijnwoningprogramma.nl het beste aan deze wensen:

- Dit platform biedt overzicht.
- De geboden informatie lijkt makkelijk aan te passen aan de persoonlijke wensen.
- De informatie is helder weergegeven en ondergebracht.
- Er is ruimte voor informatie in de fasen voorafgaand aan oplevering.

Een aantal aspecten scoort beter bij het andere platform: de naam 'Mijnhuis.nl' is een duidelijke winnaar. Tevens komt dit platform iets frivoler over (fun).

Een platform in de praktijk

De aanname is dat een dergelijk digitaal platform al deels gevuld is wanneer men "start". De Bouwconsument gaat ervan uit dat algemene informatie (zoals belangrijke informatie vooraf, maar ook buurt- of project specifieke informatie) reeds voorzien is.

- In het geval van nieuwbouw, kan de bouwer hier een rol in spelen
- In andere gevallen lijkt een onafhankelijke partij hier goed geschikt voor

Na de oplevering is de Bouwconsument zelf verantwoordelijk voor het bijhouden van het dossier, zonder hiertoe verplicht te worden.

Het spreekt voor zich dat privé informatie tevens bij de Bouwconsument ligt, alsook dat de Bouwconsument volledig de regie heeft over dit onderdeel van het platform.

Kortom een tool met potentie die met het doel in het achterhoofd -de positie van de Bouwconsument versterken- heldere informatie moet bieden in de fasen voorafgaand aan de oplevering van een woning. En om voor een langere tijd relevant te zijn (nl. de gebruiksfase) heel gebruiksvriendelijk dient te zijn. Zodat het geen statische tool wordt, maar een up-to-date platform dat van waarde kan zijn bij een volgende verbouwing en/ of verkoop van de woning.

HOOFDSTUK 2

FASE 1: INFORMATIEBEHOEFTE EN HOUDING VAN DE BOUWCONSUMENT

2.1 – Factoren van invloed op de informatiebehoefte en houding Bouwconsument

De informatiebehoefte en de houding van de Bouwconsument zijn afhankelijk van

een aantal factoren. Deze factoren zijn:

1. Het *type woning* (bestaande bouw vs. nieuwbouw/ nieuw gebouwd).
2. Het *type informatie* dat beschikbaar is over de woning.
3. De *ervaring* van de Bouwconsument met koop, bezit, (ver)bouw of huur van een huis (al eerder meegemaakt of voor de eerste keer, bijvoorbeeld voor de eerste keer een huis kopen of verbouwen).
4. De *omgang* en de beschikbare *vormen* van informatie.
5. Het *type Bouwconsument*.
6. *Primaire en secundaire behoeftes* (moeten weten vs. willen weten) en de fase waarin de Bouwconsument zich bevindt (oriëntatiefase, uitvoerfase, opleverfase en gebruiksfase).

In de volgende paragrafen worden de factoren toegelicht.

2.1.1 Type woning – bestaande bouw

Het idee heerst dat de informatievoorziening onder bezitter/kopers van bestaande bouw rijk en divers is. Ook geldt dat indien er behoefte is aan wenselijke informatie, dit -ergens- te vinden is.

Echter, het initiatief voor de informatievoorziening komt vanuit de Bouwconsument zelf. Betrokken partijen zijn (in perceptie) niet altijd proactief m.b.t. de informatievoorziening.

- Bouwconsumenten zijn daardoor zelfstandig in het vinden van informatie en zijn op de hoogte van verschillende informatiebronnen en typen informatie.
 - Bijvoorbeeld de gemeente of het kadaster voor tekeningen, plattegronden en historische informatie én Google voor algemene informatie, tips&tricks, checklists.

Daarnaast geldt dat bij bestaande bouw de informatie niet altijd up-to-date is en dat er vrij vaak informatie ontbreekt. Er is immers:

- mogelijk veel aan een woning of pand gebouwd/ verbouwd;
- sprake van veel verschillende bewoners die soms wel of soms geen informatie hebben verzameld en (met name) bijgehouden;
 - Zo gezegd zijn bouwconsumenten voor specifieke informatie m.b.t. de woning afhankelijk van de vorige bewoner(s).
- sprake van versnipperde informatie (informatie gemeente/ kadaster, informatie bouwers, informatie bewoners, etc.).

- De informatie is vaak statisch, terwijl er juist behoefte is aan informatie die kan 'meebewegen' (logboek-achtig). Immers, het proces bestaat uit verschillende fases (oriëntatie, uitvoer, oplevering en gebruik).

2.1.2 Type woning - nieuwbouw/ nieuw gebouwd

Bij nieuwbouw of nieuw gebouwd (bijv. huizen die net zijn opgeleverd/ als de Bouwconsument de eerste bewoner is) is de informatievoorziening logischerwijs anders dan bij bestaande bouw. Er is informatie voorafgaand aan de bouw en tijdens de bouw beschikbaar, vaak wordt er ook bij de oplevering/ na de koop door projectontwikkelaars of aannemers informatie verschaft.

"Ik kreeg een opleverdoos mee, met daarin folders, handleidingen en onderhoudsadvies."

De informatieverstrekking is weliswaar proactief, maar er is ook kritiek:

- De informatie is weinig persoonlijk en vrij algemeen (in de vorm van folders of algemene handleidingen van het huis).
- Er is informatie vooraf aanwezig, maar het gros van de informatieverstrekking vindt plaats bij de oplevering, terwijl ook behoefte is aan informatievertrekking bij de oriëntatiefase, uitvoerfase en na oplevering (opleverdoos): bij gebruik/ bewonen van de woning.
- De informatie is statisch: het zit in een map of doos, is niet persoonlijk en de map of doos wordt steeds voller, maar daarmee niet gebruiksvriendelijker. Kortom, een 'offline' dossier groeit alleen mee qua volume, niet qua relevante en persoonlijke inhoud.

Als het gaat om de informatiebehoefte bij nieuwbouw/ nieuw gebouwd, dan polariseert dit:

- Enerzijds wordt voldoende ingespeeld op de informatiebehoefte van de Bouwconsument en is er veel informatie beschikbaar (digitaal of fysiek, zoals een opleverdoos).
- Anderzijds is de informatievoorziening oppervlakkig en soms reclamisch (wel folder of een uitgave over het bouwproject, geen persoonlijke handleiding of onderhoudsrapport).

"Bij een stofzuiger van 100 euro krijg je een dikke handleiding, bij een huis niet of nauwelijks. Dat is toch krom?"

2.1.3 Type informatie

Het type informatie dat al dan niet beschikbaar is voor de Bouwconsument, is veelal geënt op concrete informatie over de woning en bouw (plattegronden, tekeningen, handleidingen, wet- en regelgeving/ vergunningen), met name bij nieuwbouw en nieuw gebouwd.

Ander type informatie waar ook behoefte aan is, is informatie die de Bouwconsument zekerheid, houvast en geruststelling geeft: garanties, afspraken, checklists en draaiboeken.

- Dergelijke informatie geeft de Bouwconsument het gevoel sterker in zijn/ haar schoenen te staan tegenover aannemers, projectontwikkelaars, controle te hebben *tijdens* het proces en bij het beoordelen van het eindresultaat bij oplevering.

Met andere woorden: het moment van opleveren is niet het enige moment waar de positie van de Bouwconsument onder druk staat. Sterker nog: het verstrekken van informatie tijdens oplevering wordt door de meerderheid gezien als mosterd na de maaltijd. *Juist* gedurende de uitvoer van een project is informatie cruciaal om de Bouwconsument een sterkere positie te geven, aangezien in deze fase de kwaliteit van het eindresultaat wordt bepaald.

2.1.4 Ervaring van de Bouwconsument

Het gevoel dat heerst bij de Bouwconsument m.b.t. de huidige informatievoorziening, is afhankelijk van de ervaring die men heeft bij de koop, het bewonen en (ver)bouwen van een woning.

- Bij weinig ervaring (bijv. niet eerder verbouwd of een eigen huis gehad) heeft informatie meerdere rollen: zekerheid zoeken, verwachtingen scheppen en managen én voorbereidingen plegen.
- Bij meer ervaring (bijv. reeds verbouwd) is de informatie gericht. Indien men een slechte ervaring heeft gehad, geldt dat kennis macht is. Met informatie in de vorm van garanties, afspraken, checklists staat de Bouwconsument sterker in zijn/ haar schoenen. Met name op momenten:
 - als er iets wijzigt (vergunning verkeerd aangevraagd);
 - als het fout gaat (een faillissement van een projectontwikkelaar of een verkeerd gebouwde constructie van een serre of verdieping);
 - waarop een project niet naar verwachting wordt uitgevoerd en opgeleverd (eindresultaat niet volgens afspraak).

Bij een goede ervaring met bijvoorbeeld een verbouwing is het gevoel 'kennis is macht' minder van toepassing.

2.1.5 De omgang en vorm van de informatie

De aanwezigheid van informatie wordt door de Bouwconsument (ongeacht type) als versnipperd ervaren:

- Het kost de Bouwconsument moeite om informatie te verzamelen, aangezien deze op meerdere plekken wordt gezocht en gevonden (off- en online). Ook geldt dat het bijhouden van informatie tijdrovend is. Er is daarom behoefte aan een bundeling van informatie.

Daarnaast -zoals eerder al benoemd- is de vorm van de informatie veelal statisch (papierwerk, mappen en folders) en beweegt het niet mee met de behoeftes van de Bouwconsument, want:

- wonen of (ver)bouwen gaat gepaard met aanpassingen, aanvullingen en onverwachte gebeurtenissen;

- wonen of (ver)bouwen kent meerdere betrokkenen, en daarmee meerdere informatiebehoeftes;
- wonen of (ver)bouwen bestaat uit meerdere fases: naast oplevering ook oriëntatiefase, uitvoerfase en gebruiksfase (waarbij de informatiebehoefte verandert).

Wat betreft de omgang van informatie heeft de Bouwconsument de behoefte om informatie zelf te redigeren en toe te passen zodat irrelevante of overbodige informatie geen extra tijd kost en er overzicht ontstaat.

2.1.6 Type Bouwconsument

Voorafgaand aan het onderzoek zijn er vier verschillende groepen Bouwconsumenten geformuleerd. Per subdoelgroep is er sprake van een andere houding en informatiebehoefte. In het onderstaande schema is te vinden welke dit zijn.

Subdoelgroep	Beleving en sentiment huidige informatievoorziening
Verbouw/ bouw	Sterke, manifeste informatiebehoefte: willen een sterkere positie tegenover betrokken partijen (m.n. aannemers), want hebben of: • A: geen kennis van het proces, wat men kan verwachten en waar men zich op moet voorbereiden (zoeken houvast). Of: • B: (vanuit ervaring) weinig vertrouwen in de bouw en/ of willen een sterkere positie en meer zekerheid.
Huisbezitters	Bestaande bouw: de informatiebehoefte is beperkt. De beleving heerst dat er veel informatie aanwezig is (makelaar, Funda, verenigingen). Zijn doorgaans zelfstandig in het zoeken en vinden van informatie en zijn zelfverzekerd. Nieuwbouw: de informatiebehoefte is groter. Er is in perceptie veel informatie beschikbaar, maar dit is met name geënt op de aankoop (sales pitch) en de oplevering (gebruiks/onderhoudsadvies).
Huiskopers	Specifieke informatie m.b.t. de woning

wenselijk: historie, tekeningen, handleiding/ gebruik bij problemen, veranderingen (handig bij zowel verbouw, gebruik van de woning, alsook als bewijsmateriaal bij de verkoop).

Huurders

De informatiebehoefte polariseert:

- Een deel van de huurders: weinig hoeft aan informatie want voelt weinig verantwoordelijkheid voor de woning.
- Een ander deel van de huurders: heeft een manifeste informatiebehoefte m.b.t. het gebruik van het pand en installaties, wat te doen bij storingen, onderhoudsinformatie, want voelen zich verantwoordelijk voor het pand, zowel wonen als in stand houden van het pand. Tevens hebben huurders een hang naar zelfredzaamheid.

2.1.7 Primaire en secundaire informatiebehoefte

Per subdoelgroep waar de Bouwconsument -zoals voorafgaand aan het onderzoek geformuleerd- onder valt, is geïnterviewd welke specifieke informatiebehoefte in welke fase een rol speelt. Hierbij is onderscheid gemaakt tussen primaire informatiebehoefte (moeten weten) en secundaire informatiebehoefte (willen weten). Belangrijk hierbij is:

- De Bouwconsument maakt niet altijd het onderscheid tussen primaire (noodzakelijke) en secundaire (wenselijke) informatie. Dit is namelijk subjectief: de ene Bouwconsument vindt bijvoorbeeld inzicht in de kwaliteit van bouwmaterialen een must, terwijl de ander dit niet ziet als noodzakelijk. De invulling van de onderstaande schema's is dus niet de vuistregel, maar kan variëren per Bouwconsument.
 - Dit ligt ook aan de ervaring die de Bouwconsument heeft. Indien er sprake van weinig ervaring is, is het lastiger te beoordelen welke informatie noodzakelijk is en welke wenselijk.
- Bij de doelgroep huurders is de uitvoerfase niet tot nauwelijks van toepassing. Hier is in het onderstaande schema geen informatie ingevuld.
- Bij de doelgroep huisbezitters is de oriëntatiefase niet tot nauwelijks van toepassing. Hier is in het onderstaande schema geen informatie ingevuld.

