



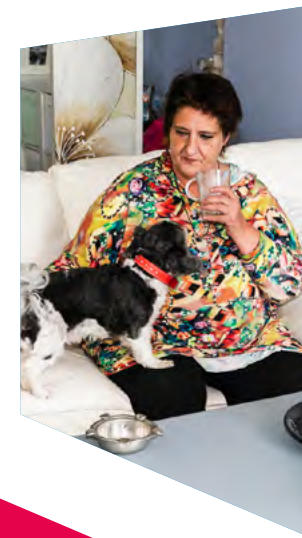
Speciaal magazine ter
gelegenheid van 25-jarig
bestaan van KWH

KWH bestaat 25 jaar
en kijkt vooruit

Het Koersplan: focus op
thuisgevoel van huurders

Corporatiebestuurders over
activisme en veranderende
doelgroepen

Jongeren over hun
droomwoning en de realiteit



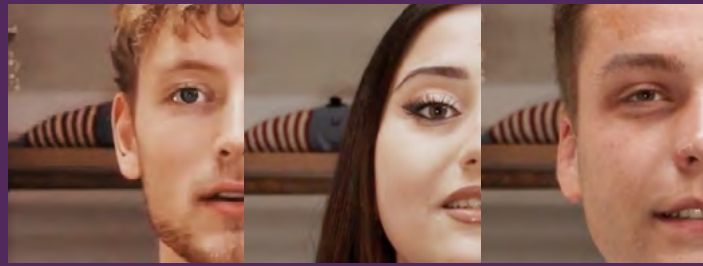
25
JAAR



Dit jaar vieren we 25 jaar verzelfstan-
diging van corporaties. We vieren ook
dat KWH 25 jaar bestaat. Dat zijn twee
mooie redenen om met elkaar terug te
blikken en vooruit te kijken. Voor KWH
staat voor de nabije toekomst 'Thuis'
centraal, een thema dat eigenlijk nooit
zo actueel was als dit jaar.
In dit magazine lees je er meer over.
Veel leesplezier.



3 Focus op thuisgevoel



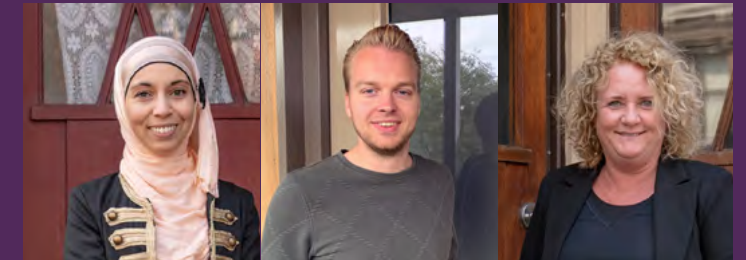
6 Thuis in de toekomst; jongeren over hun droomwoning en de realiteit

7 Met de billen bloot, column van Paulus Jansen



8 Met maatschappelijk hart. Bestuurders over motivatie, activisme en veranderende doelgroepen

9 Zo werk ik aan thuis. Medewerkers over hun thuisgevoel en dat van huurders.



11 Directeur-bestuurders over 25 jaar ontwikkeling in dienstverlening

12 Resultaten behoefteonderzoek & KWH-Koersplan

13 De strategie van de kreeft, webinar



*‘Investeren in de buurt is vanuit
thuisgevoel gelegitimeerd’*



Focus op het thuisgevoel

Het thuisgevoel van huurders, daar draait het de komende vijf jaar om bij KWH. Wanneer voelen huurders zich *thuis*? Wat kunnen corporaties doen om meer huurders zich *thuis* te laten voelen? Directeur-bestuurder Sven Turnhout. “Hoe een huurder de woning, de buurt en de dienstverlening van corporaties beleeft, is allemaal belangrijk voor het thuisgevoel.”

