

Versneld klantgericht veranderen

Tweedaagse Bootcamp
10 en 11 november 2025
Ernst Sillem Hoeve - Den Dolder

Voorwoord door Susanne Stouten

De wereld om ons heen verandert voortdurend. Ontwikkelingen volgen elkaar snel op, en de uitdagingen voor onze sector nemen toe. Ook de behoeften en wensen van onze klanten evolueren mee. Als woningcorporaties bevinden we ons midden in deze dynamiek, die vraagt om een andere aanpak van onze organisatie, onszelf, en de manier waarop we (samen) werken.

Om effectief in te spelen op deze veranderingen, geloven we dat het begint met het aanpassen van je organisatie aan de behoeften van je klanten, de bewoners. Dit stelt ons in staat om een betere dienstverlening te bieden. Uit onze onderzoeken blijkt dat corporaties het verschil kunnen maken in het dagelijks contact met bewoners. Houding en gedrag zijn hierbij cruciaal voor succes. Klant- of bewonersgericht veranderen is daarom essentieel voor organisaties die willen meebewegen in deze veranderende wereld.

Gelukkig zien we bij veel corporaties de ambitie om te werken vanuit de behoefte van de bewoner en te streven naar dat fijne thuisgevoel. Toch blijkt het realiseren van deze ambitie vaak een uitdaging. Regelmatig krijgen we vragen zoals: "Hoe zorgen we ervoor dat klantgerichtheid door de hele organisatie heen wordt gedragen?" en "Hoe neem ik mijn collega's hierin mee, en welke rol kan ik zelf spelen?"

Waarschijnlijk heb jij ook weleens met dergelijke vragen geworsteld. Dus wat goed dat je meedoet aan de KWH Bootcamp. Je neemt de tijd om stil te staan bij jouw vragen en gaat actief op zoek naar antwoorden. De komende twee dagen dompel je je onder in de wereld van verandering. Hopelijk vertrek je daarna

vol inspiratie, nieuwe kennis en inzichten, en met een concreet plan om jouw organisatie verder te helpen in het bewonersgericht werken.

Ik wens je veel inspiratie, energie en plezier toe, nu en in de toekomst!

Susanne Stouten



Directeur-bestuurder
KWH

T: 06 38 92 10 60 of 010 221 03 60

M: susanne.stouten@kwh.nl

W: www.kwh.nl

Voorwoord door Rob Beltman

Bewonersgericht werken: mag het een onsje meer?

De komende weken en waarschijnlijk maanden zal het nog behoorlijk veel gaan over wat er in een regeerakkoord moet komen te staan en welke plannen een nieuw kabinet, hoe dat dan ook samengesteld is, zal gaan maken. Beleid doet ertoe en maakt het verschil. Maar we weten ook allemaal dat de wereld echt niet stil staat. Niet wacht op onze plannenmakerij. Overal om ons heen is namelijk beweging. En dat is helaas niet altijd alleen maar positieve, gewenste beweging. De laatste jaren hobbelen we zo vaak van probleem naar probleem, dat het woord 'crisis' behoorlijk aan inflatie onderhevig is. Sommige trendwatchers spreken al van 'permacrisis'...een soort voortdurende en elkaar opvolgende golven van rampspoed.

Het is niet mijn bedoeling om jullie moedeloos de put in te praten. In tegendeel. Begin dit jaar organiseerden we met H3ROES een inspiratietour onder de noemer 'impact maken tegen de stroom in', omdat veel maatschappelijke organisaties dat nu eenmaal precies dat als opgave hebben; het tij helpen keren! Ook woningcorporaties voelen die uitdaging en staan er graag voor aan de lat. Sterker nog: dankzij die uitdaging zijn we van het vermaledijde strafbankje in Den Haag en kunnen we - zonder verhuurdersheffing - weer praten over de ambities voor de sociale huursector. En die ambitie doet ertoe. De woningmarkt was niet zonder reden een belangrijke inzet van de verkiezingen. Het gaat dan helaas te vaak om de noodzaak meer te bouwen (volume-gericht) en om wonen betaalbaar te houden. Maar breder bezien spelen natuurlijk veiligheid, leefbaarheid, buurt- en thuisgevoel mee in de mate waarin we als sector voorzien in de woonbehoefte van mensen die op ons aangewezen zijn. Hoe we hen een bepaalde mate van woonplezier of woongeluk laten ervaren.