(Ver)bouwen

	Primaire informatiebehoefte	Secundaire informatiebehoefte
Oriëntatiefase	• Budget: wat zijn de wensen en wat is mogelijk qua investering (vanuit eigen geld/ vanuit lening bank) • Offertes betrokken partijen/ aannemer • Gemeentelijke vergunningen / subsidies vanuit de overheid • Planning project (vanaf akkoord offerte tot oplevering) • Plan/ handelingsperspectief en extra mogelijkheden indien uitvoer niet naar wens gaat/ verrassingen? • Recensies aannemer (WOM, online), projectontwikkelaars, architect • Bouwplan/ bouwtekening	• Hulp bij keuze maken van een aannemer: checklists m.b.t. waar moet men op letten en een benchmark prijzen • Garantiemogelijkheden • Kwaliteit en type bouwmaterialen
Uitvoerfase	• Werktijden bouwers (verbouw) • Kijkdagen (nieuwe bouw) • Afspraken meerwerk	• Draaiboek: wat, wanneer, wie hoe, welk materiaal • Vinklijst/ checklist voortgang (indien meerdere fases) • Foto's (nieuw bouwen) • Meer communicatie vanuit aannemer, meer overleg
Opleverfase/ gebruiksfase	• Opleverafspraken: volgens plan of niet? • Evalueren • Herroepingsrecht • Garanties • Handelingsperspectief	• Service call • Handleiding woning/ samenvatting verbouwing • Evaluatiegesprek

	onverwachte problemen	aannemer/ project ontwikkelaar
	Onderhoudsadvies woning / na verbouwing	

Kernbehoefte verbouw/ bouw

De kernbehoefte van de Bouwconsument m.b.t. (ver)bouwen is zekerheid (het gaat over veel geld en men wil de risico's indekken) en sterk staan tegenover betrokken partijen. Oftewel, een stok achter de deur hebben als het misgaat of als er veranderingen plaatsvinden. De informatiebehoefte hierbij gaat voornamelijk om:

- Garanties (oplevering volgens afspraak, indien niet het geval: waar heeft Bouwconsument dan recht op?).
- Afspraken met betrokken partijen (zwart-op-wit, met akkoord beide partijen).
- Checklist (wat wordt er gedaan, wat is het resultaat en waar op te letten).
- Draaiboek (gedetailleerd plan wat er per fase wordt gebouwd).

Huiskopers

	Primaire informatiebehoefte	Secundaire informatiebehoefte
Oriëntatiefase	- Hypotheek: aanbod, hoogte, maandlasten, aflossing - Nieuwbouw: bouwplan, bestemmingsplan, voorzieningen - Keuze makelaar - Historie, staat, onderhoud - Informatie VVE - Informatie erfpacht - Opties verbouwen - Recensies aannemer	- Advies bestaand vs. nieuwbouw - Checklist proces (wat, wanneer, wie nodig)
Uitvoerfase	- Technische keuring - Verloop overdracht - Heldere communicatie, toegankelijke omgangsvormen betrokkenen (betere communicatie)	- Verhuisdienst informatie - Subsidies duurzame toepassingen (zonnepanelen, regenwateropvang)
Opleverfase/ gebruiksfase	Garanties: wat als er mankementen zijn die bij verkoop niet	Praktisch advies over het gebruik van de woning: vloeren,

	aan de orde waren/ over het hoofd is gezien/ is verdoezeld	kleurgebruik (welk nummer, adres), soort apparatuur (interieuradvies)
	• Energieverbruik • Informatie wonen: toekomstig onderhoud	

Kernbehoefte huiskopers

De kernbehoefte van de Bouwconsument m.b.t. de koop van een woning is met name houvast, dat zich vertaalt in voorbereid zijn, verwachtingen managen en keuzes maken (belangrijke 'knopen doorhakken').

- Informatie vooraf en checklists: waar op te letten, wat zijn ervaringen van andere huiskopers?
- Wat kan je als huisbezitter tegenkomen tijdens het bewonen/ gebruiken van een huis en welke partijen zijn hierbij betrokken (draaiboek, plan van aanpak en planning).

Huisbezitters

	Primaire informatiebehoefte	Secundaire informatiebehoefte
Oriëntatiefase	N.v.t.	N.v.t.
Uitvoerfase	N.v.t.	N.v.t.
Opleverfase/ gebruiksfase	• Hoe is het huis gebouwd (bouwtechnische tekeningen/foto's), gebouw en leidingen, etc. • Bewijsmateriaal • Informatie bijvoegen, bijhouden	• Nieuwbouw: informatiepakket (ventilatie, energieverbruik, onderhouds-handleiding) • Gebruiksaanwijzing woning • Inbraakbeveiliging • Checks onderhoud/ verbruik • Bundeling van informatie

Kernbehoefte huisbezitters

De kernbehoefte van de Bouwconsument die een woning bezit, is kennis: inzicht in de achtergrond v.d. bouw van de woning, de historie van de woning en het onderhoud van de woning. Dit geldt als houvast en begeleiding bij:

- het bewonen van de woning (handleidingen, gebruiksaanwijzingen, onderhoudsdata);
- het uitvoeren van een bouw/ verbouw en weten wat er wel en niet mogelijk is (tekeningen, historie, leidingen, grond);
- nagaan welke afspraken -destijds- zijn gemaakt met bijvoorbeeld aannemer(s) (garantiebewijzen, offertes, bevestigingen);

- dossier kunnen opbouwen: als eigen 'logboek' om op terug te vallen (bijvoorbeeld bij een verbouwing of bij de verkoop van het huis).

Huurders

	Primaire informatiebehoefte	Secundaire informatiebehoefte
Oriëntatiefase	• Wachttijden, loting • Subsidies, toeslagen • Woning: prijs, oppervlakte, locatie, huidige staat • Bij welke onafhankelijke partij terecht bij problemen • Opt out: contract beëindigen	• Keuze nieuwbouw vs. bestaande bouw • Omgeving/ buurtinformatie/ voorzieningen (soort buurt, soort bewoners) • Verhuurder: reputatie, ervaringen vorige huurders
Uitvoerfase	N.v.t.	N.v.t.
Opleverfase/ gebruiksfase	• Afspraken sleuteloeverdracht • Bewijzen van onderhoud/ 'APK' (niet issues van vorige huurders oplossen) • Onderhoudshistorie, historie mankementen, huidige staat, toekomstig onderhoud (gevoel dat verhuurder niet alles weet) • Nieuwbouw: hoe bewonen (alles is immers nieuw), infopakket: vloerverwarming, zonnepanelen, afvalcontainers	• Praktisch: soort vloeren, kleurgebruik (welk nummer, adres), soort apparatuur, handleiding apparatuur

Kernbehoefte huurders

De kernbehoefte van de Bouwconsument m.b.t. huur is kennis (in lijn met huisbezitters), maar polariseert als het gaat om de betrokkenheid bij de huurwoning. Indien meer betrokken met de woning is de informatiebehoefte:

- Woning specifiek: indeling, leidingen, groepen, kleur- en materiaalgebruik.

- Onderhoudsinformatie: wat is er de afgelopen jaren/ tijd aan onderhoud gedaan, wat moet er gebeuren in de toekomst en hoe ga je hier als huurder mee om (hoe aan te pakken, wie is betrokken?).
- Onafhankelijke informatie: in perceptie van huurders is de verhuurder niet perse de juiste partij om de informatie te verschaffen, vanwege het commercieel belang van de verhuurder.

Indien huurders minder betrokken zijn bij de huurwoning, is de informatiebehoefte gering. Het hebben van een aantal telefoonnummers indien er iets mis gaat of kapot gaat, is voor hen voldoende.

Samenvattend

De twee meest prominente behoeftes van de Bouwconsument zijn houvast en zekerheid (back-up).

- De Bouwconsument wil *houvast* in de verwachtingen van het proces (m.n. bij (ver)bouw): verloopt het volgens afspraak, kunnen checken hoe de uitvoer gaat en weten waar men op moet letten.
- De Bouwconsument wil -indien er iets misgaat of verandert- *zekerheid* hebben c.q. kunnen terugvallen op een 'back-up': gemaakte afspraken, uitvoer- en oplever momenten en kunnen checken of dit telkens volgens afspraak gaat, garanties m.b.t. de kwaliteit van het eindresultaat, etc.
 - Tevens is het van belang -met het oog op zekerheid- dat de Bouwconsument een handelingsperspectief heeft bij het gebruik van de woning (weten wat te doen). Bijvoorbeeld informatie in de trant van handleidingen, instructies en gebruikte materialen/ kleuren.

Daarnaast geldt dat de informatiebehoefte het meest manifest is indien:

- de Bouwconsument niet zeker is van zijn/ haar zaak of de klappen van de zweep inmiddels kent (ervaring);
- er daadwerkelijk iets misgaat of niet volgens verwachting, afspraak of plan verloopt (een 'event').

"Informatie is pas handig als er gedoe is, of iets is misgegaan, je opnieuw wilt bouwen. Anders zijn het dode gegevens."

2.2 - Wenselijke vorm en invulling van informatiebehoefte

Bij de wenselijke vorm van de informatie en de (verdere) invulling hiervan is een drietal aspecten essentieel:

1. Digitaal vs. fysiek
2. Regie en verantwoording
3. Het type informatie en privacy

Bovenstaande aspecten worden in de onderstaande hoofdstukken toegelicht.

2.2.1 Digitaal vs. fysiek

De leeftijd van de Bouwconsument heeft invloed de gewenste informatievorm en de omgang.

- Voor de meesten is het cruciaal dat de informatie digitaal is. Dit geeft een gevoel van toegankelijkheid en gebruiksvriendelijkheid: de informatie is op elk gewenst moment of plaats binnen handbereik/ opvraagbaar/ in te zien. Daarnaast kan digitale informatie makkelijker meebewegen met de behoeftes die onderhevig zijn aan de verschillende fases.
- Een enkeling die ouder is, heeft ook behoefte aan 'tastbare' informatie als papierwerk, een map of binder. Dit geeft een gevoel van echtheid over de informatie: het is niet veranderlijk, maar zwart-op-wit.

Bovenstaande pleit ervoor dat de informatie digitaal beschikbaar en gebundeld is, mits het ook mogelijk is om dit fysiek te verzamelen en bewaren (bijv. uitprinten van digitale data).

2.2.2 Regie en verantwoording

Digitale informatie vereist een veilige omgeving waar de privacy van de informatie en beheerder altijd gewaarborgd is. In **alle gevallen** wil de Bouwconsument zelf de regie over de informatie hebben en bepalen of informatie privé of openbaar is en wie daartoe toegang heeft.

De verantwoordelijkheid m.b.t. de informatie bestaat uit de volgende aspecten:

- De verantwoordelijkheid voor het *aanleveren* van informatie.
- De verantwoordelijkheid voor het *bijhouden*/ up-to-date houden van informatie.

Wederom is het onderscheid tussen verbouw/ nieuwbouw en bestaande bouw van toepassing. Bij nieuwbouw/ verbouw geldt:

- De aannemer/ projectontwikkelaar is verantwoordelijk voor het up-to-date *aanleveren* van informatie.
- Het bijhouden kan alleen de Bouwconsument zelf (behalve als wordt aangegeven dat een andere partij toegang heeft tot het aanvullen van informatie.) Maar de primaire verantwoordelijkheid voor het *bijhouden* van informatie is voor de Bouwconsument een ingewikkelde kwestie: in perceptie kunnen zij niet verplicht worden om de informatie bij te houden, maar heeft dit wel voordelen:

- Indien er een nieuw project/ gebeurtenis gepland wordt, dan is de informatie binnen handbereik en up-to-date. Zoeken, verzamelen en tijd kwijt zijn is verleden tijd.
- Indien de woning wordt verkocht, dan kan een goed bijgehouden dossier dienen als pluspunt over de woning (bewoners hebben er aandacht voor gehad bijvoorbeeld).

Bij bestaande bouw geldt dat de verkoper van het huis verantwoordelijk is voor het bijhouden/ up-to-date houden van de informatie, maar men kan hiertoe in perceptie niet *verplicht* worden. Dit gaat een brug te ver, aangezien huisbezitters zelf over de woning beslissen, en dus ook over welke informatie beschikbaar is/ moet zijn en wat men bijhoudt.

2.2.3 Type informatie en privacy

Het type informatie waar de Bouwconsument behoefte aan heeft, is vrij breed en ook afhankelijk van de fase waarin de Bouwconsument zich bevindt.

Daarnaast hangt het type informatie ook samen met privacy:

- Algemene informatie, zoals informatie over het (bouw)proces, wetgeving en regels, richtlijnen en algemene checklist én tips en tricks, is noodzakelijk, maar niet privacygevoelig. Hier mag iedereen toegang tot hebben.
- Gebouw-specifieke informatie, zoals tekeningen, aanpassingen (bijv. na verbouwing), het leidingwerk, elektra en groepen, garantiebewijzen, onderhoud (rapport en planning), is noodzakelijk en deels privacygevoelig. De Bouwconsument wil niet dat iedereen hier *standaard* toegang tot heeft, maar kijkt liever per betrokken partij of toegang tot de informatie nodig is of niet en welke consequenties dit heeft (indien gedeeld).
- Wenselijke informatie, zoals kleurcodes/ RAL's en materialen, is in perceptie niet perse noodzakelijk, maar deels privacygevoelig: de Bouwconsument wil de regie over de toegang tot deze informatie. Indien er bijvoorbeeld bij meerdere partijen materiaal is geleverd, onder andere prijzen, dan kan de Bouwconsument er zelf voor kiezen de informatie wel/ niet toegankelijk te maken.
- Financiële informatie is noodzakelijk: dit vormt het fundament voor de woning en eventuele aanpassingen hierin, maar is zeer privacygevoelig. De informatie (offertes, hypotheek, leningen, contracten, verzekeringen) is alleen toegankelijk voor de beheerder/ eigenaar van het dossier, namelijk de Bouwconsument.

2.3 - Conclusies fase 1

2.3.1 De Bouwconsument

Het onderzoek toont aan dat de Bouwconsument diverse behoeftes heeft, afhankelijk van het type woning, fases en ervaring met koop/ bezit en (ver)bouw.

Ten eerste is het alom bekende gezegde 'kennis is macht' zeer van toepassing op de Bouwconsument.

- De Bouwconsument wil zelf sterk in haar schoenen staan en tegenover diverse partijen en daarbij bewijsmateriaal hebben om te kunnen aantonen wat is afgesproken en waar men recht op heeft.
 - Goed voorbereid zijn op wat komen gaat is hierbij een manifeste behoefte.

Ten tweede is de Bouwconsument, vanaf het begin/ de oriëntatiefase, de uitvoerfase en gedurende de gebruiksfase op zoek naar zekerheid en houvast.

- Afhankelijk van de grootte van een project of gebeurtenis (koophuis) wil de Bouwconsument zijn/ haar verwachtingen kunnen managen, het gevoel hebben er klaar voor te zijn/ voorbereid te zijn en hierdoor beter houvast te hebben op het proces: gaat het zoals beoogd?

Ten derde is het belangrijk dat de Bouwconsument middels informatie een gevoel van rust en geruststelling krijgt. Te weten dat zaken goed geregeld zijn en verzekerd zijn van een goede afloop, maakt dat de Bouwconsument fijn kan wonen en met een goed gevoel zaken doet met de betrokken partijen.