De doelgroep verandert. Corporaties veranderen. Het dwingt tot reflectie. Ook voor KWH. Sven Turnhout: “Je ziet dat er bij corporaties veel aandacht is voor het *thuis*. Dat las ik in ondernemingsplannen van onze leden toen ik in 2017 begon bij KWH. Daarin werd gesproken over *van huis naar thuis*. De corporatie is er voor meer dan stenen alleen. In gesprekken merkte ik dat corporaties het moeilijk vonden om het begrip *thuis* vorm te geven. In de *Van Huis naar Thuis Tour*, waarbij we met een busje bij huurders langs gingen, hebben we dat



thuisgevoel geïnventariseerd. We stelden huurders de vraag wanneer zij zich thuis voelden. Dat hebben we daarna kwantitatief gemaakt in het rapport *Voelt hurend Nederland zich thuis?*

Mooi startpunt

Met huurders praten over *thuis* is een mooi startpunt voor een gesprek, blikt Turnhout terug. “Je bent dan bij iedereen welkom. Soms gaat het gesprek over het complex waar iemand woont. Een andere keer gaat het over de eigen woning of de dienstverlening. En uit al die gesprekken destilleren we een rode draad. Thuis is een plek waar je jezelf kunt zijn. Een plek die je invult met familie en vrienden. Woning en locatie moeten passen bij je levensfase. En op het moment dat je goede sociale contacten in de buurt hebt, voel je je veel sneller thuis dan als je die niet hebt. Investeren in de buurt is vanuit thuisgevoel gelegitimeerd.”

Breder huurdersinzicht

In de 25 jaar dat KWH bestaat, heeft de plek die corporaties inruimen voor de mening van huurders zich ontwikkeld. In eerste instantie werd hen hoofdzakelijk incidenteel en steekproefsgewijs iets gevraagd. Dit ontwikkelde zich naar meer periodiek onderzoek onder huurders, waarbij de nadruk vooral lag op cijfers, scores en statistieken. De volgende generatie onderzoek richtte zich op continue feedback van zoveel mogelijk huurders rond de belangrijke contactmomenten met de corporatie. Turnhout: “De ontwikkeling waar we nu voor staan, is het verkrijgen van breder huurdersinzicht. Niet alleen rondom dienstverlening, maar op het brede domein van *thuis*. En de beleving van *thuis* is op het platteland vergelijkbaar als in de grote stad, zo blijkt uit onderzoek.”

‘De ontwikkeling waar we nu voor staan, is het verkrijgen van breder huurdersinzicht. Niet alleen rondom dienstverlening, maar op het brede domein van thuis.’

Luisteren met aandacht

KWH heeft een breed spectrum aan onderzoeksmiddelen ontwikkeld, die corporaties kunnen inzetten om dat huurdersinzicht te krijgen. Het Flatloket, onderzoek naar woonbeleving, het thuisgesprek en andere vormen van *context mapping*. Turnhout: “Perspectief is belangrijk. De huurder heeft het niet over *de wijk*. Hij heeft het over *zijn buurt*. En dat is dan de straat waar hij woont, en misschien een straat ervoor en een straat erachter. Die beleving op dat niveau moet je meenemen in onderzoek. Dat vraagt om aanvullende onderzoeksmethoden en verdieping.”

Van de onderzoeken en workshops die KWH aanbiedt, licht Turnhout het *Thuisgesprek* eruit. “Dat zijn workshops voor iedereen binnen een corporatie. Je belt aan bij huurders. Vraagt: *Hoe gaat het? Wat vind je belangrijk?* Met als doel waardevolle elementen uit dat gesprek te destilleren over woning, buurt en dienstverlening van corporaties. Het luisteren met aandacht. Dat iemand van de financiële administratie in de huiskamer van een huurder komt, heeft daarnaast ook grote meerwaarde.

KWH-KOERSPLAN

Samenwerken aan een fijn thuis voor huurders

In een tijd waarin de wereld volop in beweging is, de sector voor enorme uitdagingen staat en het thuisgevoel van huurders onder druk staat, heeft KWH samen met leden en belanghebbenden de koers voor de komende vijf jaar bepaald. Hiervoor zijn tientallen mensen uitvoerig gesproken en ruim 275 corporatiemedewerkers hebben meegedaan aan het behoefteonderzoek. Vanuit al deze input is een mooi wenkend perspectief voor de vereniging KWH ontstaan. We delen dan ook graag ons koersplan 2021-2025 met je: *Samenwerken aan een fijn thuis voor huurders*. Wij kijken er naar uit om de komende vijf jaar gezamenlijk aan de slag te gaan en van waarde te zijn voor onze leden. Zodat we samen kunnen werken aan een fijn *thuis* voor huurders.

