April 2026

Behoeftenonderzoek bewoners
Leren van wat we gebouwd hebben

Inzichten die helpen bij de actualisatie van de portefeuillestrategie

Lieven de Key

Michelle Meijer
Fabian Baumer
Jeroen Jansen

Markteffect

Inhoudsopgave

Onderzoeksverantwoording	3 t/m 4
Introductie	5 t/m 7
Resultaten en aanbevelingen	8 t/m 17
Colofon	18 t/m 19

Markteffect

Hoofdstuk

Onderzoeksverantwoording

Markteffect

Onderzoeksverantwoording

Onderzoeksvraag

Welke factoren dragen bij aan het thuisgevoel van bewoners en hoe kan Lieven de Key deze beïnvloeden?

Subvragen

Wat maakt het thuisgevoel?

Hoe ervaren bewoners veiligheid?

Hoe worden gemeenschappelijke voorzieningen gebruikt en beoordeeld?

Hoe kijken bewoners naar contact & sociale cohesie?

Hoe wordt deelwonen gewaardeerd?

Doelgroep

Huurders van Lieven de Key

Kwantitatief: n=762

Kwalitatief: n=14

Toelichting

Met deze kwantitatieve steekproef is de fout-marge 3.4%.

Dit betekent dat als een resultaat in het onderzoek 50% is, dit in werkelijkheid tussen de 46.6% en 53.4% ligt.

Methode

Kwantitatief online onderzoek en kwalitatief online 1-op-1 diepte interviews

Toelichting

Kwalitatief: Bewoners van Lieven de Key.

Kwantitatief: De data is verzameld via een uitnodigingslink die per e-mail is verstuurd door Markteffect.

Daarnaast is er additioneel een sms-reminder en telefonisch veldwerk verricht.

Dataverzameling

Kwantitatief: 12 februari t/m 23 maart 2026

Kwalitatief: 5 maart t/m 8 april 2026

Toelichting

De vragenlijst bestond uit 35 vragen (inclusief achtergrondvragen).

De gemiddelde invultijd bedroeg 17 minuten.

Interviews duurden ongeveer 45 minuten en vonden plaats via MS Teams.

Hoofdstuk

Introductie

Markteffect

Thuisgevoel wordt gekleurd door schaarste.

Voor veel bewoners is het hebben van een woning in Amsterdam op zichzelf al van grote waarde. Dat zorgt ervoor dat zij met een zekere dankbaarheid naar hun situatie kijken.

Tegelijkertijd betekent dit dat tekortkomingen vaker worden gerelativeerd of geaccepteerd. Een positieve beoordeling zegt daardoor niet alleen iets over de kwaliteit van de woning of het gebouw, maar ook over de context van schaarste waarin bewoners zich bevinden.

Lieven de Key

Best tevreden betekent niet automatisch dat alles goed werkt. Het kan ook betekenen: **ik mag al blij zijn dat ik iets heb.**

Marktеffect

Tegelijkertijd zijn mensen Lieven de Key vaak ook echt dankbaar voor de fijne plek die ze hebben.

“Ik ben wel heel dankbaar voor Lieven de Key dat ik hier zo fijn woon en dat ik eindelijk een lekker plekje voor mezelf heb.”

Marktеffect

Hoofdstuk

Resultaten en aanbevelingen

Markteffect

Resultaten

Thuisgevoel ontstaat in de wisselwerking tussen de eigen woning, het woongebouw en de directe omgeving. Het vormt de basis voor het echte gevoel van je thuis voelen, rust ervaren, veilig wonen en prettig kunnen leven. De woning vormt de basis, maar juist alles daarbuiten bepaalt in sterke mate het thuisgevoel . Het is de samenhang tussen deze lagen die bepaalt of een plek niet alleen functioneel is, maar ook écht als thuis voelt.

De woning legt de basis, het woongebouw kleurt de beleving.