2.3.2 Vraagstuk opleverdossiers

Uit het onderzoek blijkt dat een opleverdossier handig en gewenst is:

- De huidige informatievoorziening is versnipperd, niet altijd compleet en het kost de Bouwconsument veel tijd de informatie te vinden en bij te houden.
- De informatie wordt niet altijd pro-actief gedeeld vanuit betrokken partijen (m.n. bestaande bouw).
- De informatievoorziening is oppervlakkig en niet altijd persoonlijk of specifiek toegepast op de Bouwconsument, diens woonsituatie en de fase waarin hij/ zij zich bevindt.
- Wonen/ het huis gaat over meer dan alleen (ver)bouw: een huis behelst een breed spectrum van onderwerpen die relevant zijn.

Huidige zijn opleverdossiers suboptimaal:

- De informatie is veelal statisch en beweegt in mindere mate mee met de behoeften van de Bouwconsument gedurende een proces.
- De behoefte vanuit de Bouwconsument is dat de informatie uitgebreider moet en niet alleen afkomstig is vanuit projectontwikkelaars en aannemers.

Boven alles geldt dat voor bepaalde typen informatie het moment van oplevering te laat is. Om de positie van de Bouwconsument te versterken, is juist ook informatie vooraf en (met name) tijdens de uitvoering cruciaal.

Daarnaast dient:

- de informatie op een centrale plek aanwezig te zijn, waarin alles over de woning gebundeld is;
- het dossier/ platform uit te gaan van verschillende fases en bijbehorende typen informatie, namelijk bij oriëntatiefase, uitvoerfase, opleverfase en gebruiksfase.

Op basis van de bevindingen uit fase 1 ontstaan randvoorwaarden voor de informatievoorziening van de Bouwconsument, teneinde zijn/ haar positie te versterken en de kernbehoeftes te beantwoorden. De randvoorwaarden bestaan uit noodzakelijke voorwaarden en wenselijke voorwaarden.

Noodzakelijke voorwaarden	Wenselijke voorwaarden
Regie Regie in handen van Bouwconsument. • <i>Toegang</i>: zelf bepalen wie toegang heeft tot wat. • <i>Opslaan/ bewerken/ aanvullen/ uploaden</i>: welke informatie voor welke partij/ wanneer beschikbaar is. Zelf bepalen welke informatie wordt toegevoegd c.q. goedkeuren wat erin/ erop komt. • <i>Privacy</i>: openbare informatie en persoonlijke informatie, delen niet vanzelfsprekend. Meebewegen Uitgaande van meerdere fases naast opleverfase en de verandering in informatiebehoeftes is een voorwaarde dat een dergelijk dossier kan meebewegen. • Dit vraagt om een online variant: deze kan worden aangepast, gewijzigd en aangevuld n.a.v. de behoeftes per fase (kanttekening: dit is leeftijdsafhankelijk. Oudere doelgroep wil ook offline/ papierenversie). • Dit vraagt om een hybride variant die de Bouwconsument zelf kan indelen n.a.v. van het doel waar zij informatie voor nodig heeft (op basis van huur, koop, bezit, bouwen).	Gebundeld De informatie vanuit één plek beheren biedt gemak en snelheid. Afzender De 'maker'/ aanbieder voor een dergelijk 'opleverdossier' is het liefst een onafhankelijke partij, zonder belangen bij inhoud en de eindgebruiker centraal stelt (voorkomen dat 'slager eigen vlees keurt'). Wel vs. niet betalen Voor bezitters/ kopers en huurders dient informatie gratis te zijn (is waar ze recht op hebben om goed te kunnen wonen = noodzaak). • Bouwconsumenten die gaan verbouwen/ bouwen zijn bereid om te betalen voor informatie, waarmee zij sterker in schoenen staan tegenover aannemers en onderaannemers in het bijzonder en mogelijk ook andere partijen (projectontwikkelaars) = wenselijk. • Hetzelfde geldt voor kopers van een bestaand huis.

HOOFDSTUK 3

OVERGANG FASE 1 NAAR FASE 2

De conclusies van fase 1, en de randvoorwaarden die hierin zijn benoemd, zijn als uitgangspunt genomen bij het bedenken en ontwikkelen van prototypes voor de Bouwconsument. Er zijn twee prototypes (en één extra functie) bedacht die:

- digitaal zijn;
- de informatie bundelen;
- de regie in handen van de Bouwconsument leggen als het gaat om het toevoegen, ordenen, bewaren en delen van informatie;
- naast oplevering ook van toepassing is op de oriëntatiefase, uitvoerfase, gebruiksfase.

Daarnaast gaan de prototypes uit van een *breder* informatiebehoefte, aangezien uit fase 1 is gebleken dat de informatiebehoefte veel breder is dan de informatie die bij het traditionele opleverdossier wordt gegeven. Tevens bestaat de doelgroep uit *verschillende* typen Bouwconsumenten (Bouwconsumenten van nieuwbouw/ nieuw gebouwd, Bouwconsumenten die een bestaand huis hebben verbouwd of gaan verbouwen en Bouwconsumenten die huren). Het is daarmee geen logisch gevolg dat alle informatie door één partij aangeleverd dient te worden. De verantwoordelijk met betrekking tot het vullen van het platform zou wel bij één (onafhankelijke) partij kunnen liggen.

De hoofddoelstelling van fase 2 is inzicht krijgen in de potentie van beide prototypes, teneinde de positie van de Bouwconsument tegenover betrokken partijen te versterken. Daarnaast worden beide prototypes getest op basis van:

- Spontane reacties en algemene indruk.
- Relevantie en toegevoegde waarde: leveren de prototypes het gewenste resultaat op, namelijk invulling geven aan de informatiebehoefte van de Bouwconsument.
- Toepasbaarheid/ bruikbaarheid: kan de Bouwconsument hiermee uit de voeten en het toepassen in de diverse fases (oriëntatie, uitvoer, oplevering en gebruik).
- Type informatie: in hoeverre sluit de inhoud aan op de informatiebehoefte van de Bouwconsument.
- Waardering: hoe waardeert de Bouwconsument de prototypes, welk gevoel krijgt hij/ zij erbij.
- Perceptie en houding t.o.v. de regie en privacy die de prototypes wel/ niet mogelijk maken.
- Afzender: wie ziet de Bouwconsument als logische aanbieder/ afzender van een dergelijk idee (onafhankelijke organisaties vs. commerciële organisaties).
- Betaalbereidheid: in hoeverre is er sprake van betaalbereid (zo nee, waarom, zo ja: hoogte bedrag, betaaltermijnen, etc.).

- Doorontwikkeling: wat zijn de verbeterpunten van de prototypes, teneinde aan te sluiten bij de informatiebehoefte van de Bouwconsument.

In de volgende fase van dit rapport worden de resultaten van fase 2 beschreven a.d.h.v. de bovenstaande punten.

HOOFDSTUK 4

FASE 2: DIGITALE PLATFORMS MIJNHUIS EN MIJNWONINGPROGRAMMA

4.1 - Beoordeling prototypes algemeen

4.1.1 Positieve ontvangst

Een digitaal platform dat in informatie voorziet in verschillende fases m.b.t een woning is een sterk idee. Sommigen geven zelfs aan dat ze *verwachten* dat het er al is:

- het is 1) van deze tijd (digitaal, cloud-achtige oplossing);
- en 2) het idee is dusdanig logisch dan het in perceptie onwaarschijnlijk lijkt dat andere partijen hier nog niet op hebben ingespeeld.

"Ik kan mij niet voorstellen dat dit er niet is, zo logisch klinkt het om dit tot je beschikking te hebben."

"Eigenlijk sta ik ervan te kijken dat het er nog niet is."

"Je zou denken dat zo iets al bestaat, een gat in de markt."

4.1.2 Fit met behoeftes

Voor iedereen geldt dat een digitaal platform met informatie over/ omtrent de woning primair inspeelt op een **gemaksbehoefte**: alles bij elkaar/ gebundeld en middels elk apparaat te raadplegen (device-onafhankelijk) is makkelijk en bespaart de Bouwconsument tijd.

De mate waarin een digitaal platform inspeelt op de informatiebehoefte en positie van de Bouwconsument is afhankelijk van **de ervaring** en **de kennis** van de Bouwconsument. Dit wordt in de onderstaande sub-kopjes toegelicht.

Ervaring met projecten

Indien er sprake is van **neutrale tot positieve ervaringen** (met koop/ bezit, verbouw/ bouw) en er daarmee geen prangende of manifeste behoeftes zijn om het project/ proces te verbeteren of een andere omgang met type informatie, dan wordt een digitaal platform zoals de prototypes niet per se als noodzakelijk gezien. Een dergelijk idee is een handige aanwinst als het gaat om het bundelen van informatie (biedt gemak), oftewel een 'nice to have'.

"Ik zou het gebruiken voor het bijhouden van alle kleuren die ik voor mijn huis gebruik."

Wanneer de koop/ bewonen en met name de (ver)bouw **niet is gegaan zoals gepland** (slecht gebouwd, problemen met aannemers, werklieden, projectontwikkelaars, planning niet gehaald, anders opgeleverd dan vooraf overeengekomen), is de beoordeling van de prototypes totaal anders: een dergelijk digitaal platform is een *must* ('need to have') en helpt de Bouwconsument voorafgaand, gedurende en na afloop van het proces.

Informatie die gebundeld, direct beschikbaar is geeft meer zelfvertrouwen, houvast en kan het proces beter laten verlopen. Daarnaast beidt het zekerheid en een gerust/ veilig gevoel: weten waar je aan toe bent (op elk gewenst moment) en welk plan is bedacht volgens welke afspraken. Ook kan de Bouwconsument middels het platform meer en andere soort typen informatie raadplegen.

- Bovenstaande is tevens van toepassing op Bouwconsumenten die huren: zij hadden graag vooraf en tijdens de huur meer informatie gewild om zo sterker in hun schoenen te staan tegenover de verhuurder, maar ook te weten wat te verwachten bij het bewonen van een huurwoning.

"Was dit er maar eerder, hier had ik echt wat aan."

"Dit zou echt goed zijn voor mij hart, zowel letterlijk als figuurlijk."

*"Als ik me beter had kunnen voorbereiden, dan had het me achteraf veel gedoe
gescheeld."*

"Ik vind de bouw een ondoorgrondelijke massa."

Kennisniveau

Wanneer het kennisniveau van de Bouwconsument (nog vrij) laag is, bijvoorbeeld bij eerste koop of als er nog nooit is verbouwd, dan is het lastiger in te schatten wat exact de toegevoegde waarde is van informatieverstrekking als de prototypes én wat dit kan opleveren, naast dat de informatie gebundeld is en digitaal beschikbaar. Deze Bouwconsumenten zijn zich simpelweg (nog) niet bewust van de voordelen van een platform (zoals bijvoorbeeld Bouwconsumenten dat wel zijn door een minder goede ervaring), in welke situaties dit voordelen biedt of helpt, welke type informatie van belang is en bovenal: voor welke hete vuren hij/ zij kan komen te staan en zich tegen moet wapenen.

"Het lijkt me wel logisch dat dit handig is, maar of ik het echt nodig heb, vind ik lastig in te schatten."

"Als er informatie al in zou staan waar ik zelf niet aan zou denken, dan zou het me wel helpen en misschien bewust maken van wat ik moet doen, regelen of waar ik op moet letten."

Indien er sprake is van een hoger kennisniveau, dan polariseert de mate waarin de prototypes inspelen op de informatiebehoefte:

- Door slechte ervaring: Bouwconsumenten met een hoger kennisniveau door bijvoorbeeld kennis uit eerdere, doorgaans slechte ervaringen maakt dat de Bouwconsument een vorm van informatieverstrekking ziet als zeer relevant (zie bevindingen bij ervaring over slechte ervaringen).
- Bouwtechnisch kunnen denken: Bouwconsumenten met een hoger kennisniveau doordat zij meer thuis zijn in dit onderwerp/ er meer

feeling bij hebben (bijvoorbeeld weet hoe dit wordt gedaan, technisch is, kennis heeft van bouw en materialen), hebben veelal zelf manieren m.b.t. de informatievoorziening en met typen informatie die hun positie tegenover aannemers kan versterken. Zij voelen zich redelijk zelfstandig en zien de toegevoegde waarde van een digitaal platform niet direct, behalve dat het een cloud-achtige oplossing is en dus altijd bereikbaar (gemaksbehoefte).

"Ik heb alles op mijn computer staan, in een aparte map. Hier zitten ook submapjes in en een map voor inspiratie met foto's. Ik kan er altijd bij, en als ik iets wil delen, geef ik iemand een USB-stick mee met info."

"Ik heb destijds een mailbox aangemaakt waarin ik alle informatie bundelde."

4.1.3 Regie en privacy

De regie van een digitaal platform en de omgang met (privacygevoelige) informatie dient volledig in de handen van de Bouwconsument te liggen. Zo niet, dan is het platform voor de Bouwconsument niet betrouwbaar en wordt een belangrijke behoefte niet vervuld, namelijk het hebben van meer *houvast* op het proces.

- Wel mag degene die in dezelfde woning woont toegang hebben tot het platform, bijvoorbeeld de partner. Indien men samen een woning financiert, dan gaat men ervan uit dat ze beide standaard toegang hebben tot alle informatie.

4.1.4 Afzender

De afzender oftewel aanbieder van een digitaal platform, zoals de prototypes, is in de meeste gevallen idealiter een onafhankelijke partij. Dit soort partijen hebben geen commerciële belangen of baat bij bepaald type (privé) informatie en stellen de autonomie en de positie van de (Bouw)consument voorop.

- In het geval van nieuwbouwprojecten kan de dienstverlening ook afkomstig zijn van een bouwmaatschappij of projectontwikkelaar. Zij zijn immers vanaf het begin bezig met de woning en hebben informatie hieromtrent al opgebouwd. De Bouwconsument ziet een digitaal platform dan als een 'product dat ze krijgen op het moment dat het project start.

"Mijn privé informatie moet niet zomaar bij commerciële bedrijven liggen, ook al hebben ze daar geen toegang toe. Het voelt beter als het idee van een onafhankelijke partij komt."

4.1.5 Verantwoording over de informatievoorziening

De verantwoording over het vullen van een digitaal platform met informatie over de woning ligt niet enkel bij de Bouwconsument of de leverancier/afzender, maar is afhankelijk van het type informatie en de fase waarin de Bouwconsument zich bevindt.

- Ten eerste gaat de Bouwconsument ervan uit dat een digitaal platform nooit leeg wordt aangeboden. De verwachting is dat het bij voorbaat

algemene informatie bevat, zoals wet- regelgeving, tips&tricks en algemene checklists (waar op te letten).