Lees **HIER** het koersplan

Dan krijgt hij meer gevoel bij de mensen waarvoor de corporatie het doet.”

Taal en belevingswereld

Bij het praten over *thuis* is taal een belangrijk aspect, aldus Turnhout. En de belevingswereld ook. “Als een corporatie het heeft over een duurzaamheidsopgave, dan heeft ze het veelal over het

‘De huurder heeft het niet over de wijk. Hij heeft het over zijn buurt’



verlagen van de CO₂-uitstoot. Bijvoorbeeld woningen beter isoleren. Kortom, over techniek en stenen. Maar de huurder wil weten wat het kost en wat het oplevert. Het is heel fijn als een tochtige woning straks niet meer tocht. Maar als de woonlasten door het isoleren fors stijgen, trekt die huurder misschien liever een extra trui aan. Zo blijkt ook uit ons onderzoek. Als je inzichtelijk kunt maken dat het wonen fijner wordt en huurders maximaal hetzelfde kwijt zijn aan woonlasten, ben je al heel ver.”

Betekenisvolle mix

Uit onderzoek blijkt dat mensen zich onveiliger voelen en dat de overlast toeneemt in wijken met veel sociale huurwoningen. Steeds meer mensen met

uiteenlopende sociale problemen wonen samen in dezelfde wijk en dit vraagt om een integrale aanpak. En daarin werken corporaties steeds meer samen in vitale coalities in de buurten en wijken.

Turnhout: “Vroeger hadden we het over de *have* en *havenots*, nu steeds vaker over de *can* en *cannots*, schrijft de directeur van het Sociaal en Cultureel Planbureau Kim Putters in zijn boek *Veenbrand*. Een deel van de samenleving gaat niet mee. In tijden van digitalisering is 20 tot 25 procent laaggeletterd. En een fors deel daarvan woont in corporatiewoningen. Als maatschappelijke organisatie moet je steeds weer nadenken of je niet te hard gaat in je streven naar digitalisering. En hoe je een betekenisvolle mix

kunt maken in je dienstverlening, nadenken over maatwerk. Ook dat past bij een maatschappelijke organisatie.”

Het gemiddelde midden

Corporaties huisvesten zoveel mogelijk de kwetsbare doelgroepen. Tegelijkertijd vreest Turnhout dat de plek die deze groep inneemt binnen de volkshuisvesting – in combinatie met het tekort aan sociale huurwoningen en betaalbare koopwoningen – ervoor zorgt dat een grote groep jongeren tussen wal en schip belandt. “Je ziet dat het niet vanzelfsprekend is dat jongeren na hun opleiding een woning kunnen vinden als ze gaan werken. Dit *gemiddelde midden* heeft het niet slecht, maar heeft geen perspectief op een huis. Het perspectief dat hun ouders hadden, hebben zij niet. Als je nog geen huurder bent, is het de vraag hoe goed wij – corporaties – je al kennen. Wat zijn de kansen en behoeftes van die groep? Dat is een interessante opgave voor de komende periode.”

Koers voor de komende 5 jaar

De focus op het thuisgevoel is voor een periode van vijf jaar. Dat zal elk jaar worden herijkt. “In het Koersplan hebben we ambities neergezet waarmee we corporaties hierbij kunnen helpen. We proberen de menselijke kant van *thuis* naar voren te brengen. Daarbij zijn cijfers belangrijk, maar ook micro-onderzoek. Het persoonlijke verhaal, onderzoek en veranderekunde. In die combinatie kunnen we een stap naar voren zetten. Het verhaal van de huurder raakt mensen altijd. Daarop komen ze in beweging. Die verhalen zijn niet altijd zichtbaar geweest onder de cijfers. Dat is de slag die we moeten maken de komende jaren.”

Stel, je bent een jaar of 20 en je studeert nog. Van welke woning droom je dan? Hoe realistisch is dat? En hoe begin je je *wooncarrière*? Een aantal jongeren ging hierover in gesprek voor de camera. Op uitnodiging van KWH maakten ze zelf een film over thuis in hun toekomst. Drie quotes.