Bewoners van Lieven de Key beoordelen hun thuisgevoel gemiddeld met een 7,1 en zijn positief over hun eigen woning.

De indeling en ruimtelijkheid van het woongebouw worden daarnaast vaak als sterke punten genoemd.

Veiligheid speelt echter als overkoepelend thema een cruciale rol in de woonervaring. Factoren zoals toegangscontrole, netheid en beheer beïnvloeden sterk hoe bewoners het dagelijks wonen ervaren. Verbeteringen op het gebied van veiligheid kunnen bewoners meer grip op hun omgeving geven en het thuisgevoel verder versterken.

Veiligheid betekent niet alert hoeven zijn.

Een woonomgeving voelt veilig wanneer bewoners kunnen ontspannen en vertrouwen hebben in overzicht, begrenzing en herkenbaarheid.

De meeste veiligheid wordt ervaren binnen de eigen woning, terwijl de veiligheid in het woongebouw en directe omgeving achterblijft.

Veiligheid ontstaat in de wisselwerking tussen fysieke en sociale factoren. Fysieke factoren zoals kapotte deuren, donkere plekken en overlast verminderen de veiligheid. Sociale factoren, zoals onbekenden in het gebouw en het gevoel dat meldingen blijven liggen, dragen ook bij aan een onveilig gevoel.

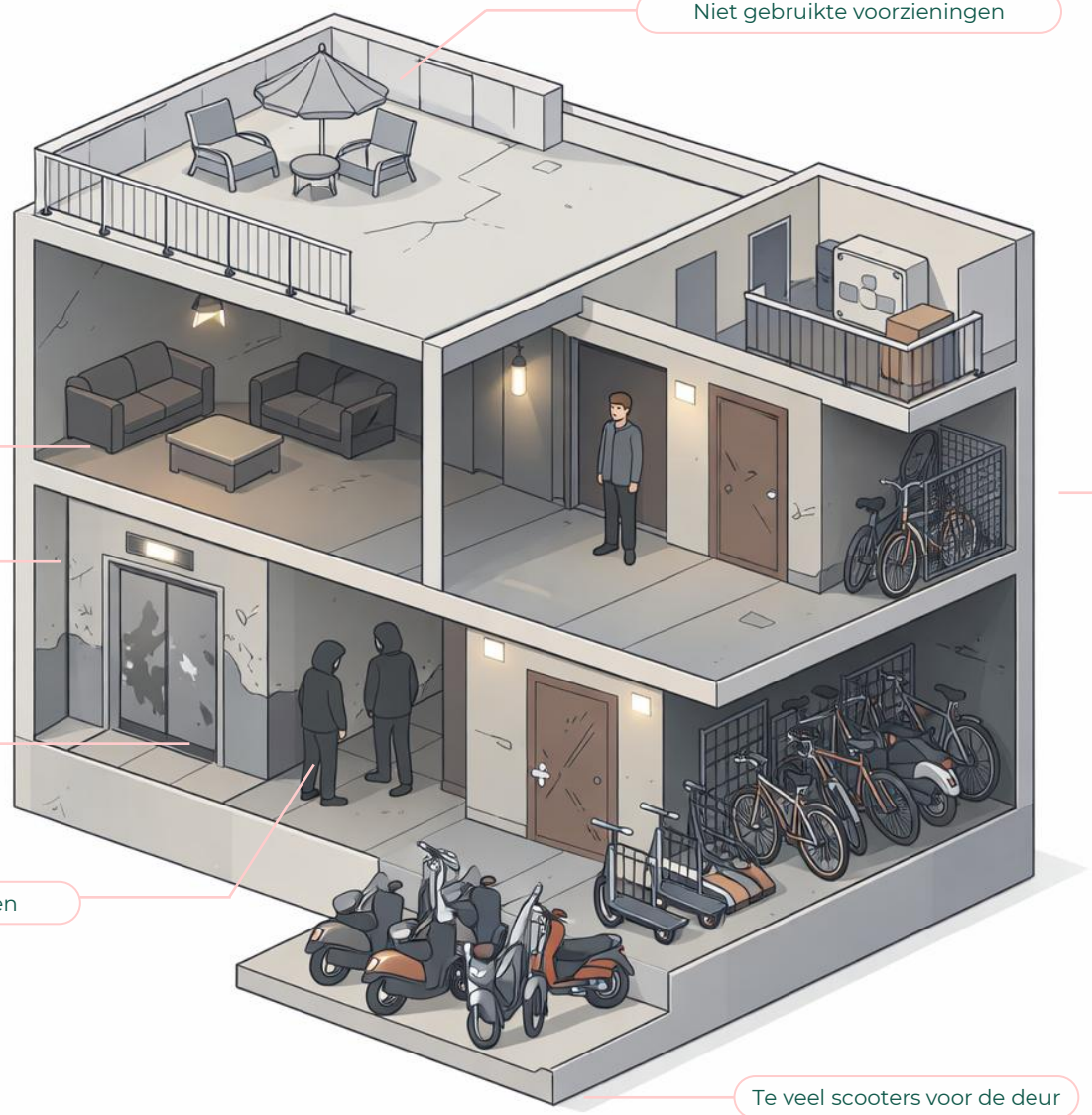
Woonvormen en voorzieningen werken alleen als ze passen.