- Ten tweede is er bij nieuwbouw meer informatie beschikbaar dan bij bestaande bouw, met name vanuit de projectontwikkelaar/ bouwmaatschappij. Er wordt dan ook verwacht dat zij informatie op voorhand in het platform zetten, waarna de Bouwconsument zelf kan bepalen hoe hij/ zij de informatie verder indeelt, gebruikt en wie toegang heeft.
- Ten derde is de gebruiksfase (ook wel 'woonfase') een belangrijke fase voor het vullen en bijhouden van het platform. Dit ligt geheel aan de huidige bewoner, maar hij/ zij kan in perceptie niet worden verplicht om dit te doen. Wel zijn er twee motivaties om tijdens de gebruiksfase informatie toe te voegen en bij te houden:
 - Vanuit 'good will', oftewel 'goed burgerschap' (bijvoorbeeld het onderhouden van informatie over de woning, met het oog op toekomstige bewoners).
 - Vanuit een handelsperspectief/ acquisitie-kans: een goed bijgehouden en bruikbaar dossier laat zien dat de woning met zorg is bewoond en dat de woning op orde is.
- Tot slot is er, indien er wordt verbouwd, een samenspel tussen de aannemer/ architect en de Bouwconsument wat betreft het aanleveren en bijhouden van informatie: dit dient het liefst gezamenlijk te gebeuren (want biedt gemak en snelheid), met goedkeuring van de Bouwconsument (keurt externe informatie, geeft toegang om informatie te uploaden of te downloaden).

Kortom, een eenzijdig antwoord op wie het platform dient te vullen is niet van toepassing, wel is het wenselijk dat de Bouwconsument op weg wordt geholpen met algemene informatie en hierna zelf bepaald wie wat aanvult (de regie behoudt).

4.1.6 Betaalbereidheid

Er is sprake van betaalbereidheid voor een dergelijk platform, afhankelijk van de mate waarin het de Bouwconsument iets oplevert.

- Hoge betaalbereidheid** Bouwconsumenten die slechte ervaringen hebben gehad met bijvoorbeeld een verbouwing of de bouw van een huis, zijn zeer bereid te betalen voor een digitaal platform omwille van zekerheid, geruststelling en gemak. De wenselijke vormen van betaling wisselen. Er wordt gedacht aan:
- Dat men een digitaal platform krijgt bij een lidmaatschap, bijvoorbeeld bij een onafhankelijke partij (waarbij lidmaatschap fee iets hoger is) of dat hier maandelijks/ jaarlijks voor wordt betaald.
 - Een eenmalig bedrag, indien het wordt aangeboden door een projectontwikkelaar/

bouwmaatschappij die het platform levert vanaf de start van de bouw.

Het bedrag varieert op basis van het bovenstaande.

- Maandelijks: 2,5 euro tot 5 euro.
- Jaarlijks: 10 tot 25 euro.
- Eenmalig: 50 tot 200 euro.

Lage betaalbereidheid	Zogenaamde 'ervaringsdeskundigen' (Bouwconsumenten die kennis hebben van het proces, bouwtechnisch kunnen denken, oftewel meer zelfverzekerd/ sterk in hun schoenen staan) of Bouwconsumenten die vrij positieve of neutrale ervaringen hebben, zien voordelen in: • dat het platform digitaal is; • het gemak biedt (overal toegang, snel bijwerken) Ze achten een digitaal platform niet noodzakelijk en zijn niet bereid hiervoor te betalen.
Neutraal (niet hoog, niet laag)	Indien de Bouwconsument een laag kennisniveau heeft over het wonen of (ver)bouwen van een huis, is op spontaan niveau niet duidelijk voor welke voordelen er worden betaald (zij dienen zich eerst bewust te zijn van belangrijke informatie en situaties waarin een dergelijk platform een uitkomst biedt).

4.1.7 Type informatie

Naast noodzakelijke informatie blijkt uit fase 2 dat de Bouwconsument ook behoefte heeft aan inspiratie en andere -niet direct aan de woning gerelateerde- informatie. Dit wordt spontaan benoemd bij het bespreken van de prototypes.

Ideeën opdoen en rondkijken

Partijen zoals Funda of Ikea zijn ook relevant en kunnen eigen tools 'inbouwen' zodat de Bouwconsument via het digitale platform:

- inspiratie in de vorm van foto's, inrichting, etc. kan verkrijgen;
- kan 'browsen' naar het (huur)woningaanbod.

Een dergelijk 'open source' karakter binnen het platform spreekt dus aan, mits de Bouwconsument de regie blijft behouden wat betreft de informatievoorziening en toegang.

Woonomgeving en omwonenden

Naast informatie over de woning is ook informatie 'om' de woning aansprekend en gewenst. Bijvoorbeeld informatie over de buurt, afvaldienst, grofvuil aanbiedplaat, etc. Maar ook chatfuncties of een forum waar Bouwconsumenten met elkaar kunnen praten/ discussiëren of om advies kunnen vragen.

4.2 - Beoordeling prototype MijnHuis

NB. De uitkomsten van de doelgroep-perceptie van de prototypes zoals hieronder beschreven, dient in het daglicht te worden gelezen van de algemene bevindingen met betrekking tot de prototypes.



4.2.1. Spontane reacties

De spontane reacties op een digitaal platform met tijdlijn gekoppeld aan belangrijke gebeurtenissen zijn positief. Het prototype oogt aantrekkelijk (blauwe kleur, visual, huis als plaatje) en zet de woning centraal.

De tijdlijn is in eerste instantie lastig te duiden (beginscherm), maar op de homepage wordt direct duidelijk dat de tijdlijn gaat over de verschillende gebeurtenissen die hebben plaatsgevonden (nieuwe bewoner, bouw dakkapel, zonnepanelen, etc.), en dat men hier doorheen kan 'swipen'.

4.2.2 Relevantie

De relevantie van een tijdlijn is voldoende: dit past bij de informatiebehoefte van de Bouwconsument, aangezien deze manifest is op het moment dat er iets gebeurt, verandert of vanwege een andere duidelijke reden informatie nodig is (bijvoorbeeld als er een nieuwe verbouwing is gepland en men moet weten waar leidingen liggen).

Echter, bovenstaande geldt voornamelijk voor huisbezitters/ huiskopers en niet voor huurders.

- Een tijdlijn in perceptie meer geënt op het kopen en bezitten van een huis vanwege 1) de uitstraling (visual van een los huis, huis icoontjes) en 2) de tijdlijn: voor huurders is het niet per se relevant wie de vorige huurders waren en wanneer dit heeft plaatsgevonden, net zoals dat voor de bouw van een dakkapel of zonnepanelen minder relevant is (zijn in perceptie meer gebeurtenissen voor koophuizen).

Daarnaast geldt dat een tijdlijn (gekoppeld aan belangrijke gebeurtenissen) als uitgangspunt door de meerderheid als te specifiek wordt gezien. Er is behoefte aan meer en ander typen informatie, die wellicht niets te maken hebben met de gebeurtenissen in de tijdlijn.

- Voor sommigen is een tijdlijn niet logisch als navigatie: data en jaargetallen spreken niet direct tot de verbeelding. Dit is vooral het geval m.b.t. nieuwbouw of eerste bewoners. Dan het uitgangspunt van een tijdlijn (nog) niet zozeer relevant of van toegevoegde waarde (historie niet van toepassing).

4.2.3 Toegevoegde waarde

Alle informatie op één plek biedt gemak; het maakt de Bouwconsument bewust van het type informatie dat bij een woning hoort en welke hij/ zij nodig heeft indien er iets staat te gebeuren.

Echter, een belangrijk aspect van een dergelijk dossier, en de toegevoegde waarde hiervan, is het personaliseren van informatie. De meerderheid mist bij de tijdlijn het zelf kunnen toevoegen van *typen* informatie: per gebeurtenis in de tijdlijn is informatie beschikbaar, maar de Bouwconsument wil typen informatie toevoegen en mapjes aanmaken.

4.2.4 Toepasbaarheid/ bruikbaarheid

De toepasbaarheid/ bruikbaarheid is suboptimaal. Gebruikers kunnen snel informatie opzoeken en eventueel delen met anderen, maar de tijdlijn is in mindere mate praktisch en niet direct overzichtelijk. Om informatie op te zoeken dien je ten eerste te weten welk jaartal van toepassing is en daarna moet je nogmaals klikken om het overzicht van de aanwezige typen informatie te krijgen.

4.2.5 Type informatie

Het type informatie dat de tijdlijn bevat o.b.v. het prototype is relevant: kadaster, vergunningen, hypotheekinformatie, handleidingen, contracten en overige financiën zijn typen informatie waar de Bouwconsument behoefte aan heeft. Echter, de wens is om zelf meer type informatie toe te voegen zoals:

- Checklists
- Onderhoud
- Bestemmingsplan/ buurtinformatie
- Etc.

4.2.6 Waardering

De waardering voor het prototype zit in de tijdlijn en de visuele uitstraling van het prototype.

- De tijdlijn en het kunnen swipen geeft het prototype een hoge fun-factor: dit is leuk om te doen en maakt het aantrekkelijk om het platform te gebruiken.
- Het kunnen personaliseren van de look&feel, namelijk een foto van het huis en het adres, zorgt ervoor dat de Bouwconsument het platform hiermee echt 'eigen' maakt en is ook 'fun'.

Daarnaast is de naam 'MijnHuis' kort en krachtig, passend en makkelijk te onthouden.

4.3 - Beoordeling prototype Mijnwoningprogramma

NB. De uitkomsten van de doelgroep-perceptie van de prototypes zoals hieronder beschreven, dient in het daglicht te worden gelezen van de algemene bevindingen met betrekking tot de prototypes.



4.3.1 Spontane reacties

De spontane reacties op Mijnwoningprogramma zijn zeer positief.

- Het platform oogt overzichtelijk en het is duidelijk welk type informatie wordt weergegeven.
- Het zelf toevoegen van typen informatie en deze kunnen indelen (a.d.h.v. 'Tips&tricks', 'Publiek' en 'Privé') springt direct in het oog en geeft het platform een interactief karakter.

4.3.2 Relevantie

Het uitgangspunt op basis van type informatie is zeer relevant. Een algemene en persoonlijke interface die naar eigen behoefte kan worden ingedeeld en ingevuld, maakt dat elke Bouwconsument zijn/ haar informatiebehoefte kan vervullen. Hierdoor is het platform voor een brede groep Bouwconsumenten van toepassing.

4.3.3 Toegevoegde waarde

De toegevoegde waarde van typen informatie als uitgangspunt is dat dit te gebruiken is bij elke fase waarin elke type Bouwconsument zich bevindt en hierin ook kan meebewegen, door bijvoorbeeld typen informatie te verwijderen of toe te voegen. Hierdoor voldoet het prototype aan de randvoorwaarde dat

het platform hybride is, als een soort digitaal logboek waarin het telkens weer aan de informatiebehoefte van de Bouwconsument kan voldoen.

4.3.4 Toepasbaarheid/ bruikbaarheid

De toepasbaarheid/ bruikbaarheid van Mijnwoningprogramma is in perceptie van de Bouwconsument positief.

- Het platform oogt praktisch: de informatie is direct zichtbaar en kan ook direct worden aangepast, alles op dezelfde homepage.

Een belangrijke voorwaarde die de Bouwconsument toekent aan Mijnwoningprogramma m.b.t. de toepasbaarheid/ bruikbaarheid, is dat het platform al informatie moet bevatten (bijv. bij publiek), dus gevuld moet zijn vanaf het moment dat men ermee aan de slag gaat. Mits dit niet het geval is, komen de lege vlakken overweldigend over en weet de Bouwconsument niet waar te beginnen óf is het lastig om zelf op ideeën voor typen informatie te komen.

4.3.5 Type informatie

Het type informatie waar het prototype op is ontwikkeld, is in perceptie van de Bouwconsument al vrij compleet en divers.

- Bij 'Publiek' en 'Privé' staat relevante type informatie. Met name het type informatie bij 'Privé' is van belang: hier zoekt en vindt de Bouwconsument de informatie die zijn/ haar positie kan versterken.

Doordat het zelf toevoegen van typen informatie centraal staat, is het idee dat de Bouwconsument dit totaal naar eigen behoefte kan indelen, ongeacht welk type informatie dit is.

Ook 'Tips&tricks' bevat relevante en belangrijk informatie (o.a. checklists) bij de start van een project en als informatie vooraf. Dit kan men behoeden voor eventuele problemen in een latere fase.

- De naam 'Tips&tricks' is echter niet duidelijk als zijnde informatie *vooraf*, en moet hierdoor eerst uitgelegd worden.

Verdere wensen die worden genoemd m.b.t. het type informatie van Mijnwoningprogramma zijn:

- Algemene informatie: bijvoorbeeld over de buurt (kinderdagverblijf, vuilnisservice).
- Inspiratie (bijv. een database zoals Pinterest).
- Bouwtechnische informatie.

4.3.6 Waardering

Het praktische aspect van de indeling op type informatie en de hybride vorm wordt zeer gewaardeerd. In vergelijking met de tijdlijn mist Mijnwoningprogramma echter wel een bepaalde 'fun-factor' en is de look&feel enigszins saai (minder visueel aansprekend).

Slimme combi

De slimme combi kent dezelfde reacties als de extra functie (zie volgende kop). Het combineren van typen informatie uit het platform is innovatief en aantrekkelijk ('slimme data'), maar nog niet geheel geloofwaardig.

- Deze toevoeging valt of staat bij het type informatie dat zich al in het platform bevindt, anders kan er geen rekensom gemaakt worden.

Wel speelt de slimme combi in op een primaire behoefte die bij alle Bouwconsumenten speelt: het besparen van geld op de woning, zoals energiebesparingen middels isolaties.

SLIMME COMBI



Hoofdstuk 4.4 - Beoordeling extra functie



4.4.1 Spontane reacties

De extra functie waar de Bouwconsument vraag en antwoord krijgt (bijvoorbeeld over de kleur verf die ooit is gebruikt voor de voordeur) krijgt zeer positieve respons:

- Dit maakt het prototype nog meer compleet en tevens innovatief: het platform is in staat zelf informatie te genereren en toe te passen op de informatiebehoefte van de Bouwconsument.

4.4.2. Vraagtekens bij realisatie

Ondanks dat de vraag&antwoord-functie de Bouwconsument positief wordt ontvangen, heeft de Bouwconsument hierbij direct kritiek, namelijk dat het idee in perceptie te mooi is om waar te zijn.