En zou dat uiteindelijk niet de ultieme ambitie moeten zijn van bewonersgericht werken als woningcorporatie? Een positieve bijdrage leveren aan het woonplezier van onze diverse doelgroepen. Eigenlijk kijken we altijd te smal naar onze klantprestatie. We meten en vergelijken vooral wat we doen als dienstverlener. Nemen we de telefoon netjes op? Werkt de website makkelijk? Voeren we, al dan niet met ketenpartners, die reparatie of dat planmatig onderhoud wel goed uit? Dat is belangrijk, maar niet de hoofdzaak. Onderzoek

naar het thuisgevoel van bewoners wijst uit dat de relatie met de corporatie uiteindelijk maar een ondergeschikte rol speelt in het bepalen of men zich thuis voelt in een woning of wijk. De hoofdzaak zou dus niet alleen 'geven wij thuis als dienstverlener?' moeten zijn, maar 'voelen onze bewoners zich echt thuis?'.

Een dergelijke verbreding van de ambitie als bewonersgerichte woningcorporatie, van de kwaliteit van dienstverlening naar een ambitie op de woonbeleving, verbindt collega's ook meer aan elkaar. Dienstverlening wordt nogal eens gezien als een verantwoordelijkheid van 'Wonen'. Of zelfs van 'het KCC'. Collega's die bezig zijn met vastgoed zien en voelen niet altijd hun invloed op die dienstverleningsprestatie, ook al hebben ze die natuurlijk wel. Maar hun invloed op de woonbeleving en het thuisgevoel, die is veel herkenbaarder. Die raakt ook echt het vastgoed, want de inrichting van woningen, complexen en buurten, maar ook bijvoorbeeld de woonruimteverdeling en de leefbaarheidsinzet, zijn mede bepalend voor het thuisgevoel.

Daarom voorafgaand aan de bootcamp een oproep aan jullie als deelnemers: kijk eens of het qua ambitie echt een onsje meer mag zijn. Breder qua ambitie en dus qua relevantie binnen jullie organisatie. Want dan kunnen jullie in plaats van 'alleen' goede of geweldige dienstverlening, ook echt bijdragen aan het woonplezier en thuisgevoel van jullie bewoners.



Rob Beltman - H3ROES

T: 06 24 24 53 85

M: rob@h3roes.nl

W: www.h3roes.nl



De deelnemers

Wie stappen in de wereld van versneld klantgericht veranderen?



Cisca Smit

projectleider bewoners-
betrokkenheid bij
Woonopmaat

smit.c@woonopmaat.nl

Actief betrekken van specifieke doelgroepen. Huurders betrekken is belangrijk voor ons, Woonopmaat. Zo hebben we een Huurders advies groep (HAG) Maar hoe betrek je specifieke doelgroepen zoals jongeren of huurders met een andere culturele achtergrond. Daarnaast is het ook belangrijk om elkaar actief te betrekken, naar elkaar omkijken. Er lijkt een tendens te zijn dat veel mensen alleen maar mopperen en het bij de organisatie neerleggen. Niet zelf met een oplossing komen. Hoe vind ik een manier waarin mensen 'omdenken' in iets positiefs en daarmee zelf voor verandering zorgen.

Hulpvraag: Hoe kun je 'omdenken' bij bewoners laagdrempelig stimuleren van specifieke doelgroepen.



Dionne van Kan

kwaliteitsmedewerker
bewonerstevredenheid
bij Zowonen

d.van.kan@zowonen.nl

Verder ontwikkelen visie en koers klantgerichtheid. Ik wil inspiratie en inzicht hoe we onze visie en koers op klantgerichtheid verder kunnen ontwikkelen.