Deelwonen en gedeelde voorzieningen voegen vooral waarde toe wanneer ze aansluiten op de huidige levensfase, behoefte aan autonomie en praktisch zijn in dagelijks gebruik.

Veel mensen geven de voorkeur aan zelfstandig wonen, vanwege de behoefte aan privacy, autonomie en controle. Maar deelwonen werkt voor sommigen goed door de betaalbaarheid en gezelligheid.

Thuisgevoel ondermijnend

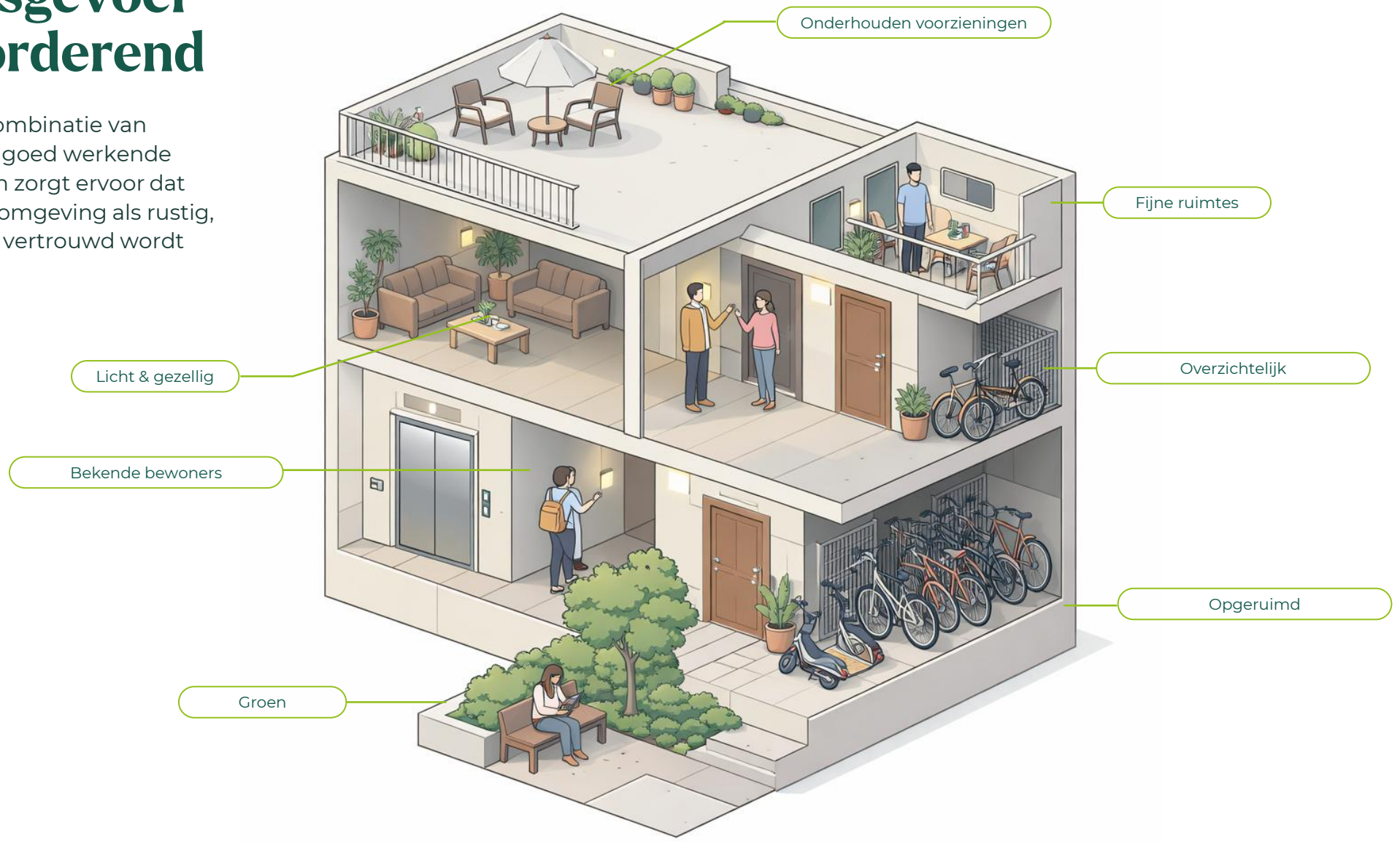
Het is zelden één probleem, maar juist de opeenstapeling van kleine verstoringen die samen het thuisgevoel onder druk zetten.



Markteffect

Thuisgevoel bevorderend

Juist de combinatie van meerdere goed werkende elementen zorgt ervoor dat een woonomgeving als rustig, prettig en vertrouwd wordt ervaren.



Markteffect

De grootste hefboom ligt in de woning en het woongebouw

Voor bewoners is thuisgevoel meer dan tevreden zijn met de woning alleen. Het ontstaat in de wisselwerking tussen drie niveaus: **de eigen woning, het woongebouw en de directe omgeving.**

Lieven de Key heeft niet op elke laag evenveel invloed.

- De grootste hefboom ligt in de woning en vooral het woongebouw: daar wordt de dagelijkse ervaring van rust, veiligheid en grip het meest direct gevormd.
- De grootste winst ligt niet in meer voorzieningen of zwaardere communityvorming, maar in woongebouwen die veilig, overzichtelijk, goed beheerd en sociaal herkenbaar aanvoelen.
- Begin dus bij de basis. De lagen bouwen op elkaar voort: zonder basisveiligheid en goed beheer hebben voorzieningen, community en deelwonen minder effect

Markteffect

Zet veiligheid neer als basisvoorwaarde voor thuisgevoel

Zolang bewoners alert blijven, verliezen hogere initiatieven aan kracht.

Veiligheid gaat niet alleen over onveiligheid, maar over niet alert hoeven zijn. Een gebrek aan veiligheid werkt door in alles: het beïnvloedt hoe mensen het gebouw beleven, hoe ze over buren denken en hoe ze zich binnenshuis voelen.