Thuis in de toekomst



ANAHIT VOSKANJAN – 21 JAAR

‘Thuis is waar je de dagelijkse routine deelt met elkaar’

“Thuis is een eigen hoek waar je met je familie eet, slaapt, wakker wordt. Waar je de dagelijkse routine met elkaar deelt. Het doel waar ik naar toe werk is dat hoekje met mijn eigen gezin ook te creëren. Als ik denk dat ik dat niet heb met mijn man, dan wordt het wel lastig om een eigen gezin te vormen. Dan heb je geen ruimte waar je met z’n tweeën, en met onze kleine, kunt zijn.”



RUBEN OTTENS – 21 JAAR

‘Met dit salaris kom ik niet waar ik wil zijn’

“Als ik écht ga dromen dan zou ik heel graag vrijstaand wonen, hier in Nijmegen. Ik heb heel hard gewerkt om geld te verdienen, ik werk nu hard om te studeren. Samen met mijn vriendin. Ik heb het gevoel dat je best hard werkt voor weinig. En dat doet zeer. Mijn droom is totaal niet realistisch. Ik heb mijn mbo afgerond en mijn vriendin ook. Maar met dat salaris kom ik niet waar ik wil zijn. Ik moet doorstuderen. Anders ben ik bang dat ik niet gelukkig ben met wat ik heb.”



MAX VALENTIJN – 20 JAAR

‘Ik ben in een donkere kamer aan het aftasten’

“Mijn ideale woonsituatie is een alleenstaand huis, leuk achtertuintje erbij. Liefst in de stad. Ik denk dat ik altijd wel tevreden zal zijn, maar ik denk niet dat mijn ideale beeld van een *thuis* realistisch is. Het is jammer, maar ik zal het ermee moeten doen. Ik heb geen idee hoe ik een begin moet maken om een huis te zoeken. Daar heb ik absoluut ondersteuning bij nodig. Ik ben in een donkere kamer aan het aftasten: waar moet ik heen en waar ga ik heen?”

Bekijk **HIER** de hele film (10 minuten)

MET DE BILLEN BLOOT

Niet alles was vroeger beter. De laatste jaren is de transparantie van de corporatiesector verbeterd. Directeur-bestuurders worden weer normaal betaald, na de ontsporingen in de periode 2000-2015. En een flink aantal corporaties probeert zichzelf in samenwerking met collega's – soms ook huurders – te vernieuwen, om zo de grote maatschappelijke opgaven op een kostenefficiënte wijze te kunnen aanpakken.

Totaal afhankelijk

Toch valt er nog veel te winnen. Zeker waar het gaat om het daadwerkelijk betrekken van huurders en huurdersorganisaties bij beslissingen. Want huurdersorganisaties zijn formeel zelfstandig maar in feite totaal afhankelijk van hun corporatie. Bij alle calamiteiten in de corporatiesector hebben de huurdersorganisaties als waakhond geen enkele rol gespeeld om foute ontwikkelingen tijdig te onderkennen en aan de kaak te stellen. Over de grote investeringen en beleidsbeslissingen hebben ze geen bal te vertellen.

Roltrap naar een beter bestaan

Corporaties zijn ontstaan vanuit idealen die veel verder gaan dan het bieden van fatsoenlijke huisvesting voor een redelijke prijs voor mensen met een krappe portemonnee. Ze werkten ook als roltrap naar een beter bestaan. Dat staat mijlenver af van de huidige praktijk in Rotterdam, waar de gemeente met instemming van corporaties woningen van zittende huurders in de Tweebosbuurt en de Wielewaal sloopt, om ze te vervangen door huishoudens met hogere inkomens. Daarbij worden bestaande sociale verbanden vernietigd.

Verkoop van corporatiebezit

Nog zo'n ontwikkeling die mijlenver afstaat van de oorspronkelijke idealen, is de verkoop van corporatiebezit aan beleggers. Zo adverteerde een corporatie in Utrecht in het Financieel Dagblad met de verkoop van een complex seniorenwoningen. De reden? Concentreren van het werkgebied. Eigenlijk zou je die woningen aan een collega-corporatie moeten overdragen tegen boekwaarde. Maar nee, de corporatie wilde meer vangen. Uiteindelijk zal de huur daardoor extra stijgen. Zo groeit het tekort aan betaalbare huurwoningen. Bij dergelijke beslissingen worden huurders(organisaties) niet betrokken. Het natuurlijke niveau van de huurdersorganisaties is *het complex*. Het niveau van veel corporatiebestuurders is *de stad* of nog groter. Huurders mogen pas meepraten als de strategische beslissing al is genomen. Zo leidt schaalvergroting tot minder luisteren naar de groep waar corporaties het voor doen.