Hulpvraag: Nieuwe inzichten en inspiratie vanuit de andere deelnemers en de experts.



Edwin Knijnenburg

teamleider bij Staedion

ekn@staedion.nl

Efficiënt proces nieuwbouw woningen inclusief effectieve communicatie. We staan voor de uitdaging om ruim 500 nieuwbouwwoningen in korte tijd te verhuren. Het doel is om het grootste deel van deze woningen al vóór oplevering geaccepteerd te hebben en dat we deze woningzoekenden zo goed mogelijk informeren en begeleiden, terwijl we onze eigen inzet zo efficiënt mogelijk houden en het team niet overbelasten. Veel persoonlijk contact is bij dit aantal niet mogelijk. Toch willen de kwaliteit van dienstverlening behouden. Hoe kunnen we het dit proces slimmer, digitale en meer gestandaardiseerd krijgen, en het toch persoonlijk blijft.

Hulpvraag: Inspiratie om het proces slim aan te passen en hoe we het proces toch persoonlijk maken zonder dat er een persoonlijke bezichtiging is.



Ellis Verboort

Manager Bewoners-
contact bij BrabantWonen

e.verboort@brabantwonen.nl

Belang van kanaalsturing overbrengen op collega's. Hoe neem ik de organisatie mee in mijn visie op kanaalsturing? Ik richt me op het principe "digitaal als het kan", waarbij we via planbare en efficiënte kanalen communiceren. Op basis van drie criteria (beheersbaarheid, efficiëntie en persoonlijk contact) maken we keuzes in kanaalgebruik: digitaal voor zelfredzame bewoners, persoonlijk contact voor anderen. Dit vraagt om een cultuurverandering binnen de organisatie, die niet gewend is dat er op deze manier keuzes worden gemaakt. Voor mij is mijn opgave geslaagd als organisatie begrijpt wat kanaalsturing is en collega's ernaar kunnen handelen in hun dagelijks werk.

Hulpvraag: Ik kan hulp gebruiken in het goed overbrengen van het belang van kanaalsturing voor onze huurders en door de organisatie



Elvera Weusten

conceptontwikkelaar bij
Zowonen

e.weusten@zowonen.com

Onze visie op dienstverlening concretiseren en laten landen in de organisatie. Hoe laat je de visie bij iedereen in de organisatie leven. Zodat iedereen er naar handelt. We willen dat klantgerichtheid bij al onze contacten tot uiting komt en niet bij bepaalde processen.

Hulpvraag: Inspiratie hoe we de organisatie mee kunnen nemen in onze visie op dienstverlening en welke stappen daarvoor nodig zijn.



Erna de Groot

Communicatieadviseur
bij Velison Wonen

e.degroot@velisonwonen.nl

Klantgerichte communicatie. Velison Wonen wil duidelijk en klantgericht communiceren met haar huurders; begrijpelijker, makkelijker en volgens de meest recente inzichten als het gaat om begrijpelijk en stress-sensitief communiceren. Dit gaat dan niet alleen om de communicatie van Velison Wonen, maar ook van onze Comakers.

Hulpvraag: We hebben een plan van aanpak gemaakt. Deze willen we verder aanscherpen met tips hoe je dit goed aanpakt en hoe je huurders hierbij goed betreft.



Ferty Maulidhinna

Specialist Wonen bij
Woonopmaat

maulidhinna@woonopmaat.nl

Klantdata inzetten om klantwaardering te verbeteren. Hoe kunnen we klantdata goed interpreteren en zo inzetten dat we verbeterpunten gemakkelijk kunnen herkennen en ook gedragen worden door de collega's. De klantwaardering ligt op of net iets boven het landelijke gemiddelden. Daardoor is het lastig over te brengen aan collega's waarop we ons kunnen verbeteren. **Hulpvraag:** Hoe kunnen we klantwaarderingcijfers interpreteren zodat we goede verbeterpunten kunnen vaststellen en voor Woonopmaat 3 focuspunten kunnen benoemen voor 2026.