Als Lieven de Key heb je hier veel invloed, zowel fysiek als in de manier waarop je het beheer organiseert. **Veiligheid is geen eenmalige investering, het vraagt om structureel onderhoud en aandacht:**

- **Betrouwbare fysieke basis**: Zorg voor goed werkende sloten, liften en fietsenstallingen. Goede toegangscontrole en aandacht voor onderhoud en netheid. Plaats cameratoezicht en goede verlichting op kwetsbare plekken in en rond het gebouw.
- **Aanspreekpunt**: Zorg voor een duidelijk en zichtbaar aanspreekpunt in het woongebouw, zodat bewoners weten bij wie ze terechtkunnen. Maak helder wat de rol, verantwoordelijkheden en bereikbaarheid zijn.
- **Communicatie**: Zorg voor duidelijke en snelle opvolging.

Maak gedeelde voorzieningen functioneel, beheerd en van bewoners

Een gedeelde ruimte voegt pas waarde toe als duidelijk is waarvoor die bedoeld is, wie haar gebruikt en hoe ze schoon, veilig en bruikbaar blijft.

E.g. Een verwaarloosde hal ondermijnt het gevoel van veiligheid én verbondenheid; een functionele, goed ingerichte ruimte daarentegen vergroot juist de betrokkenheid.

- **Uitstraling:** Zorg dat gemeenschappelijke voorzieningen schoon, overzichtelijk en goed verlicht zijn.
- **Functie:** Geef elke gedeelde ruimte een duidelijke functie. Een ruimte zonder bestemming wordt niet gebruikt en niet onderhouden.
- **Dichtbij:** Ruimtes per verdieping of per kleine groep werken beter dan één grote voorziening voor het hele gebouw.
- **Eigenaarschap:** Betrek bewoners bij de inrichting of het beheer van gemeenschappelijke voorzieningen. Ruimtes per verdieping werken beter dan grote anonieme voorzieningen, omdat de schaal klein genoeg is om je verantwoordelijk voor te voelen.

Faciliteer lichte verbondenheid, forceer geen community

Bewoners zoeken meestal geen hechte gemeenschap, maar wel herkenning, praktische hulp en laagdrempelig contact waar dat past.

Bewoners waarderen contact met buren, maar op hun eigen voorwaarden. Sociale verbondenheid vergroot het gevoel van veiligheid en thuisgevoel, maar alleen als het aansluit bij wat zij zelf willen.

De rol van Lieven de Key is niet om gemeenschap te creëren, maar om de ruimte en de gelegenheid te bieden:

- **Ruimte:** Dit begint bij goed ingerichte gemeenschappelijke voorzieningen (zie laag 2) voor wie daar behoefte aan hebben.
- **Community builders en sociale activiteiten:** Community builders bieden een laagdrempelige sociale basis voor bewoners. Enerzijds versterkt dit het gevoel van veiligheid anderzijds helpt het tegen eenzaamheid. Belangrijk is dat deelname aan georganiseerde activiteiten vrijblijvend is. De taalcursus wordt positief ervaren.

Bied deelwonen alleen waar het past bij levensfase en behoefte

Deelwonen is kansrijk voor specifieke groepen en situaties, maar vraagt om goede randvoorwaarden: privacy, geluidsdichtheid, eigen voorzieningen waar mogelijk en passende huisgenoten.

- **Passendheid:** Deelwonen dat niet aansluit bij de behoeften van bewoners leidt tot ongemak. Als Lieven de Key heb je hier een regisserende rol: niet opleggen, maar aanbieden aan wie er baat bij heeft.
- **Faciliteiten deelwoning**: Prioriteer privacy, met name geluidsdichtheid en een eigen badkamer in deelwoningen.
- **Keuze huisgenoten:** Laat bewoners die dat willen zelf hun huisgenoten kiezen en faciliteer voor anderen een match op basis van bijvoorbeeld interesses en levensfase. Dit werkt in de praktijk goed en kan zo behouden blijven.

