

“Wordt het lastiger een huis te (ver)kopen door de coronacrisis?”

(Algemeen Dagblad, 07 april 2020)

Leestijd: 3 minuten

Het afgelopen half jaar verschijnen er ruim **12.500 berichten** in de media over ontwikkelingen, onderzoeken en vragen rondom de woningmarkt. Consumenten, politici en sectorgenoten hebben duidelijke zorgen over het woningtekort en de gevolgen van de coronacrisis op de toch al nijpende woningmarkt. Maar wat zijn de meest impactvolle laatste ontwikkelingen? Waar focussen nieuwsmedia zich op? Welke vragen hebben consumenten?

Dit onderzoek wil hierover inzichten leveren zodat jij daar actief en gericht mee aan de slag kunt voor je communicatiestrategie! Bereik de juiste doelgroepen, verwerf meer zichtbaarheid en verbeter je reputatie.

1. **Welke onderwerpen staan centraal in de media over de woningmarkt in het afgelopen half jaar? p. 2**
2. **Waar spreken consumenten voornamelijk over in verband met de woningmarkt? P. 3**
3. **Hoe kun je dit gebruiken in jouw eigen communicatiestrategie? p. 4**



Financiering woningen

Tijdig en overzichtelijk informatie verstrekken over financiering woningen verbetert reputatie

Totale volume: 4.811 / potentieel bereik: 439 miljoen

Er heerst een grote tegenstelling op de markt: er is een nood voor betaalbare huizen, maar huizen worden steeds duurder. Door deze paradox en door de coronacrisis hebben consumenten steeds meer vragen over het rondkrijgen van financiering van woningen. Door tijdig en overzichtelijk hierover informatie te verstrekken, kan je je reputatie als expert verbeteren.



Groote woningmarkt

Consumenten waarderen informatie over betaalbare woningen

Totale volume: 4.350 / potentieel bereik: 431 miljoen

Nieuwsmedia melden eind mei dat volgens sectoronderzoek de verkoop van huizen en dus het woningaanbod na een onstuimige periode weer groeit. Alsnog concludeert onderzoek dat er een ernstig woningtekort in Nederland is. Consumenten waarderen het als er informatie naar buiten komt over hoe er meer betaalbare woningen op de markt beschikbaar komen.



Consumentenvertrouwen

Moeilijkheidsgraad: Daling consumentenvertrouwen in woningmarkt door coronacrisis

Totale volume: 2.097 / potentieel bereik: 134 miljoen

Volgens Vereniging Eigen Huis is het consumentenvertrouwen in de woningmarkt ernstig gedaald vanaf mei door de coronacrisis. Door informatie te delen over hoe en waarom de huidige crisis het moment is om een huis te kopen, te verkopen, te verbouwen of een hypotheek af te sluiten voor je huis, kan het consumentenvertrouwen en je eigen reputatie positief worden beïnvloed.

Tijdslijn belangrijke nieuwsberichten woningmarkt

Kansen om op aan te haken, waarover meer informatie nodig is en waarop je kunt bijsturen in je communicatiestrategie

Totaal volume: 251 / potentieel bereik: 5,2 miljoen

Het AD bericht op 9 januari dat huizenprijzen nog steeds oplopen, aldus NVM. Ook andere landelijke nieuwsmedia nemen het nieuws over: "Huis kopen bijna onmogelijk voor woningzoekenden met gemiddeld inkomen". Regionale nieuwsmedia focussen zich voornamelijk op resultaten van het onderzoek voor specifieke regio's.

"Kamer wil nu daden tegen groeiend woningtekort"

Totaal volume: 157 / potentieel bereik: 8,3 miljoen

Volgens diverse financiële instellingen behoren banken een deel van de oplossing te zijn in tijden van de coronacrisis en komen ze daarom zowel ondernemers als consumenten met deze regeling tegemoet. Dit melden nieuwsmedia eind maart. Consumenten zijn positief over deze ontwikkeling via social media.

"Vertrouwen in woningmarkt slaat om door coronacrisis"

Januari

"Woningmarkt zit muurvast"

Februari

Totaal volume: 214 / potentieel bereik: 3,5 miljoen

Ook de Tweede Kamer ziet het tekort aan woningen en de oplopende huizenprijzen, dat melden landelijke nieuwsmedia op 20 februari. Volgens de Telegraaf zien consumenten de prijzen nog lange tijd oplopen. Veel consumenten uiten ook hun zorgen over het tekort aan woningen en prijsstijgingen via social media.

Maart

"Leningen en hypotheek aflossen hoeft tijdelijk niet meer"

Totaal volume: 160 / potentieel bereik: 16,7 miljoen

In de maand mei berichten diverse consumenten over het dalende consumentenvertrouwen, dat ook volgens Vereniging Eigen Huis (VEH) door de coronacrisis ernstig is gedaald. Consumenten zijn dan ook sceptisch over het tegengeluid van Vereniging voor Makelaars (NVM): "Woningverkoop lijkt geen last te hebben van coronavirus" (NOS, 19 mei).

Meest besproken vragen en onderwerpen op social media

Kwalitatieve analyse geeft context en meer inzichten om specifieke doelgroepen aan te spreken met de juiste informatie

Drie veel voorkomende vragen



Hypotheek aanvragen tijdens coronacrisis: komt mijn financiering rond?



Wordt het lastiger een huis te (ver)kopen door de coronacrisis?



Is de coronacrisis het moment voor starters om te kopen?