- De tool werkt op basis van persoonlijke data en externe data. Deze data moet dan wel 1) aanwezig zijn in het platform (dus het succes van de tool hangt af van de betrokkenheid van de Bouwconsument en externe partijen) en 2) zelf de informatie kunnen combineren tot een antwoord. Punt 1 klinkt als lastig, aangezien niemand verplicht kan worden tot betrokkenheid én punt 2 klinkt dusdanig technisch dat over de haalbaarheid wordt getwijfeld.

"Het zou een mooie toevoeging zijn, maar ik vraag me af of het mogelijk is."

"Ik heb niks aan deze functie als er geen informatie in het platform is toegevoegd of als die informatie beperkt aanwezig is."

"Eerst zien, dan geloven."

Hoofdstuk 4.5 – Conclusies fase 2

Uit fase 2, het toetsen van de prototypes, blijkt dat een digitaal platform zoals Mijnwoningprogramma de meeste potentie heeft, vanwege de indeling op type informatie.

Deze conclusie is gebaseerd op de volgende aspecten:

- Type informatie en de personalisatie hiervan is een relevanter en aansprekender uitgangspunt dan de informatie a.d.h.v. een tijdlijn.
- Mijnwoningprogramma leent zich in meerdere mate om in diverse fases gebruikt te worden.
- Mijnwoningprogramma leent zich in sterkere mate om diverse typen informatie toe te voegen, namelijk algemene informatie (c.q. publieke informatie) en privé informatie.

Een belangrijk aandachtspunt van Mijnwoningprogramma is het 'fun aspect', oftewel een trigger om het platform te gebruiken, naast de functionele voordelen ervan.

- De tijdlijnfunctie van MijnHuis zou Mijnwoningprogramma dit fun aspect geven.
- Daarnaast zouden extra opmaakmogelijkheden Mijnwoningprogramma nog persoonlijker maken, zoals het toevoegen van een foto van het huis o.i.d.

Advies t.o.v. de doorontwikkeling van een digitaal platform en suggesties voor het ideale platform worden bij hoofdstuk 'Aanbevelingen' verder toegelicht.

HOOFDSTUK 5

OVERKOEPELENDE CONCLUSIES

Huidige stand van zaken

Zoals gebleken uit fase 1, is de huidige informatievoorziening suboptimaal. Naast dat de aanwezigheid van informatie versnipperd is, de informatie niet altijd pro-actief wordt aangeboden en niet toegespitst is op de persoonlijke situatie van de Bouwconsument of fase waarin hij/ of zich bevindt. Tevens is de informatievoorziening op dit moment niet geënt op een andere fase dan de oplevering en draagt daarmee onvoldoende bij aan het versterken van de positie van de Bouwconsument.

De informatie die kan bijdragen aan de positie van de Bouwconsument wordt op dit moment niet als dusdanig gezien (bij weinig ervaring of gering kennisniveau). Hierdoor is de Bouwconsument zich niet *bewust* van het feit dat het hebben, bijhouden en gebruiken van informatie kan bijdragen aan zekerheid en houvast. Degene die zich hier *wel* bewust van zijn (lees: door schade en schande wijs zijn geworden) missen een toegankelijke manier om over de informatie te beschikken, te gebruiken en te personaliseren, die meebeweegt gedurende alle fases van wonen.

Het versterken van de positie van de Bouwconsument

Als een paal boven water staat dat er behoefte is aan een digitaal platform voor de Bouwconsument om informatie te verzamelen, te bewaren en te personaliseren tijdens de oriëntatie-, uitvoer-, oplever- en gebruiksfase. Dit biedt primair **gemak** en een manier om effectiever met informatie om te gaan.

Echter, het daadwerkelijke doel om hiermee ook de positie van de Bouwconsument te versterken, staat of valt (naast informatievoorziening bij tijdens *alle* fases) met de invulling van een dergelijk platform (wie en welke informatie) en het verdere gebruik ervan.

- Zonder (persoonlijke) invulling van een digitaal platform is er simpelweg geen informatie om sterk mee te staan, laat staan om hierdoor zekerheid en houvast te hebben.
- Zonder bewust te zijn van het type informatie dat nodig is om sterk te staan, is een digitaal platform slechts een handige cloud-achtige oplossing voor het verzamelen en bewaren van informatie (dus meer een moderne oplossing dan een verbetering).

Kortom, antwoord op de vraagstelling welke hiaten de huidige informatievoorziening kent en welke informatiebehoefte de Bouwconsument heeft is er, alsook over de gewenste vorm van de informatie (digitaal, hybride en in regie van de Bouwconsument). Echter, de volgende vraag is hoe en door wie er invulling wordt gegeven aan het digitale platform.

Next steps

In het volgende hoofdstuk geven wij advies over de vervolgstappen omtrent het versterken van de positie van de Bouwconsument, aangevuld met concreet advies voor de doorontwikkeling van een digitaal platform.

HOOFDSTUK 6

AANBEVELINGEN

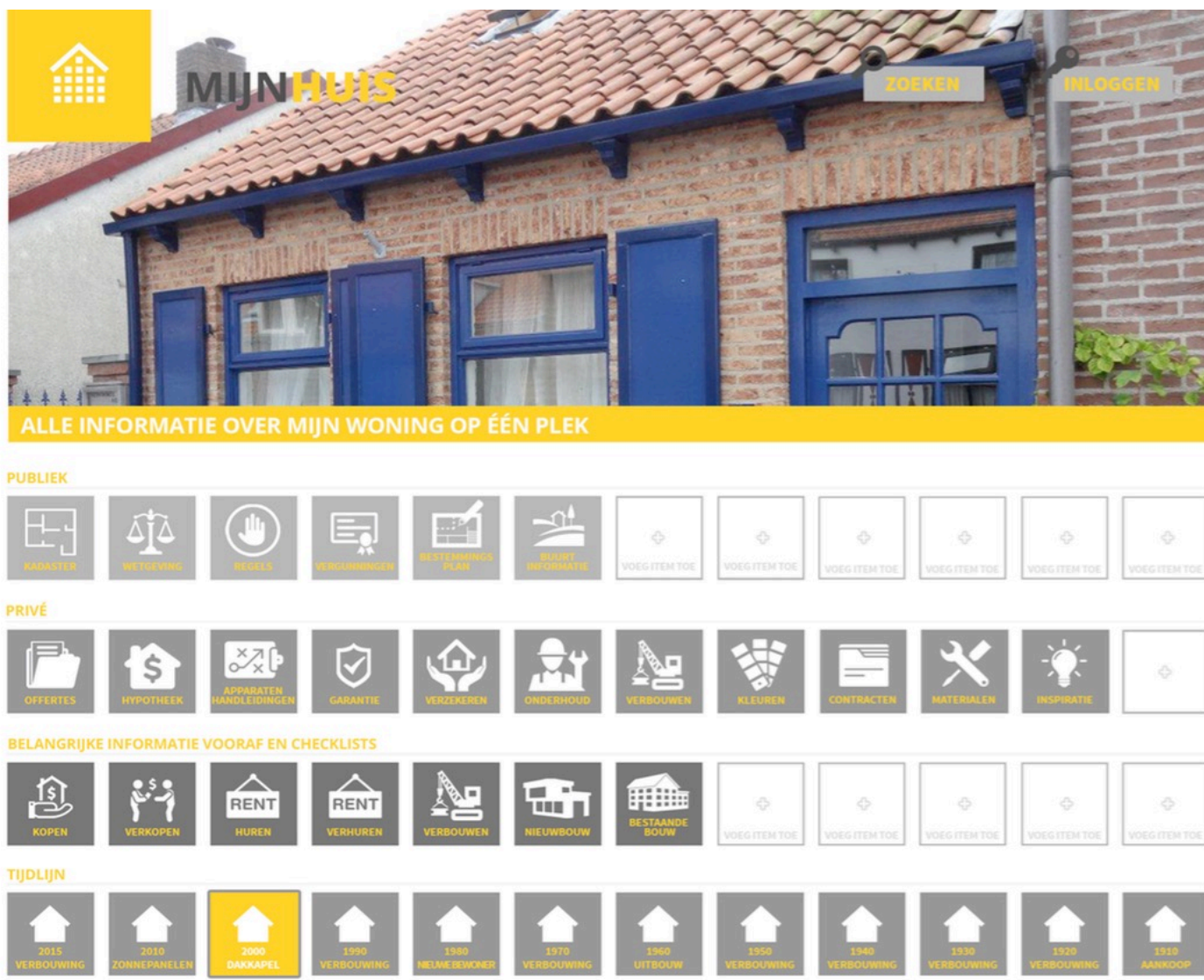
Korte termijn

Ontwikkelen platform

Het versterken van de positie van de Bouwconsument begint bij een betere informatieverstrekking. Op basis van dit onderzoek en met het oog op de toekomst (houdbaarheid) adviseren wij om een digitaal platform te ontwikkelen. Om het digitale platform zo handzaam mogelijk in te delen lijkt een indeling op type informatie het meest relevant. Hierbij is een aantal aspecten van belang:

- Het type informatie en het kunnen meebewegen per fase (oriëntatiefase, uitvoerfase, opleverfase en gebruiksfase) dient het uitgangspunt te zijn van het digitale platform.
- Het platform maakt idealiter onderscheid tussen algemene c.q. publieke informatie en privé informatie. Hierbij ligt de regie m.b.t. het verlenen van toegang tot de informatie volledig bij de Bouwconsument.
 - In de bijlage van dit rapport is een lijst samengesteld met het type informatie dat in het digitale platform kan staan (op basis van het onderzoek), verdeeld over algemene/ publieke informatie en privé informatie.
- Teneinde het digitale platform -naast inhoud- ook aantrekkelijk te maken qua vorm (look&feel) en gebruik (intuïtief, fun), is het toevoegen van onderstaande applicaties een optie:
 - De tijdlijn van prototype MijnHuis als extra toepassing binnen het digitale platform.
 - De mogelijkheid om het platform te personaliseren qua vormgeving (bijv. de foto van het huis als background).
- Voeg innovatie of een slimigheid toe, zoals de zoekfunctie-tool of de slimme combi. Overweeg hierbij om de kennis van een technisch ontwerper of app-bouwer te gebruiken om in te spelen op de laatste technologie.
- Overweeg, aangezien de Bouwconsument ook ander typen informatie dan woningspecifieke informatie wenst (inspiratie, buurtinformatie, chatten, browsen door woningaanbod), derde partijen een eigen plek te geven in het digitale platform (open source), zoals Ikea, Funda, Pinterest, de gemeente. Deze partijen kunnen binnen hun eigen omgeving informatie toevoegen, maar hebben geen toegang tot de informatie van de Bouwconsument.
- Belangrijke informatie vooraf, zoals adviezen, tips, checklists en dergelijke, dient ook aanwezig te zijn, om de Bouwconsument die aan het begin staat van de koop/ bewonen of (ver)bouw op weg te helpen en te behoeden voor eventuele problemen.
- Het digitale platform dient gebruiksvriendelijk en intuïtief te zijn, zodat elke Bouwconsument er zijn/ haar weg er makkelijk in kan vinden en het naar wens kan gebruiken.

Onderstaand een voorbeeld van een digitaal platform (de homepage), ter illustratie van de aanbevelingen.



Leveranciers van informatie en vullen platform

Het succes van het digitale platform wordt mede bepaald door de invulling ervan. Hierbij is van belang hoe rijk het platform is op het moment dat de Bouwconsument ermee aan de slag gaat, of het om bestaande bouw of nieuwbouw/ nieuw gebouwd gaat en wie welke informatie toevoegt.

Ten eerste adviseren wij het platform pas beschikbaar te maken als er al informatie in staat.

- Voor bestaande bouw geldt dat er algemene informatie beschikbaar is, zoals informatie over energiebesparing, bewonen van een bestaand huis, checklists, kadaster, wet- en regelgeving, gemeentelijke informatie,

buurtinformatie. Het platform kan verder voorbeelden of suggesties geven van typen informatie die de Bouwconsument zelf kan toevoegen (zoals woning specifieke informatie, privé informatie als offertes, onderhoud en hypotheek). Hierdoor wordt de Bouwconsument op weg geholpen met het zelf gebruiken van het platform en bewust gemaakt van het type informatie dat hen nog meer zou helpen.

- Voor nieuwbouw/ nieuw gebouwd is informatie vaker beschikbaar en ook meer woning specifiek. Idealiter wordt het platform gevuld met informatie zoals tekeningen, onderhoudshandleidingen, bestemmingsplan, gebruikshandleiding woning, etc.

Het is lastig een partij aan te wijzen die verantwoordelijk dient te zijn voor het aanleveren van bovenstaande informatie. Partijen kunnen op dit moment immers niet verplicht worden dit te doen. Daarom geven we enkele suggesties voor partijen die in aanmerking komen als het gaat om de verantwoording en levering van het digitale platform.

- De hoofdaanbieder is idealiter een onafhankelijke partij. Deze partij beheert het digitale platform in beginsel en is verantwoordelijk, totdat het platform is gevuld met informatie waarmee de Bouwconsument van start kan.
 - Indien er sprake is van nieuwbouw/ nieuw gebouwd, kan een onafhankelijke partij in samenwerking met de projectontwikkelaar/ bouwmaatschappij het digitale platform aanbieden. De onafhankelijke partij is dan verantwoordelijk voor algemene informatie en de projectontwikkelaar/ bouwmaatschappij voor de woning-specifieke informatie die vanaf de start van het project beschikbaar is.
 - Het vullen van informatie m.b.t. bestaande bouw kan een samenwerking zijn tussen gemeentes en de onafhankelijke partij. Waarbij de onafhankelijke partij algemene informatie toevoegt (bijv. energiebesparing, bewonen van een bestaand huis, checklists, etc.) en de gemeente/ kadaster aanstuurt om informatie te leveren m.b.t. tekeningen, wet- en regelgeving, aanwezige historie van het huis.

Het aanstellen van één hoofdaanbieder, namelijk een onafhankelijke partij voor het digitale platform biedt de Bouwconsument duidelijkheid en een betrouwbaar gevoel. Daarnaast wordt een dergelijk digitaal platform –indien aangeboden door één onafhankelijke partij- voor *iedere* Bouwconsument beschikbaar, aangezien dit niet afhankelijk is van de bereidwilligheid van diverse andere partijen (bijvoorbeeld dat de ene projectontwikkelaar het wel aanbiedt, en de ander niet). Hiermee kan de kwaliteitsborging breed worden uitgezet. Echter, wij kunnen ons voorstellen dat één platform voor elke Bouwconsument te ver afstaat van de werkelijkheid.