Markteffect

Vijf ontwerpprincipes voor toekomstig thuisgevoel

1.
Ontwerp veiligheid als basis

- Beperk kwetsbare toegangspunten en voorkom open of slecht afsluitbare deuren
- Zorg voor goede verlichting bij entree, fietsenstalling, gangen, liften en trappenhuizen
- Voorkom blinde hoeken, donkere zones en plekken waar mensen ongezien kunnen blijven hangen
- Denk vooraf na over post/pakket-veiligheid, fietsenstalling en toegang tot gemeenschappelijke ruimtes

2.
Maak gebouwen sociaal leesbaar

- Werk met kleinere entrees of clusters van een beperkt aantal woningen
- Zorg dat bewoners hun directe buren kunnen herkennen
- Voorkom te lange, anonieme gangen en onduidelijke routing
- Maak duidelijk welke ruimtes voor welke bewoners bedoeld zijn

3.
Geef gemeenschappelijke voorzieningen een duidelijke functie

- Ontwerp gedeelde ruimtes niet alleen als “ontmoetingsplek”, maar vanuit concreet dagelijks gebruik
- Prioriteer voorzieningen met duidelijke meerwaarde: wassen, sporten, studeren/werken, buitenruimte
- Maak ruimtes zichtbaar, toegankelijk en uitnodigend, maar voorkom anonieme ruimtes zonder eigenaar
- Zorg dat beheer, schoonmaak en verantwoordelijkheid vanaf het begin zijn ingericht

4.
Ontwerp deelwonen vanuit privacy én samenleven

- Borg voldoende eigen ruimte en geluidsisolatie
- Maak eigen badkamer waar mogelijk de norm of duidelijke plus
- Zorg voor goede gedeelde keuken/woonruimte die groot genoeg is voor echt gebruik
- Denk na over matching of keuzevrijheid bij huisgenoten, zeker bij deelwoningen

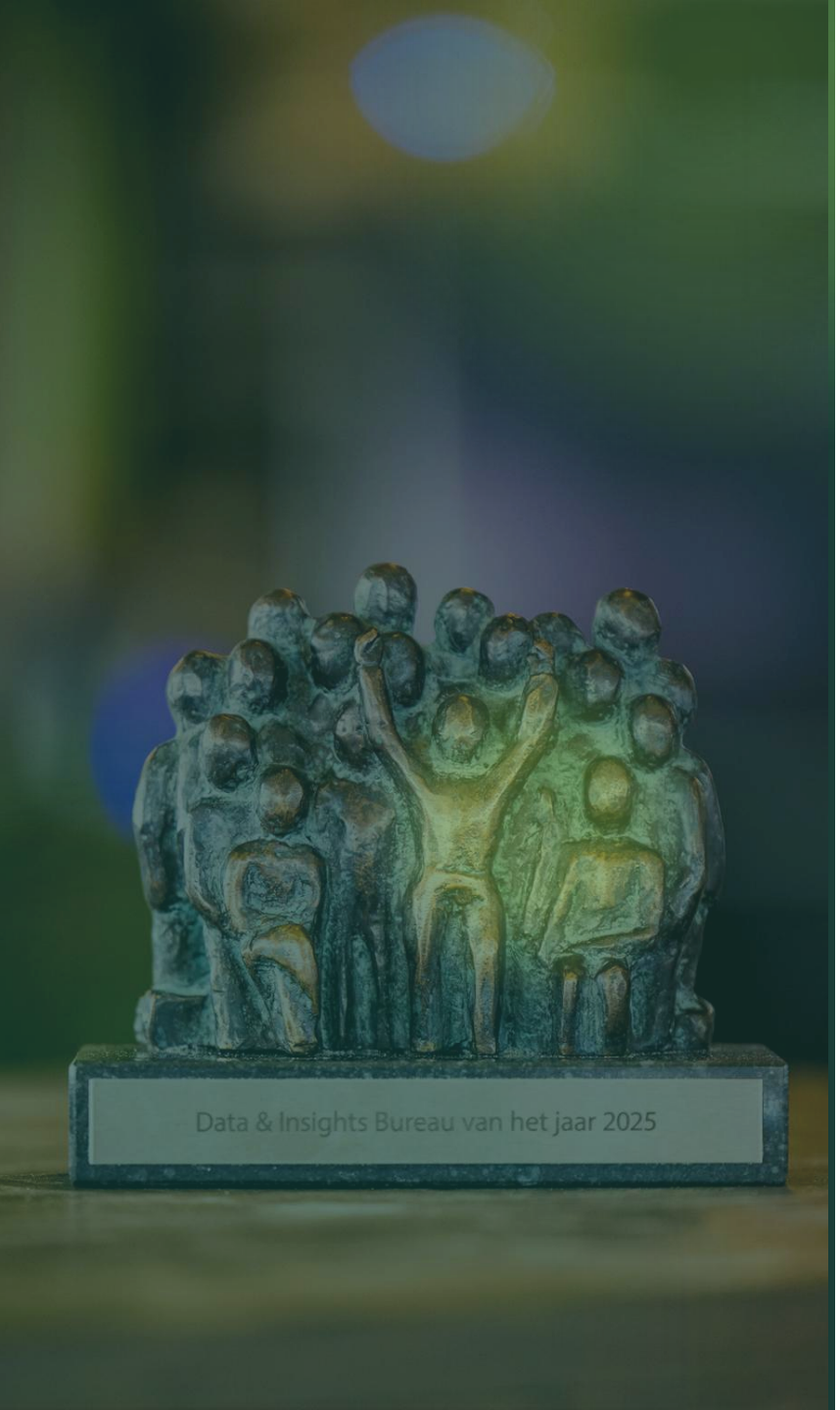
5.
Regel beheer en communicatie al vóór oplevering