Wees transparant

Dat er financiële argumenten zijn voor een strategische keuze is logisch. Maar wees daar transparant over. Ga met de billen bloot. Maak duidelijk dat je het geld nodig hebt om andere projecten te financieren. En ga dan het gesprek aan met de huurders. Zo creëer je de mogelijkheid om draagvlak te krijgen. En wie weet krijg je ook nog nieuwe inzichten die bijdragen aan een goed *thuis* voor de huurder.

Paulus Jansen was tot 1 juli 2020 directeur van de Woonbond

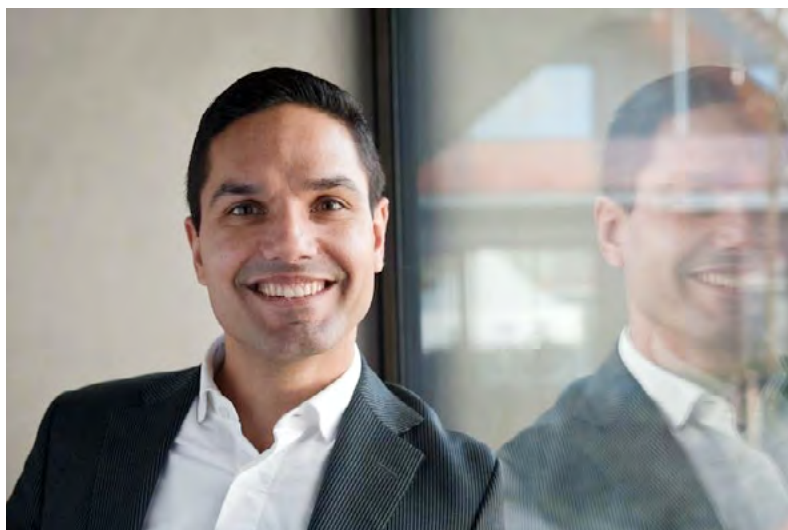
Met maatschappelijk hart

Het is 25 jaar geleden dat de woningcorporaties werden verzelfstandigd. In de film *Met maatschappelijk hart*, gemaakt in de context van 25 jaar KWH, reflecteren vijf directeur-bestuurders van corporaties op verleden, heden en de toekomst. Over motivatie, veranderende doelgroepen en houdbaarheid van bestuurders. Drie quotes uit de film uitgelicht.

Over veranderende doelgroepen

STEFAN VAN SCHAİK – WOONCOMPAGNIE

“De groep die heel lastig is te benaderen, is de groep van woningzoekenden. Dat heb ik gemerkt met de actie *#ikwileenhuis*. Hoe moeilijk het is om mensen die het slachtoffer zijn van de huidige woningnood een gezicht te geven. Om met hen in contact te komen. Want tot mijn verbazing schamen mensen zich voor de situatie waarin zij zitten. Het feit dat ze nog op hun dertigste op zolder bij papa en mama wonen, soms al met een kind. Dat ze op banken slapen bij vrienden. Die groep zou ik dolgraag een stem geven.”



Over activisme

KARIN VAN DREVEN – WOONBRON

“Ik verlang nog wel terug naar de tijden van vroeger, die ik wat activistischer vond. Als we dachten *dit is goed*, dan deed je dat. Dat moet niet tot excessen en ontsporingen leiden. Maar toch dat je denkt: *Dit is goed voor die wijk. Doen!* En dan meteen in actie komen. Nu hoor je nog wel eens: *Mag dat wel volgens de Woningwet?* Sinds wanneer zeggen wij: *Het mag niet volgens de wet*. Je wilt wat met elkaar. En daar moet je dan voor gaan. Zeker met het onderwerp *kwetsbare huurders* zou ik wel activistischer om willen gaan.”