Consumenten: “Rijk moet ingrijpen op de woningmarkt”

Kwalitatief onderzoek naar onderwerpen binnen de woningmarkt wijst uit dat berichtgeving op social media vaak inhaakt op de volgende mediaberichten:

- Consumenten delen diverse **onderzoeken uit de branche** en van banken. Zo stellen consumenten begin januari vragen naar aanleiding van NVM-onderzoek waaruit blijkt dat de krapte op de woningmarkt inmiddels zo groot is, dat er sprake is van een heuse woningnood.
- Doelgroepen stellen dat de **overheid verantwoordelijk** is voor een oplossing. “Rijk moet ingrijpen op de woningmarkt en middeninkomenden helpen”, zo pleiten ook midden februari diverse politici, economen en consumenten via social media en nieuwsartikelen.
- Consumenten zijn dan ook positief verrast als financiële instellingen met tegemoetkomingen, **oplossingen** of duidelijke informatie naar buiten komen.

Wat kun je hier mee?

Welke doelgroepen wil je bereiken met je communicatiestrategie? En welke informatie vinden zij belangrijk? Wat zijn hun meest urgente vragen of overwegingen? Via een kwalitatieve analyse van media data krijg je gerichte inzichten in deze vragen.

Rob Jetten @RobJetten

Met een gemiddeld salaris ben je bijna kansloos op de woningmarkt.

Sociale huurwoningen zijn nauwelijks te vinden. Vrije huur is niet te betalen. Een huis kopen zonder hulp is een utopie.

Het antwoord: bouwen, bouwen, bouwen. En wel nu!

Verkooplijst huizen 2018-2019

Jaar	2018	2019	2020
gemiddelde huurprijs	€ 1004	€ 1014	€ 1000
gemiddelde huurprijs	€ 1004	€ 1014	€ 1000

Daarom groeien...
Aankomsten: € 100,000
Afschrijven: € 100,000
Baten: € 100,000
Kosten: € 100,000

Een Londens tafereel dreigt: huurwoningen steeds duurder en duurder
Huurders krijgen steeds minder huis voor hun geld. Hoe worden huurwoningen weer bereikbaar?
trouw.nl

Cora van der Elst @CoravanderElst · Jun 11

Een jaar later... nog geen oplossing. De huurprijzen (en koop) zijn alleen maar hoger geworden. Bijbouwen is de oplossing, wordt gezegd. Maar nieuwbouw is ook niet betaalbaar. Dus hoe kan een starter ooit aan een eigen woning komen? #woningnood #woningmarkt

NOS op 3 @nosop3 · Jun 11

Een huurprijs stijgt soms wel met 700 euro als er een nieuwe bewoner inkomt. Minister Ollongren zei wat te gaan doen aan de hoge huurprijzen. Hoe komen die eigenlijk zo hoog? En: doet de minister er genoeg aan?

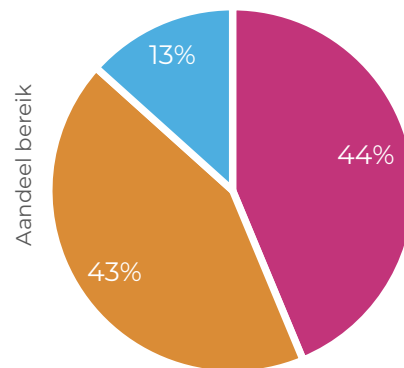
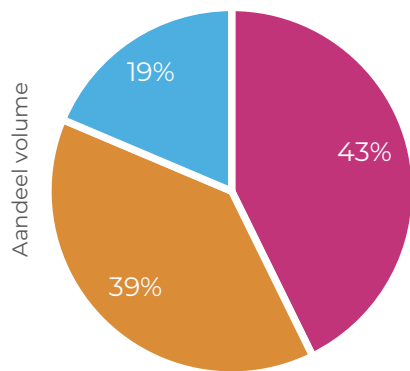
15.7K views, 000 euro voor 40 vierkante m, 0:02 / 4:58

Stand van de woningmarkt

Conclusies uit het onderzoek en hoe je hier mee aan de slag kunt

1. Welke onderwerpen staan centraal?

- Financiering woningen
- Grootte woningmarkt
- Consumentenvertrouwen



2. Waar spreken consumenten over?

- Onderzoeken uit de branche over woningmarkt
- Verantwoordelijkheid van de overheid
- Positief over oplossingen, informatie en tegemoetkomingen

3. Hoe kun je dit gebruiken voor je communicatieplan?

- Tijdig en overzichtelijk informatie verstrekken over financiering woningen
- Deel onderbouwde onderzoeken naar ontwikkelingen woningmarkt
- Verwerf positief sentiment door delen van bijdragen aan sociale initiatieven

Benieuwd hoe jij ervoor staat?

Monitoren

Real-time monitoren en analyseren van discussies rondom de woningmarkt en het eigen merk om kansen en mogelijkheden voor het verbeteren van je reputatie tijdig in te zien.

Onderzoeken

Onderzoeken hoe onderwerpen binnen de woningmarkt worden besproken en de reactie daarop van diverse doelgroepen (sector, benchmark en eigen omgeving).

Communiceren

Gebruik het monitoren en het onderzoeken om gerichte informatie en oplossingen aan te kunnen bieden aan stakeholders, waaronder voor consumenten met vragen. Daarnaast kun je gericht werken aan het verbeteren van je algehele media-reputatie.

OBI4wan helpt je graag!

Wij helpen je graag met het verkrijgen van begrijpbare inzichten ter ondersteuning van jouw (bedrijfs)communicatie met op maat gemaakte oplossingen.