

bewoners zijn vooral bang voor 'gedoe'

Om bewoners mee te krijgen, moet je ervoor zorgen dat ze persoonlijk gelukkig worden van een (energetische) renovatie. En gelukkig worden ze niet per se van energetische maatregelen. Het moet hen wat opleveren, of dat nu op financieel vlak of extra woongenot is.



'Bewoner' aan het woord tijdens de Reality Game

tekst robert dingemans

Het was slechts een van de vele leerpunten die tijdens de Renda Workshop van Anke van Hal's HomeMates voorbij kwam, maar wel de belangrijkste en de rode draad door heel de middag. Niet zelden wordt het belang van de bewoner vergeten bij een renovatie. Die mag blij zijn met een vernieuwde woning, als hij of zij geluk heeft niet tegen hogere woonlasten. En daar zit hem nu net de crux als je 70% van de bewoners achter je plannen moet zien te krijgen.

FUSIE VAN BELANGEN

Het is de fusie van belangen waar HomeMates om draait. Het combineren van energiebelang met wat mensen écht willen. Te vaak zijn techniek en financiën leidend. Van Hal: "Als je mensen blij maakt is er in een bepaald hersenkwabje activiteit waarneembaar. Dat moet je voor elkaar zien te krijgen." Van Hal noemt het bekende voorbeeld van de schoenenkastjes in een gerenoveerd complex in Amsterdam. Bewoners kregen een nieuwe ketel. Die werd echter niet in de woning geplaatst, maar in de portiek. Dat werd gecombineerd met een schoenenkastje. Zo werd voor de bewoners (veelal met een moslim-achtergrond) letterlijk het nuttige met het aangename gecombineerd. Van Hal: "Zo weet je bewoners te raken."

HET DRAAIT OM VERTROUWEN

Je vraagt nogal wat van je bewoners bij een renovatie. Ze moeten er op kunnen rekenen dat de beloofde energiebesparing ook echt gehaald

wordt en dat je er als corporatie of bouwbedrijf alles aan doet om de overlast zo laag mogelijk te houden. Vertrouwen is daarbij onontbeerlijk en dat moet je opbouwen. Zo kun je als corporatie in één klap het vertrouwen van een huurder verliezer wanneer je een terugbelofte breekt. Maar het werkt ook andersom. Zo hoorde een slimme corporatiemedewerker in het voortraject van een renovatie van bewoners dat de bushalte te ver van het dichtstbijzijnde winkelcentrum was. Bij de gemeente kreeg hij voor elkaar dat de bushalte verplaatst werd. Daarmee won hij meteen het vertrouwen van de bewoners. Dat werkte door tijdens de renovatie.

LESSEN UIT HET BUITENLAND

Volgens Van Hal hoeft niet iedereen het wiel opnieuw uit te vinden. Veel van de kennis is er al. Zo leren lessen uit het buitenland ons dat bewoners bij renovatie vooral bang zijn voor 'gedoe'. Dat werd onder andere duidelijk bij een subsidie voor zolderisolatie in het Verenigd Koninkrijk. Van Hal: "Die kwam eerst niet van de grond. Wat bleek nou; mensen hadden zoveel rotzooi op zolder staan dat ze er tegenop zagen de zolder op te ruimen. Pas toen de subsidie werd gecombineerd met een aanbieding voor een zolderopruimer, kwam de interesse los." In Duitsland spelen ze daar al jaren slimmer op in. Op het oog simpele maatregelen beperken daar 'het gedoe' tot een minimum. Zo draagt iedereen op de bouwplaats een naamplaatje, zodat hij of zij direct aanspreekbaar is als de radio bijvoorbeeld te hard staat. Maar er wordt bij onze oosterburen ook veel scherper gelet op schoonmaken na de

klus. En de oplevering van een keuken of badkamer gebeurt niet direct na het weekend. Klinkt logisch, maar in Nederland zien we vaak het tegenovergestelde.

SUCCEFACTOREN

- De belangen van alle partijen moeten worden behartigd.
- Realiseer je de (soms verre gaande) consequenties voor de dagelijkse bedrijfsvoering.
- Er is veel kennis; benut deze!