Over vernieuwing aan de top

JESSIE BEKKERS-VAN ROOIJ – LAURENTIUS

“Of een corporatiebestuurder ervaring moet hebben? Ik denk dat het heel inspirerend en fris kan zijn als je geen bestuurlijke ervaring hebt. Ik merk zelf dat ik ook in de patronen zit van hoe we met elkaar besturen. Van hoe we dat doen binnen de corporatiebranche. En ik wil eigenlijk fris nadenken over de vraag: Waarom doen we dit allemaal ook alweer?”

Bekijk **HIER** de hele film (24 minuten)

Thuis volgens KWH-medewerkers

Het thuisgevoel van huurders is een belangrijk uitgangspunt in de diensten van KWH. Maar wanneer voelen KWH-medewerkers zich zelf *thuis*? En wat komen zij tegen tijdens hun werk?

LEILA ESSANOUSI, ONDERZOEKER

‘Cruciaal is een goede en betaalbare woning’

“Thuis is een gevoel; een plek waar ik me kan terugtrekken. Waar ik mezelf kan zijn in het bijzijn van mijn naasten. Cruciaal is echter het fysieke: het hebben van een goede en betaalbare woning, waar dat gevoel zich kan manifesteren.

Een fijn thuis is belangrijk voor huurders. Corporaties kunnen huurders beter begrijpen via onze onderzoeken. En door een beter begrip te krijgen, kan het thuisgevoel van huurders worden vergroot. Een voorbeeld is het Woonbelevingsonderzoek. Dat geeft corporaties nieuw inzicht in de woonbeleving van hun huurders. Of ze prettig wonen, of ze tevreden zijn over hun woning en buurt en wat de verbeterpunten zijn. Met de resultaten – in de vorm van concrete cijfers die worden ondersteund door reacties van huurders – kunnen corporaties gericht actie ondernemen.”

GABRIELLE LUHRMAN, ADVISEUR

'Tijd maken om écht te luisteren'

"Voor mij betekent *thuis* rust en vrijheid, waar het comfortabel, warm en veilig is. Cruciaal daarbij is het gevoel van veiligheid. In mijn buurt wonen veel oudere mensen. Omdat zij veel thuis zijn, bewaken



ze de buurt een beetje. Dat vind ik fijn.

Bij KWH halen we met alle onderzoeken feedback op van huurders. Vaak hoor ik daarbij uitspraken die ik zou willen inlijsten. Zoals een keer bij een luisterpanel: *Wonen begint bij mensen en hier werken ook allemaal mensen, dus we moeten elkaar toch best kunnen begrijpen.* Dat is zo waar.

Ik geloof dat tijd maken om écht te luisteren ervoor zorgt dat je weet wat je moet doen en waarmee je kunt stoppen. Als KWH-adviseur help ik corporaties in deze transitie naar verbinding met huurders. Met programma's op maat helpen we corporaties op weg. We zien dat daarmee niet alleen de klanttevredenheid toeneemt, maar tegelijkertijd ook de medewerkerstevredenheid. En dat op termijn de bedrijfslasten dalen."

RICK VAN HOEIJ,
MEDEWERKER ONDERZOEK EN INNOVATIE

'Ieders verhaal doet ertoe'

"*Thuis* is de plek om jezelf te *zijn*. Thuis betekent geborgenheid, veiligheid en ruimte voor alle emoties. Thuis is een plek vol herinneringen. Ieder huis en thuis vertelt een verhaal. Cruciaal daarbij is de herkenbaarheid in wie ik ben. Als ik mijn kamer binnenloop, hangt er een groot canvas van een van mijn favoriete bands met daaronder mijn gitaren. Dat voelt meteen goed!

Met het Flatloket kom je direct in de leef- en beleavingswereld van huurders op locatie. Zo sprak ik onlangs een 90-jarige man die vertelde dat zijn

buitenwereld bestaat uit zijn eigen balkon. Veel verder komt hij niet. Als je dat als corporatiemedewerker weet, weet je meteen waar deze huurder waarde aan hecht. Ieders verhaal doet ertoe. Verhalen zijn een hefboom om de leefwereld van corporatiemedewerkers en huurders dichterbij elkaar te brengen. Daar ligt voor mij een mooie opgave."