- Maak duidelijk wie aanspreekpunt is voor bewoners
- Organiseer snelle opvolging van meldingen, vooral rond toegang, veiligheid en onderhoud
- Communiceer zichtbaar wat wordt opgepakt en wanneer
- Zorg dat bewoners weten hoe ze problemen kunnen melden en wat ze mogen verwachten

Hoofdstuk

Colofon

Markteffect



Colofon

DATA & INSIGHTS NETWORK
MARKTEFFECT DATA & INSIGHTS BUREAU VAN HET JAAR 2025

Jeroen Jansen
Commercieel Directeur
T 06 – 525 857 40
j.jansen@markteffect.nl

Michelle Meijer
Research Expert
T 06 – 356 588 25
E m.meijer@markteffect.nl

Fabian Baumer
Research Consultant Kwalitatief
T 06 – 497 593 66
f.baumer@markteffect.nl

Markteffect B.V.
markteffect.nl

Locatie Eindhoven
Schimmelt 46
5611 ZX Eindhoven

+31 40 239 22 90

Locatie Amsterdam
Herengracht 454
1017 CA Amsterdam

+31 20 770 75 79

Disclaimer ©

Dit rapport is gemaakt door Markteffect B.V., exclusief te behoeve van gebruik door de opdrachtgever(s). Dit rapport is incompleet zonder te refereren aan, en zal alleen in samenloop worden bezien met, de mondelinge toelichting verzorgd door Markteffect B.V. Dit rapport is eigendom van de opdrachtgever(s) en mag niet worden onthuld aan derden of gebruikt voor elk ander doel zonder vooraf schriftelijke toestemming van Markteffect B.V. of de opdrachtgever(s).

De informatie in dit rapport geeft de visie weer van Markteffect B.V. op basis van door middel van onderzoek gevonden feiten. Tijdens dit onderzoek heeft Markteffect B.V. vertrouwd op de accuratesse en volledigheid van beschikbare informatie van publieke en private bronnen gebruikt voor dit marktonderzoek. Markteffect B.V. en haar werknemers wijzen elke verantwoordelijkheid af betreffende het gebruik van deze rapportage.

Markteffect