Kirsten ter Halle

communicatieadviseur
bij Welbions

k.terhalle@welbions.nl

Klantgerichtheid vergroten binnen de organisatie. Binnen Welbions denken we nog veel vanuit processen, wat we zelf prettig en praktisch vinden en te weinig vanuit de huurders. Collega's voelen ook niet de urgentie om dit te veranderen, we hebben goede klantwaarderingcijfers en zijn financieel gezond. Hoe creëer ik urgentie die de intrinsieke motivatie van collega's aanwakkert om het beter te willen doen voor huurders. **Hulpvraag:** Hoe creëer ik veranderbereidheid bij collega's en hoe kunnen klantwaarderingcijfers door voor ingezet worden.



Laura Selten

Procesregisseur Wonen
bij Zowonen

l.selten@zowonen.com

Inzicht in wat de bewoners nu echt van ons vragen. Beter inzicht krijgen in wat de bewoners nu echt het belangrijkste vinden in de dienstverlening. Waar zitten de details waarin we ons kunnen onderscheiden? Binnenkort wordt een nieuw dienstverleningsconcept uitgerold. Hoe zorgen we er voor dat dit ook echt landt bij onze collega's, dat iedereen zich hier aan committeert. **Hulpvraag:** Hoe kunnen we respondent aantallen verhogen, en hoe komen we er achter waar echt de behoefte ligt?



Manon van't Hoff

Medewerker Kennis en
Kwaliteit bij Parteon

m.van.t.hoff@parteon.nl

Werken aan klantwaardering breed gedragen in de organisatie. Als het gaat om klantwaardering wordt intern vooral gekeken naar het KIC. Terwijl ook andere afdelingen veel invloed hebben op de klantwaardering. Het niet terugbellen door de andere afdelingen veroorzaakt ontevredenheid, maar men voelt niet de urgentie om daar iets mee te doen. Onze onderzoeken zijn niet eenduidig, waardoor vergelijken tussen afdelingen niet mogelijk is. **Hulpvraag:** Hoe kan ik afdelingen bewuster maken van de klantwaardering. Dat het niet een willekeurig cijfertje is, maar dat het echt iets zegt over het handelen van de hele organisatie.



Marianne Hurkmans

kwaliteitsmedewerker
bij Velison Wonen

m.hurkmans@velisonwonen.nl

Klantgerichte communicatie. Velison Wonen wil duidelijk en klantgericht communiceren met haar huurders; begrijpelijker, makkelijker en volgens de meest recente inzichten als het gaat om begrijpelijk en stress-sensitief communiceren. Dit gaat dan niet alleen om de communicatie van Velison Wonen, maar ook van onze Comakers. **Hulpvraag:** We hebben een plan van aanpak gemaakt. Deze willen we verder aanscherpen met tips hoe je dit goed aanpakt en hoe je huurders hierbij goed betreft.



Marieke Pieters

Manager huurders bij
G&O

m.pieters@gooienom.nl

Klantgerichtheid in de hele organisatie. G&O heeft als pay-off 'voor de huurders' waarmee focus wordt gegeven aan klantgerichtheid. Hoe zorg je er voor dat verantwoordelijkheid wordt genomen in alle geledingen van het bedrijf om huurders dit ook zo te laten ervaren. Medewerkers hebben een verschillend beeld van wat "voor de huurders" moet worden gedaan. Dit verschil is vooral merkbaar tussen de 1e en 2e lijn. Dit zorgt voor intern gesteggel over een vraagstuk, waarbij de huurder naar de achtergrond verdwijnt. **Hulpvraag:** Een plan van aanpak waardoor iedereen binnen G&O de huurder op nummer 1 zet.