Bovenstaande pleit -naar ons inziens- voor een 'basis' digitaal platform met eerder genoemde aspecten (type informatie als uitgangspunt, publieke en privé

informatie, 'fun factor', checklists vooraf, gebruiksvriendelijkheid/ intuïtief, etc.). Bij aanvang is het digitale platform in het beheer van een onafhankelijke partij, en na de start heeft de Bouwconsument de regie .

Indien gewenst kan de indeling worden aangepast aan de dienstverlening van de 'onderaannieder', bijvoorbeeld projectontwikkelaars en bouwmaatschappijen. Denk hierbij aan:

- een eigen huisstijl (visuals, kleurgebruik);
- ruimte voor specifieke informatie, behorende tot de aanbieder
- indeling kunnen aanpassen op de informatie (kopjes aanmaken, informatie koppelen aan elkaar).

Het dient wel altijd duidelijk te zijn dat een onafhankelijke partij de hoofdaanbieder is (denk aan: 'Powered by...').

Cruciaal is dat vanaf het begin (het moment waarop de informatiebehoefte een rol gaat spelen, dus voorafgaand) een digitaal platform beschikbaar is met daarin reeds beschikbare informatie voor de Bouwconsument. Aandachtspunt hierbij is hoe specifiek de informatie op dat moment *kan* zijn en dat hierbij inspanning wordt gevraagd van meerdere partijen.

- Indien het lastig blijkt om het digitale platform voorafgaand al te vullen met specifieke informatie, dan adviseren wij om in elk geval het platform aan te bieden met suggesties voor typen informatie en wie deze informatie beschikbaar heeft. Zo kan de Bouwconsument gerichter zelf aan de slag en krijgt hij/ zij geen 'leeg' platform.

Op het moment dat de Bouwconsument zelf aan de slag kan met het platform, dus wanneer alle basisinformatie is toegevoegd, is het moment dat het beheer geheel bij de Bouwconsument ligt en dat zij de eigenaar zijn van de informatie over hun woning/ huis. De hoofdaanbieder van het platform zal dan iets meer op de achtergrond komen, en de Bouwconsument heeft zelf de verantwoording het platform op peil te houden. Wel dienen projectontwikkelaars en bouwmaatschappijen nauw betrokken te blijven bij de informatieverstrekking van het platform. Op goedkeuring van de Bouwconsument kunnen zij informatie toevoegen, indien dit relevant is (bijv. bij aanpassingen woning).

- Dit betekent echter wel dat betrokken partijen voordelen moeten zien in een mate van betrokkenheid bij het platform en de informatieverstrekking. Pro-actief zijn en de Bouwconsument *willen* informeren, zijn hierbij twee belangrijke eigenschappen. Bovendien, zal de Bouwconsument de toegevoegde waarde moeten zien om zodoende het platform up-to-date te houden.

Bij bestaande bouw is er geen sprake van projectontwikkelaars of bouwmaatschappijen die coöpereren aan de informatievoorziening. Het beheer en onderhoud van een digitaal platform ligt (vanaf het aanbieden van het platform) volledig bij de Bouwconsument. Ook in dit geval is het van belang dat de Bouwconsument bewust(er) is van de toegevoegde waarde van het bijhouden en vullen van het platform.

Toekomst

Op het moment dat er een digitaal platform is ontwikkeld, is het van belang deze op een relevante manier onder de aandacht van de Bouwconsument te brengen. Hierbij is ons advies om rekening te houden met de ervaring van Bouwconsumenten.

Onervaren Bouwconsumenten dienen bewust te worden van de toegevoegde waarde van het digitale platform als het gaat om sterker staan, voorbereid zijn en een gerust gevoel krijgen. Een digitaal platform en het gebruiken van informatie behoedt hen voor problemen.

Ervaren Bouwconsumenten die hun eigen weg kunnen vinden m.b.t. hun woning en (ver)bouw een 'nice to have' blijft. Voor hen gaat het immers meer om een gemakkelijke omgang met informatie, dan het verkrijgen van een sterkere positie. Echter, de nieuwste technologie en innovatie die mogelijk verwerkt is in een digitaal platform, kan hen overhalen tot het gebruik ervan. De communicatie richting hen dient daarmee duidelijk te maken dat het platform meer is dan het digitaal opslaan van informatie.

Wij verwachten dat de drempel tot afname van een digitaal platform bij Bouwconsumenten die minder goede of zelfs slechte ervaringen hebben gehad (met bijvoorbeeld een verbouwing) zeer laag is. Voor wat communicatie betreft, is de bekendmaking van een dergelijk platform bij deze doelgroep voldoende.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Inleiding

Achtergrond

Op dit moment is het wetsvoorstel 'kwaliteitsborging voor het bouwen' in ontwikkeling. Met een wet omtrent de kwaliteit voor (ver)bouwen van woningen, of een gedeelte ervan, tracht Het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (hierna te noemen: BZK) de kwaliteit van het bouwen te waarborgen en daarmee de positie van de Bouwconsument te versterken t.o.v. partijen die de (ver)bouw uitvoeren en verantwoordelijk zijn voor de oplevering.

Met name de bouwtechnische kwaliteit en de service van de bouwers dient te worden verbeterd. Naast dat dit ten goede komt van de Bouwconsument, kan dit leiden tot minder interne kosten aan de zijde van de bouwers, aangezien de verwachtingen en ervaring van kopers beter zijn afgestemd. Daarnaast is de verwachting dat een sterkere betrokkenheid van de Bouwconsument het proces overzichtelijk maakt en hierdoor de tevredenheid toeneemt.

Onderdeel van de kwaliteitsborging is de introductie van een 'opleverdossier' (naam onder voorbehoud) voor de Bouwconsument. Dit document (digitaal en/ of fysiek) zou alle informatie kunnen bevatten die van toepassing is op de aankoop van een woning, het gebruik van de woning, het onderhoud en het verbouwen van een bestaande woning of nieuw bouwen van een woning.

MARE Research heeft een kwalitatief onderzoekstraject uitgevoerd inclusief prototype-ontwikkeling, teneinde inzicht te verkrijgen in de beleving van de huidige informatievoorziening en de informatiebehoefte van de Bouwconsument ter ontwikkeling van een 'opleverdossier'.

Onderzoeksdoelstelling, doelgroepen, opzet en team

Onderzoeksdoelstelling

De onderzoeksdoelstelling is inzicht verkrijgen in de wensen en behoeften van de Bouwconsument omtrent informatievoorziening. Deze doelstelling valt als volgt uiteen in vier subdoelstellingen:

1. *Wat vindt de Bouwconsument noodzakelijk om te weten (basis opleverdossier, minimaal benodigde informatie).*
2. *Wat vindt de Bouwconsument wenselijk om te weten (optioneel, pluspakket?).*
3. *Hoe moet de informatievoorziening eruitzien (vorm, digitaal/ fysiek).*
4. *Hoe moet de informatievoorziening verlopen (wie vult/ vullen het dossier, toegang, delen, statisch vs. meebewegen met Bouwconsument).*

Onderzoeksdoelgroep

In totaal hebben N=52 respondenten meegedaan aan het onderzoek, verdeeld over de volgende groepen:

1. Mensen die gaan kopen.
 - Hebben de afgelopen zes maanden een huis/ pand gekocht. Gaan huis/ pand kopen.
2. Mensen die net hebben gekocht.
 - Zijn van plan in de komende zes maanden een huis/ pand te kopen.
3. Verbouwd/ gaan verbouwen.
 - Hebben de afgelopen zes maanden hun huis/ pand verbouwd of zijn van plan dit te doen in de komende 6 maanden.
 - Hiervoor was of is (naar verwachting) een bouwvergunning nodig. (Hiermee voorkomen we dat we respondenten spreken die louter kleine kluswerkzaamheden hebben verricht of gaan verrichten).
4. Mensen die gaan huren/ reeds huren.
 - Wonen reeds in een huurwoning/ gehuurd pand of zijn van plan binnen zes maanden te huren.

M.b.t. de koop van een huis geldt de volgende verdeling:

- Starters: verhuisbeweging, namelijk eerste koophuis.
- Doorstromers: verhuisbeweging, namelijk stromen door van koophuis naar koophuis.

Voor allen geldt:

Zijn de afgelopen tien jaar niet werkzaam geweest in de vastgoedbranche
Zijn communicatief vaardig en goed in staat zich verbaal uit te drukken.

Spreadingscriteria:

- Geslacht
- Leeftijd
- Opleidingsniveau
- Samenstelling gezin
- Type woonomgeving (stedelijk/landelijk)
- Type woning/ pand
- Bestaande bouw, nieuwbouw en volledig nieuw bouwen

Opzet

Het onderzoekstraject bestaat uit de volgende fases:

Fase	Wat	Doel
Fase 0	Startgesprek	Gemeenschappelijk vertrekpunt onderzoek op basis van kennisdeling stakeholders
Fase 1A	Doelgroepexploratie middels groepsdiscussies, acht in totaal, t=90 minuten	Inzicht in de huidige informatiebeleving, informatiedoelgroep en uitgangspunten voor verbeteringen

Fase 1B	Conceptontwikkeling middels werksessie	Vanuit key learnings fase 1A toewerken naar een aantal concepten/ prototype-ideeën voor een opleverdossier
Fase 1C	Ontwikkeling prototypes door Limelights	Doorontwikkeling van concepten en prototype-ideeën tot materiaal voor individuele interviews
Fase 2	Toetsen prototypes middels n=12 single interviews, t=40 minuten	Inzicht in de potentie van de prototypes en eventuele optimalisaties
Fase 3	Rapportage	Totaaloverzicht van onderzoeksresultaten van elke fase, aangevuld met overkoepelende conclusies en aanbevelingen

Stimulusmateriaal

Bij twee fases is stimulusmateriaal gebruikt:

Fase 1

Voor fase 1, de groepsdiscussies, is het volgende stimulusmateriaal gebruikt:

- Tijdlijn met daarin fases, gemaakt door MARE Research, bestaande uit oriëntatiefase, uitvoerfase en opleverfase.
- Bestaand opleverdossier (analoge versie) van Bob Gieskens (Bouwend Nederland).

De inhoudsopgave van het bestaande opleverdossier is in dit rapport te vinden, om een beeld te krijgen van het type informatie dat hierin is beschreven.

Fase 2

Voor fase 2, de individuele interviews, is het volgende stimulusmateriaal gebruikt:

- Prototype concept 1: Mijnwoningprogramma.nl.
- Prototype concept 2: Mijnhuis.nl.
- Extra functie (toepasbaar binnen beide prototypes): vraag&antwoord-tool.

Bovenstaand materiaal is bedacht en ontwikkeld naar aanleiding van fase 1 en de werksessie. De prototypes bestaan uit meerdere visuals op A3 die eruit zien als een digitaal/ online platform met daarin de diverse toepassingen en doorklikmogelijkheden (inclusief een huisstijl). In de bijlage van dit rapport zijn de prototypes en de extra functie toegevoegd.

Het stimulusmateriaal m.b.t. de prototypes is alternerend voorgelegd.

Onderzoeksteam

Het onderzoeksteam bestaat uit Mirjam Paternotte (Managing Partner) en Merel van der Weijden (Research Manager). Beide onderzoekers zijn verantwoordelijk voor het gehele traject.

Rapportage

Kwalitatief onderzoek is verkennend en inventariserend van aard. Uitkomsten van dergelijk onderzoek moeten dan ook in de eerste plaats worden gezien als indicatief en hypothese vormend en niet als (cijfermatig bewezen) feiten. Omwille van de leesbaarheid wordt in deze rapportage van de stellende vorm gebruik gemaakt.

Bijlage 3: Gespreksleidraden (groepsdiscussies en single interviews)

CHECKLIST

Projecttitel	Bouwconsument	Methode	8 groepsdiscussies, n=4, t=90 minuten
Datum	15 en 17 september 2015	Projectnummer	2015111
Locatie	Fris Den Bosch, MARE Research Amsterdam	Versie	02
Aantal pagina's			04

Deze checklist fungeert als een flexibele gespreksrichtlijn. De volgorde en de formulering van de te stellen vragen zijn afhankelijk van de respondenten en het verloop van de gesprekken.

Onderzoeksdoelstellingen:

- 1. Wat vindt de consument (koop/huur) noodzakelijk om te weten (basis opleverdossier, minimaal benodigde informatie)*
- 2. Wat vindt de consument (koop/huur) wenselijk om te weten (optioneel, pluspakket?)*
- 3. Hoe moet de informatievoorziening eruit zien (vorm, digitaal/fysiek)*
- 4. Hoe moet de informatievoorziening verlopen (wie vult/vullen het dossier, wordt het dossier doorgenomen met de consument(en) of alleen afgegeven?)*

**De focus van het onderzoek zal in eerste instantie liggen op doelstelling 2 en 3. Indien na de minigroepsdiscussies blijkt dat er hiaten zitten m.b.t. wat de bouwconsument moet weten (aspecten die over het hoofd worden gezien, maar wel cruciaal zijn) dan wordt hier rekening mee gehouden tijdens de werksessie en de daarop volgende single interviews.*

De aanvullende onderzoeksvragen zijn:

- Welke gebruikersprofielen zijn er en welke informatiebehoefte hebben zij (gemeenschappelijk vs. specifieke behoefte)?*
- Welke voorbeelden van een opleverdossier zijn er al in de praktijk en wat is de ervaring (hoe gaat de bouwconsument nu om met informatie, bijv. een map met documenten of een online dienst, etc.)?*
- Hoe kan de informatieverstrekking worden bevorderd (anders dan wetgeving)?*

1. Introductie

5 min

- Welkom
- Uitleg onderzoekssituatie

- Voorstelronde: naam, gezinssituatie, dagelijkse bezigheden, vrije tijd, woning/ (ver)bouw, etc.

2. Context en informatievoorziening

40 min

Int. legt uit het te willen hebben over het kopen van een huis/ bezitten van een huis/ (ver)bouwen/ huren (per groep verschillend).