REALITY GAME

Het behartigen van de belangen van alle partijen kun je alleen als je elkaars belangen kent. De Reality Game 'Energiebesparing bestaande woningbouw' brengt inzicht in die belangen en is een samenwerking tussen HomeMates en Nyenrode Business Universiteit. Tijdens de workshop konden deelnemers kennis maken met een verkorte versie van de Reality Game. Iedereen kroop in de rol van de corporatie, bouwbedrijf, gemeente of bewoner. Samen moesten partijen tot een ambitieniveau komen voor een energievriendelijke renovatie, daarin ieders belang meewegend. Daarbij ging het nodige goed, maar ook veel fout. Dat leverde grappige situaties op, maar vooral ook een aantal leermomenten.

LEERMOMENTEN REALITY GAME

- Zorg dat je eerst alle belangen inventariseert.
- Laat een individuele bewoner het gesprek niet kapen.
- Neem het wantrouwen en de zorgen van bewoners serieus.
- Vermijd jargon tegenover bewoners, maar gebruik ook geen Jip en Janneke-taal.
- Ga niet op de stoel van een ander zitten.
- Keer een slechte sfeer om door bewoners te vragen wat ze leuk vinden aan de wijk.
- Schets niet een te rooskleurig beeld van energiebesparingen en belooft niets dat je niet kunt waarmaken.

HOMEMATES IN ACTIE

De workshop werd afgesloten met een demonstratie van het HomeMates-team. Zit je ergens vast in het bewonerstraject bij een renovatie,



dan kan een groepje experts langskomen om samen te zoeken naar nieuwe invalshoeken om het traject weer vlot te trekken. Anke van Hal, Maurice Coen en Doris de Bruijn van HomeMates namen plaats in het panel en gaven een korte demonstratie. Dat gebeurde in vier rondes.

1. Out of the box-denken
2. Beren op de weg
3. Dromen: hoe zou het zijn in de ideale wereld?
4. Oplossingsrichtingen bedenken

Onderhoudsbedrijf KnaapenGroep en Area brachten een casus in. In een Oost-Brabantse wijk gaan deze partijen groot onderhoud plegen. Woningcorporatie Area wil graag drie labelstappen omhoog, maar heeft problemen om de benodigde 70% toestemming van bewoners binnen te krijgen. In de wijk is sprake van de nodige sociale problemen waaronder hoge werkloosheid en criminaliteit. Ook hebben veel van de woningen een aanbouw gekregen, niet altijd met toestemming van de gemeente. Na vier rondes kwam men gezamenlijk tot een aantal concrete oplossingen:

- Werk per blok. Dan hoef je in eerste instantie minder bewoners mee te krijgen. Doe je dat goed, volgt de rest 'vanzelf'.
- Maak gebruik van (sociale) media. Betrek bewoners bij het plan. Het gezin met het beste plan krijgt de hoofdrol in een (tv) serie. Maak BN'ers van gewone mensen.
- Ga op zoek naar haakjes. Doe onderzoek naar de precieze samenstelling van de wijk en kijk waar zij blij van worden, nieuw voetbalveldje, speelterrein?
- Bekijk het als een verkoper; het is een marketingverhaal.



Leden van het bewonerspanel lezen mee en voorzien artikelen van commentaar. **Hans van Vucht** is onderzoeker bewonersbehoeften en eigenaar van Centrum voor Woononderzoek. "Anke van Hal liet ons in een middag kennismaken met een slimme manier om minimaal 70% van de bewoners mee te krijgen met een renovatie. Zij laat je denken vanuit belangen; welk belang heeft de bewoner om mee te doen? of, zoals een marketeer het zou verwoorden: wat is de behoefte van de klant? Het is dan wel noodzakelijk om echt vanuit de klant te denken. Natuurlijk om voldoende draagvlak te krijgen, maar ook omdat het je maatschappelijke plicht is als woningcorporatie om een woning naar tevredenheid van de bewoner op te knappen. Als je denkt vanuit de belangen van de klant krijg je andere renovatieprocessen. Kernwaarden als bewonerskeuze komen dan in beeld. Daar worden bewoners echt gelukkig van. Anke van Hal heeft ons laten zien hoe we dat kunnen bereiken. Bedankt.