Marion Gorchach

beleidsadviseur
Verhuur en verkoop bij
Woningstichting
Wageningen

mgorchach@wswageningen.nl

Een energiek en actieve projectgroep, met de neuzen dezelfde kant op. Ws Wageningen gaat een KCC oprichten. Ik ben daarvan de interne projectleider. De uitdaging in deze rol is om de collega's van het projectteam goed aangehaakt te houden en zorgen dat dit project ook prioriteit krijgt bij deze collega's. Dat het projectteam actief en energiek is en dat we allemaal het zelfde doel voor ogen hebben. **Hulpvraag:** Hoe zorg ik dat het projectteam goed opgelijnd is, alle neuzen dezelfde kant op en allemaal met dezelfde prioriteit werken aan dit project.



Maryenka Overweg

coördinator Wijken &
Buurten bij OFW

maryenkaoverweg@ofw.nl

Huurdersgericht afhandelen meldingen. Hoe kan je het afhandelen van meldingen m.b.t. schoon, heel, veilig en overlast optimaliseren zodat het vanuit het perspectief van de huurder is ingericht. En dat aansluit bij de OFW-klantvisie: vertrouwen, duidelijkheid, voorspelbaarheid en zorgvuldigheid. **Hulpvraag:** De hulpvraag is breder. Ik wil ook geïnspireerd worden hoe onze visie vertaald kan worden naar acties en gedrag van medewerkers en het versterken van eigenaarschap en samenwerking tussen teams.



Michael Janssen

Teammanager KIC bij
Parteon

m.janssen@parteon.nl

Werken aan klantwaardering breed gedragen in de organisatie. Als het gaat om klantwaardering wordt intern vooral gekeken naar het KIC. Terwijl ook andere afdelingen veel invloed hebben op de klantwaardering. Het niet terugbellen door de andere afdelingen veroorzaakt ontevredenheid, maar men voelt niet de urgentie om daar iets mee te doen. Onze onderzoeken zijn niet eenduidig, waardoor vergelijken tussen afdelingen niet mogelijk is. **Hulpvraag:** Hoe kan ik afdelingen bewuster maken van de klantwaardering. Dat het niet een willekeurig cijfertje is, maar dat het echt iets zegt over het handelen van de hele organisatie.



Richard Rojer

Manager Wonen bij
Goedestede

richard.rojer@goedestede.nl

Verhogen intrinsieke motivatie om de huurder echt centraal te zetten. Door veel veranderingen binnen Goedestede wordt de werkdruk als hoog ervaren. Daardoor staat de klantgerichtheid onder druk. Hoe kun je met beperkte middelen en tijd toch de beweging krijgen om meer klantgericht te werken. Hoe zorg je er voor dat in een veranderende organisatie alle collega's vanuit een intrinsieke drive de huurders centraal zetten. Hoe krijg je dit in het DNA van de organisatie? **Hulpvraag:** Inspiratie en handvatten om hiervoor een strategie te ontwikkelen, met inachtneming van de beperkte middelen en tijd.

De coaches



Maaïke Berkel

Adviseur bij KWH

T: 06 53 34 40 85

M: maaike.berkel@kwh.nl

Het klantgericht denken en handelen binnen corporaties op de kaart zetten en verder brengen, dát is waar ik energie van krijg. Samen en inspireren zijn daarin mijn belangrijkste drijfveren. Ook de KWH Bootcamp draait daarom: op een inspirerende manier jouw organisatie verder helpen groeien in klantgerichtheid. Ik kijk ernaar uit om jullie deze twee dagen te mogen begeleiden!



Gabriëlle Lührman

Adviseur bij KWH

T: 06 51 09 01 75

M: gabrielle.luhrman@kwh.nl

Samenwerken aan sterke, klantgerichte corporaties – daar krijg ik energie van. Betrokken, betrouwbaar en inhoudelijk sterk, met bijna 30 jaar ervaring als onderzoeker, manager en adviseur in de corporatiesector. Ik verbind mensen en stimuleer samenwerking aan resultaten waar iedereen achter staat. Ik kijk ernaar uit om samen met jullie aan de slag te gaan tijdens de Bootcamp!



010 - 221 03 60
www.kwh.nl

kwh30
JAAR