- *NB: We starten met een meer gevoelsmatig onderwerp, namelijk wat de betekenis is van een woonhuis, om zo de respondenten in de juiste mindset te krijgen. Hierna gaan we over op de praktische (meer functionele) aspecten van wonen en de informatievoorziening hieromtrent.*
- Wat betekent wonen/ je huis voor je; toelichting
 - Welk gevoel heb je hier bij?
 - Wat vind je belangrijk?
 - Wat is fijn/ goed wonen?
- Wat zijn de praktische zaken die het mogelijk maken goed te wonen; toelichting
 - *Int. check: focus op functionele aspecten: veiligheid, goed gebouwd, energievoorziening, vergunningen, wet- regelgeving, etc.*
- Hoe ervaren je de informatievoorziening rondom de praktische zaken van wonen; toelichting
- In hoeverre is er hieromtrent informatie beschikbaar; toelichting
 - Welke informatie is wel/ niet beschikbaar?
 - Type informatie
 - Vorm (digitaal, papier)
 - Hoeveelheid (veel informatie of beperkt)
 - Bron/ afzender: waar haal je die informatie vandaan/ welke informatiebronnen zijn er voor deze informatie?
 - Bewaren?
- Wat vind je van de huidige informatievoorziening?
 - Spontaan
 - Relevant/ toereikend
 - Begrijpelijk/ onbegrijpelijk
 - *Int. check: wet- en regelgeving, taalgebruik afzender, informatie verschillende partijen/ betrokkenen, etc.*
 - Toepasbaar/ nuttig
 - Interessant
 - Onafhankelijke informatie vs. van bepaalde afzender

Tijdslijn

Int. legt uit nu de momenten in kaart te willen brengen (vanaf begin tot nu) en te plotten welke informatiebehoefte op welk moment ontstond/ ontstaat en in hoeverre hier nog informatie mist of specifieke behoeften zijn m.b.t. informatievoorziening, soort informatie en bruikbaarheid. De tijdslijn bestaat

uit 6 fases*:

1. *Overweegfase (willen kopen/ huren/ (ver)bouwen**): meer oppervlakkig)*
2. *Verdiepingsfase (na besluit te willen kopen/ huren/ (ver)bouwen meer concrete wensen/ behoeften)*
3. *Actiefase (na besluit actief voorbereiden, afspraken maken, vergunning aanvragen, etc.)*
4. *Uitvoerfase (daadwerkelijke uitvoer het plan m.b.t. koop/ huur/ (ver)bouwen)*
5. *Opleverfase (het resultaat van de uitvoerfase)*
6. *Gebruiksfase (gebruik van de woning/ het pand)*

Per fase worden de volgende punten besproken:

- Welke informatiebehoefte is er in deze fase?
- Welke informatie is essentieel in deze fase?
- Waar liggen kansen/ verbeterpunten m.b.t. de informatievoorziening in deze fase?
- Hoe zou je deze informatie willen hebben?

**De tijdlijn wordt op een A1 formaat poster geprint, waarbij tijdens de groepsdiscussies de antwoorden/ input middels post-it's bij de betreffende fase worden geplakt.*

***Onder (ver)bouwen verstaan we –naast nieuwbouw en verbouwingen ook aanbouw, onderhoud, verduurzaming, het nemen van energiebesparende maatregelen.*

3. Brainstorm concept informatievoorziening

20 min

Int. legt uit dat op basis van de eerste onderdelen een idee voor informatievoorziening wordt bedacht. Respondenten doen dit eerst individueel via een invulsheet, dit wordt hierna plenair besproken. Tot slot wordt in groepsverband een kernidee bedacht (input voor prototype).

Individuele oefening

Elke respondent krijgt een invulsheet. Deze bestaat uit 3 vragen:

1. *Welke informatie is essentieel?*
 - *Denk aan type informatie die in jouw ogen noodzakelijk is.*
 2. *Welke additionele informatie wil je?*
 - *Denk aan extra informatie die je zou willen hebben (niet perse noodzakelijke informatie)*
 3. *Wat zijn de randvoorwaarden voor het gebruik van de informatie. Denk aan:*
 - *Personaliseren van informatie*
 - *Opslaan van informatie*
 - *Delen van informatie*
 - *Wie heeft toegang tot de informatie*
- *Digitaal vs: fysiek*
 - *Hoe bewaren*

- Etc.

Plenair bespreken ideeën

- Welke soort informatie moet het bevatten?
 - Zelf aanvullen en/of al informatie aanwezig
- Wat moet je allemaal kunnen doen
 - Opzoeken
 - Bewerken
 - Opslaan, verzamelen
 - Delen?
- Wie heeft toegang tot de informatie?
- Welke vorm is het meest aansprekend; toelichting
 - Digitaal (app, website/ portal, cloud, forum) of fysiek (map, binder)

4. Voorleggen bestaand 'opleverdossier'

15 min

Int. legt uit dat er een bestaand idee is m.b.t. informatie en is benieuwd wat de respondent ervan vinden.

Vorm

- Spontane reacties
- Wat is je algemene indruk van wat je hier ziet; toelichting
- Hoe komt de informatie op je over; toelichting
- In hoeverre schat je in dat je alles goed kunt vinden; toelichting
 - Waar blijkt dit uit?
- In hoeverre is het duidelijk welke informatie je waar kunt vinden; toelichting

Inhoudelijk

- In hoeverre is de informatie voor jou relevant (of relevant zou kunnen zijn); toelichting
 - Welke deel wel/niet?
- In hoeverre is de informatie:
 - Nuttig: is dit wat je moet weten?
 - Interessant; het lezen/bekijken waard (willen weten)?
- Wat zijn de voornaamste plus- en minpunten van dit idee/ concept; toelichting
 - Wat ontbreekt nog?

5. Wrap up

8 min

- Kijkend naar je situatie en de informatiebehoefte hieromtrent, wat is dan het voornaamste dat je:
 - Wilt weten (wenselijk)?
 - Moet weten (noodzakelijk)?
- Wat zijn de voornaamste verbeterpunten m.b.t. de huidige informatievoorziening; toelichting
 - Soort
 - Vorm

- Afzender
- Welke partijen zie jij als meest geschikt om te voldoen aan jouw informatiebehoefte
 - Welke verantwoordelijkheid hebben deze partijen
- Stel, er wordt een idee bedacht dat de informatie die jij nodig hebt/ wilt hebben bundelt, wat zijn dan de voornaamste aandachtspunten; toelichting
 - Wat moet het idee bevatten om voor jou relevant en bruikbaar te zijn?
 - Wat moet het idee niet bevatten (wanneer is het niet meer relevant, bruikbaar)?
 - Wat moet het idee je opleveren (zelfstandigheid/ autoriteit, meer kennis, kwaliteitswaarborg, overzicht, etc.)

6. Afsluiting

2 min

- Vragen/opmerkingen respondenten/ aanwezigen BZK/ KBG (indien tijd)
- Incentives uitreiken en bedanken

CHECKLIST

Projecttitel	De Bouwconsument	Methode	Single interviews (n=12, t=40 min)
Datum	28 oktober 2015	Projectnummer	2015111
Locatie	MARE Amsterdam	Research Versie	02
			Aantal pagina's 04

Deze checklist fungeert als een flexibele gespreksrichtlijn. De volgorde en de formulering van de te stellen vragen zijn afhankelijk van de respondenten en het verloop van de gesprekken.

7. Introductie

'2

- Welkom
- Uitleg onderzoekssituatie
- Voorstellen: naam, gezinssituatie, dagelijkse bezigheden, vrije tijd, huidige woonsituatie (koop/ gekocht/ (ver)bouw/ huur) etc.

8. Voorleggen prototypes

'20

Interviewer legt uit dat de respondent een idee te zien krijgt van een website die gaat over wonen. Afhankelijk van de situatie per respondent legt de interviewer uit dat het idee is bedacht om te gebruiken bij de oriëntatie, uitvoer en oplever/ gebruiksfase van een koop of huurwoning en of (ver)bouw van een

woning/ huis. Het idee is nog niet af: de respondent wordt gevraagd hier 'doorheen' te kijken en zich voor te stellen hoe hij/ zij het idee in het echt zou gebruiken.

NB: In elk interview worden beide prototypes, Mijnhuis.nl en Mijnwoningprogramma.nl, besproken. Per interview wordt gestart met een ander prototype (alterneren). De nadruk van de interviews ligt op de vragen die bij onderdeel 'Evaluatie' worden besproken.

Het interview start met het kort doorlopen van een prototype. Hierbij neemt de interviewer de respondent mee door alle pagina's waaruit het prototype bestaat, en stelt hierbij de volgende algemene vragen:

- Spontane reacties
- Hoe komt het idee op je over; welke algemene indruk krijg je van dit idee; toelichting
- Wat zou jij hiermee kunnen denk je, nu je dit kort hebt gezien; toelichting

Vervolgens worden de prototypes gedetailleerder besproken a.d.h.v. de verschillende onderdelen waaruit het prototype bestaat (interviewer neemt respondent mee):

1. Beginscherm
2. Home (en ter aanvulling het overzicht met alle devices)
3. Doorklik-keuze (bij Mijnhuis.nl is dit het dakkapel/ 2003, bij Mijnwoningprogramma.nl is dit 'Tekeningen')
4. Extra functie
5. Overzicht (van het idee en toepassingen, voorgelegd bij het onderdeel 'Evaluatie')

Beginscherm

Dit is het scherm dat de respondent ziet, voordat er is doorgeklikt.

- Spontane reacties
- Likes/dislikes
- Wat is je indruk; hoe komt het op je over; toelichting
 - *Int. check: reactie op beginscherm, uitstraling en verwachtingen*
- Wat is je verwachting van de informatie die je hier kan krijgen/ inzien; toelichting
 - *Int. check: type informatie*

Home

Interviewer legt uit dat als respondent 'doorklikt' hij/ zij op de homepage terecht komt.

- Spontane reacties
- Likes/dislikes
- Wat is je indruk van deze homepage; toelichting
- Wat kan je doen met dit idee, als je dit zo ziet; toelichting
 - *Int. check: reactie op het geheel: toepassingen, mogelijkheden, menu's, etc.*

- Hoe werkt het idee:, stel je klikt iets aan wat gebeurt er dan; wat verwacht je toelichting
 - *Int. check: respondent kiest iets willekeurig uit of interviewer wijst iets aan*
- In hoeverre komt de homepage aansprekend/ aantrekkelijk op je over; toelichting
- Hoe komt de informatie op je over die in dit idee wordt weergegeven; toelichting
 - In hoeverre is dit voor jou de informatie waar je wellicht behoefte aan hebt als je koopt/ woont/ (ver)bouwt/ huurt
 - *Int. check: verschil moeten weten vs. willen weten*
 - Welke informatie zou er nog meer bij kunnen staan, mis je informatie
 - *Int. check: let op welke specifieke informatie er wordt genoemd en vraag hierop door*
- In hoeverre is het idee, met de mogelijkheden die je nu ziet op de homepage, voor jou:
 - Duidelijk (wat er kan, om welke informatie het gaat)
 - relevant (zo ja: waarom?)
 - toepasbaar/ bruikbaar (noem voorbeeld wanneer/ welke fase en welke type informatie dan relevant is)
 - overzichtelijk
 - van toegevoegde waarde (zo ja: waarom?)

Interviewer laat ter aanvulling de pagina zien met alle devices.

- Spontane reacties
- Likes/ dislikes

Doorklik-keuze

Interviewer legt uit 'stel je klikt op...' en pakt de pagina met de doorklikkeuze erbij ('Dakkapel' of 'Tekeningen').

- Spontane reacties
- Likes/ dislikes
- Hoe komt deze pagina op je over; welke indruk krijg je; toelichting
- Wat kan je op/ met deze pagina; toelichting
 - *Int. check: begrip en toepasbaarheid*
 - Type informatie (noem voorbeelden)
 - Delen van informatie
 - Etc.
- In hoeverre is de pagina:
 - binnen je verwachtingen die je had op de homepage
 - helder (ingedeeld, wat je ermee kan)
 - relevant (type informatie)

Extra functie

Interviewer zoomt in op de extra functie van MijnHuis.nl of Mijnwoningprogramma.nl: de vraag&antwoord-tool.

- Spontane reacties
- Likes/ dislikes
- Hoe komt deze extra functie op je over; welke indruk krijg je; toelichting
- Wat kan je met deze extra functie; toelichting
 - *Int. check: begrip en toepasbaarheid*
- In hoeverre is de extra functie:
 - Relevant (in welke situatie zou dit van belang zijn c.q. zou je het gebruiken)
 - van toegevoegde waarde (wat doet het met je informatiebehoefte op dat moment/ welke rol vervult de functie in fase...)
 - aansprekend/ aantrekkelijk om te gebruiken
 - passend binnen het idee

Indien tijd: voorleggen 'Slimme combi' van prototype 'Mijnwoningprogramma.nl'.

9. Evaluatie

'17

Interviewer wil beide prototypes evalueren en gebruikt hierbij de onderdelen waarop beide prototypes staan uitgewerkt.

- Wat vind je van de ideeën; toelichting
 - Indruk en uitstraling
 - Relevantie en toepasbaarheid
 - Passend bij behoefte indien (ver)koop/ (ver)bouw/ huur
 - Inhoudelijk: qua informatievoorziening/ type informatie
- Welke van de 2 ideeën spreekt jou het meeste aan; toelichting
 - Waar komt dit door (overzicht, indeling, functies/ mogelijkheden)
 - Welke voornaamste pluspunten heeft dit idee t.o.v. van het andere idee (vergelijken)
- Stel, het idee dat jij het beste vindt wordt verder ontwikkeld...:
 - Wat zou het idee jou dan opleveren voor-/ tijdens- en na (ver)koop/ (ver)bouw/ huur
 - Noem een concrete situatie noemen waarin het jou zou helpen/ ondersteunen, etc. (welke gebeurtenis, maar ook welke specifieke fase).
 - Welk gevoel geeft het jou in die situatie?
 - *Int. check: diverse doelgroepen, zekerheid/ houvast, kennis is macht, geruststelling/ rust*
 - Welke type informatie er eventueel weg of erbij kunnen
 - Wie is dan verantwoordelijk voor de informatie dit erin komt (regie)
 - Met wie wil je de informatie delen (privacy)
- Welke partij is het meest logisch om met dit idee te komen
 - *Int. check: onderscheid tussen bouwmaatschappijen, overheid, onafhankelijke partijen, aannemers etc.*

- In hoeverre zou je bereid zijn om voor dit idee te betalen
 - Hoeveel
 - Eenmalig, per maand/ kwartaal/ project
 - Bij welke aanbieder er wel voor betalen, bij welke niet
- Wat zijn de voornaamste verbeterpunten van het idee; toelichting

10. Afsluiting

'1

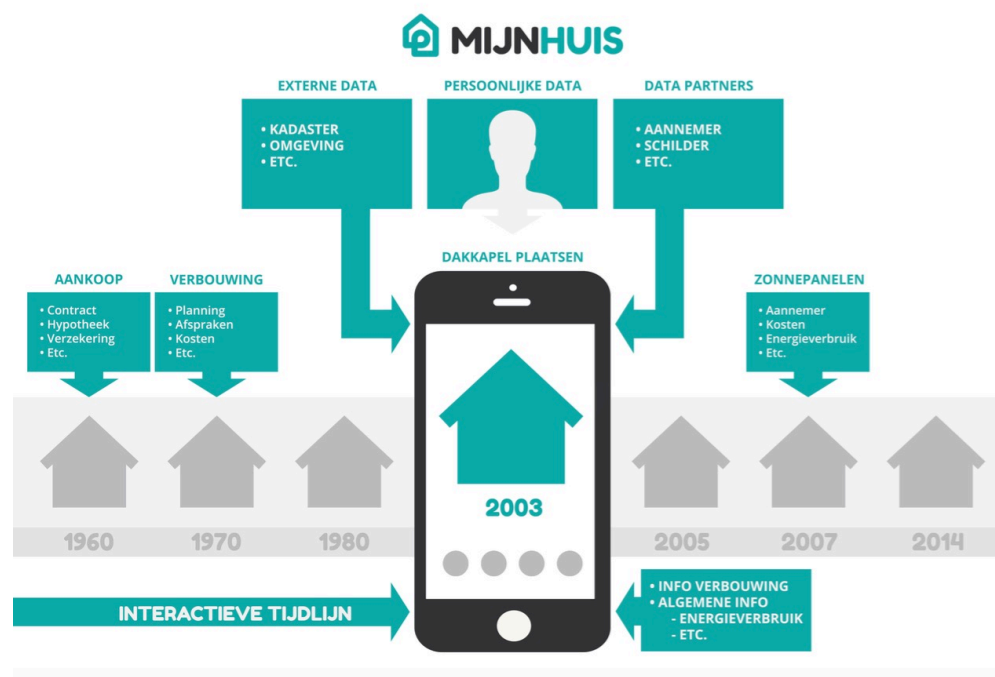
- Vragen/ opmerkingen respondenten/ opdrachtgever (indien tijd)
- Bedanken

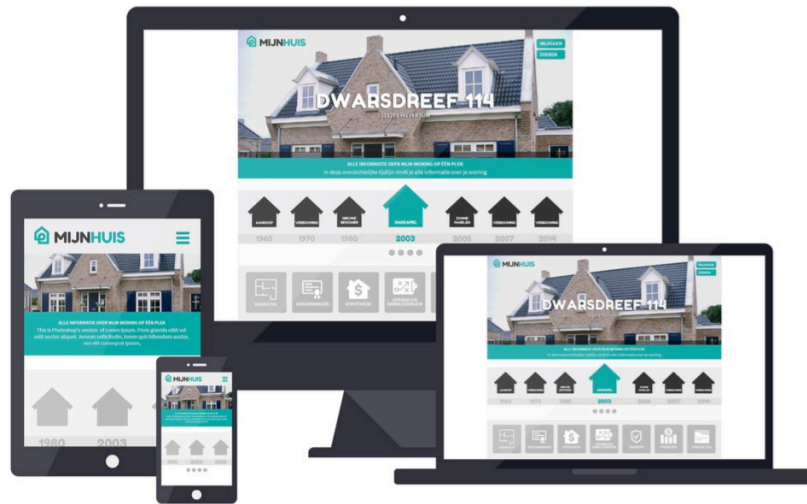
Bijlage 4: Stimulusmateriaal

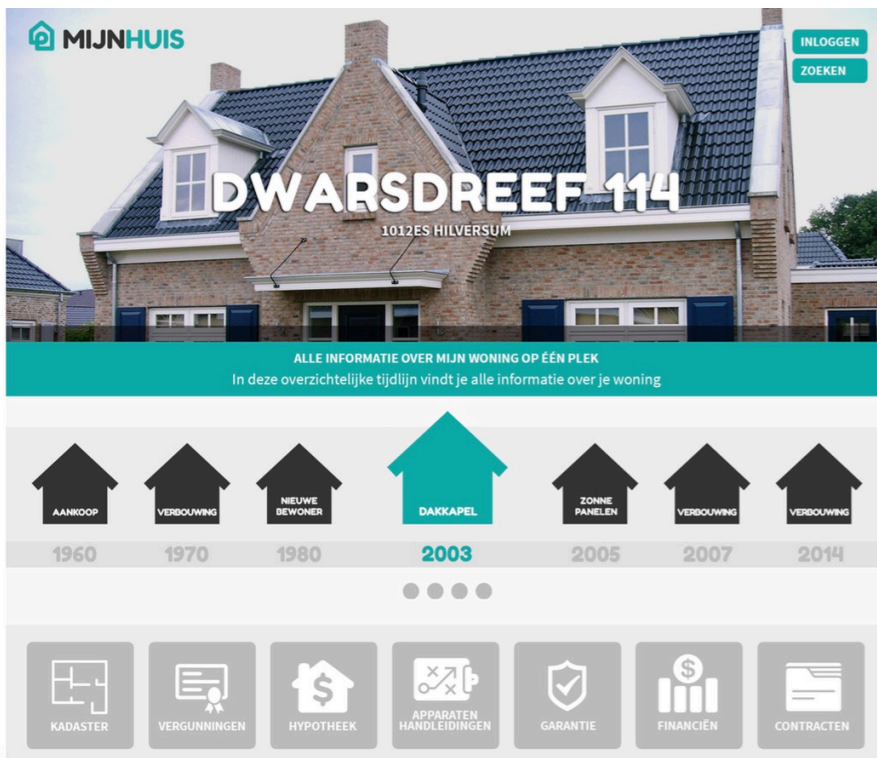
Inhoud bestaand opleverdossier (aangeleverd door Bob Gieskens)

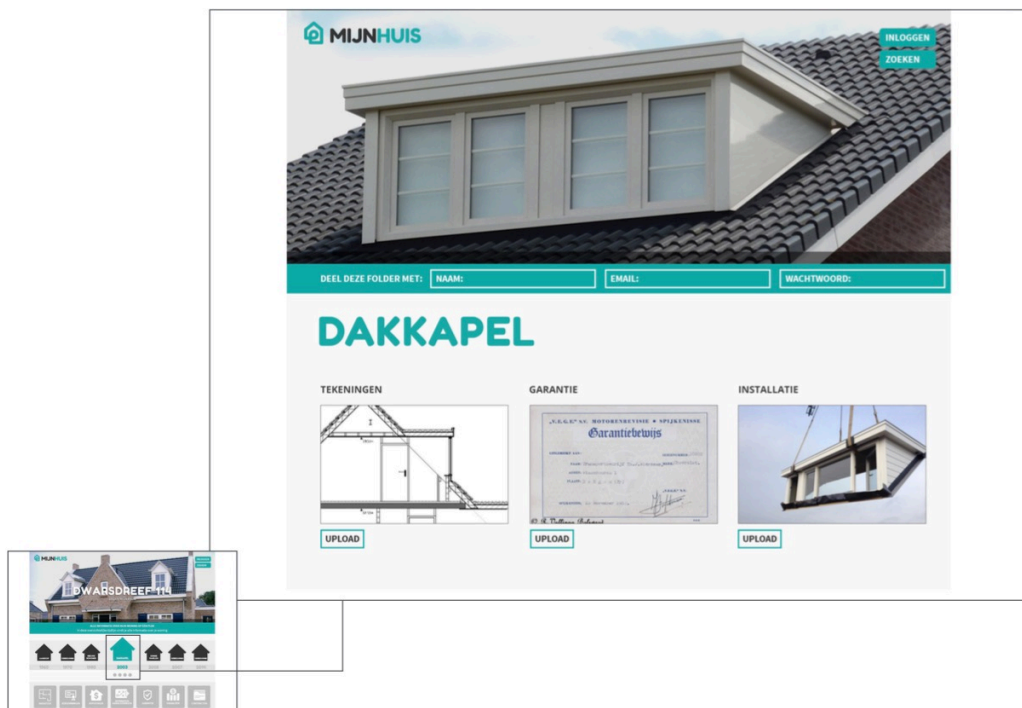
1. Na de oplevering	>
2. Adviezen bij het in gebruik nemen	>
3. Vocht en ventilatie	>
4. Warmte isolatie, constructies en onderhoud	>
5. Mechanische ventilatie (MV)	>
6. Elektrische installatie - tekening	>
7. Leidingwerk en riolering - tekening	>
8. Materiaal – kleurenstaat & adressen	>
9. Plattegrondtekeningen	>

Prototype Mijnhuis









Prototype Mijnwoningprogramma



MIJNWONINGPROGRAMMA

BASIS INTERFACE



PERSOONLIJKE INTERFACE

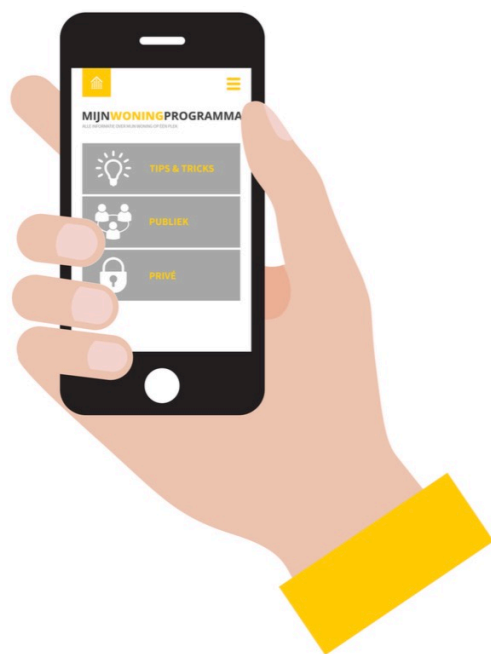


SLIMME COMBI



GROEIENDE KENNIS







MIJN WONINGPROGRAMMA
ALLE INFORMATIE OVER MIJN WONING OP EEN PLEK

 **ZOEKEN**
 **INLOGGEN**

TIPS&TRICKS

 KOPEN	 VERKOPEN	 HUREN	 VERHUREN	 VERBOUWEN	 NIEUWBOUW	 BESTAANDE BOUW	 VOEG ITEM TOE
--	---	--	---	--	--	---	--

PUBLIJK

 KADASTER	 WETGEVING	 REGELS	 VERGUNNINGEN	 BESTEMMING'S PLAN	 VOEG ITEM TOE	 VOEG ITEM TOE	 VOEG ITEM TOE
---	--	---	---	--	--	--	--

PRIVÉ

 OFFERTES	 HYPOTHEEK	 APPARATEN HANDLEIDINGEN	 GARANTIE	 VERZEKEREN	 ONDERHOUD	 VERBOUWEN	 KLEUREN
 FINANCIËN	 CONTRACTEN	 MATERIALEN	 VOEG ITEM TOE	 VOEG ITEM TOE	 VOEG ITEM TOE	 VOEG ITEM TOE	 VOEG ITEM TOE

MIJN WONINGPROGRAMMA.NL



MIJN WONING PROGRAMMA **ZOEKEN** **TOEGEGEN**

ALLE INFORMATIE OVER MIJN WONING OP EEN PLEK

TEKENINGEN DEEL DEZE FOLDER MET: NAAM: EMAIL: WACHTWOORD:

KADASTER **ARCHITECT** **LEIDINGEN**

UPLOAD UPLOAD UPLOAD

```
graph TD; subgraph Header; H1[MIJN WONING PROGRAMMA]; H2[ALLE INFORMATIE OVER MIJN WONING OP EEN PLEK]; end; subgraph Tekeningen; T1[DEEL DEZE FOLDER MET:]; T2[NAAM:]; T3[EMAIL:]; T4[WACHTWOORD:]; end; subgraph Uploads; U1[KADASTER UPLOAD]; U2[ARCHITECT UPLOAD]; U3[LEIDINGEN UPLOAD]; end;
```

Bijlage 5: Lijst met type informatie (onderdeel aanbevelingen)

Binnen het schema is aangegeven welke informatie noodzakelijk (zie 'N') is en welke informatie wenselijk is (zie 'W'), oftewel de onderverdeling tussen moeten vs. willen weten. Wel geldt dat dit per type Bouwconsument kan verschillen alsook afhankelijk is van de ervaring en het kennisniveau.

Algemene/ publieke informatie	Privé informatie
• Advies koop, wonen, huren, verhuren, (ver)bouw, nieuwbouw en bestaande bouw (N) • Checklists vooraf/ oriëntatie, uitvoerfase, opleverfase en gebruiksfase (N) • Tips (bijv. energieverbruik) (W) • Informatie kadaster (N) • Wet- en regelgeving omgeving, grond en woning (N) • Openbare/ gemeentelijke vergunningen (N) • Bestemmingsplan (N) • Buurtinformatie, afvaldienst (W) • Inspiratie (Pinterest) (W) • Woningaanbod (bijv. Funda) (W)	• Bouwtechnische tekeningen, technische keuringen (N) • Offertes (projectontwikkelaars, makelaars, aannemers, keuken/ sanitair) (N) • VVE (W) • Erfpacht (W) • Hypotheekinformatie (bankgegevens, persoonsgegevens, aflossing, maandbedrag, eventueel tweede hypotheek) (N) • Handleidingen in woning aanwezig apparaten (W) • Garantie-informatie (afspraken met betrokken partijen, garantiebewijzen) (N) • Verzekeringen (woonverzekering, inboedel, verzekeringen m.b.t een bouwproject) (N) • Onderhoudsinformatie: onderhoudshistorie, onderhoudshandleiding, contacten voor onderhoud, onderhoudsplanung (N) • Informatie over (ver)bouwproject (projectspecifiek/ bij een nieuw project): betrokken partijen, afspraken, planning, draaiboek, tekeningen, eventueel specifieke offertes (N) • Kleuren en RAL's (W) • Overige financiën: lopende leningen (persoonlijke lening), bonnetjes, facturen, administratie, afschrijvingen, etc. (W) • Contracten: afspraken met betrokken partijen, herroepingsrecht (N) • Materialen: type materialen, kosten, gebruik, aanbieders. (W) • Inbraakbeveiliging (W) • Subsidies (N) • Energieverbruik (tijdlijn, kosten) (W)