25 jaar ontwikkeling in dienstverlening

25 jaar KWH betekent 25 jaar werken aan een betere dienstverlening voor huurders. We nemen een duik in het verleden met drie corporaties die al sinds 1997 lid zijn. En we richten de blik op de toekomst.

RENÉ MASCINI – DIRECTEUR VAN WOONPARTNERS MIDDEN-HOLLAND

'In de beginperiode was het echt pionieren'

Hoe kijk je terug op de beginjaren toen jullie lid werden van KWH?

"KWH werd destijds opgericht door een aantal corporaties in de regio Haaglanden, die met elkaar de dienstverlening voor de huurders wilden verbeteren. Vrij snel daarna werd ik bestuurder van Woonpartners Midden-Holland. Ik heb het instrument dat KWH ontwikkelde en het gedachtegoed daarachter, altijd meegenomen. Het was in de beginperiode echt pionieren: *Wat zijn cruciale dimensies om te onderzoeken?* En: *Kunnen we met elkaar de dienst-*

verlening op een hoger peil brengen? Huurders hebben er voordeel van gehad dat op een systematische manier naar die dienstverlening is gekeken. Juist ook vanuit hun perspectief. Het heeft ons als organisatie zeker verder geholpen. Bijvoorbeeld op de momenten waarop we een schielsprong maakten."

Lees **HIER** het hele interview

ANNELIES BARNARD – DIRECTEUR-BESTUURDER EN MARION GÖRLACH – SPECIALIST VERHUUR EN VERKOOP VAN DE WONINGSTICHTING

'Labels en sterren pasten bij die tijd'

Hoe heeft de dienstverlening zich ontwikkeld bij de Woningstichting?

"Van agenda-stellend met de vertaling naar een normenstelsel, naar *wat vindt de klant ervan*. Labels en sterren pasten bij die tijd. Vervolgens kwam de focus op de huurder, met een beweging vanuit het normerende karakter naar een meer intrinsieke motivatie. Toen was het label halen geen doel op zich meer. Het gaat veel meer om het leren en verbeteren vanuit huurdersperspectief. Ook al heeft

het label momenteel een minder prominente rol, de meerwaarde ervan zien we zeker nog wel. Het keurmerk toont aan dat we ons een spiegel laten voorhouden door een onafhankelijke partij."

Lees **HIER** het hele interview

AD ZOPFI – DIRECTEUR-BESTUURDER VAN DE WASSENAARSCHE BOUWSTICHTING

'We moeten ook een beetje zorgen'

Waar ligt de grootste sectoruitdaging voor de toekomst bij het werken aan goede dienstverlening?

"De groep huurders met een rugzakje groeit. We zien steeds meer mensen met een GGZ-achtergrond, minder-zelfstandige ouderen en mensen met een migratieachtergrond. Dit vraagt om een andere aanpak van de corporatie. Weten we wat de behoeftes zijn van deze groepen? Blijven we voldoende met ze in verbinding? Voor een deel van onze huurders moeten we ook een beetje *zorgen*. De grootste uitdaging voor de sector ligt bij de afhankelijkheid die deze groep heeft. Hoe gaan we daar als sector mee om? Wat mag je verwachten van een corporatie? En van mensen zelf? Het zou mooi zijn als er vanuit de expertise en ervaring van KWH hier een soort beeld uit ontstaat. Wat willen deze verschillende groepen en hoe ver kunnen we hierin meegaan?"

Lees **HIER** het hele interview

Resultaten behoefte- onderzoek

Om de koers en de focus voor de komende jaren goed af te stemmen op de behoeften van corporaties, heeft KWH afgelopen zomer corporatiemedewerkers om hun input gevraagd via een online behoefteonderzoek. 275 leden en niet-leden deden mee. De antwoorden leverden een mooi beeld op van wat er leeft bij corporaties en wat zij van KWH verwachten. Deze input is gebruikt voor het nieuwe koersplan. Een aantal highlights:

- Bijna negen op tien leden zijn positief over KWH
- Vooral kwaliteit komt als eerst op als leden aan KWH denken
- KWH staat voor deskundig, klantgericht en betrokken
- Het bieden van onderzoek zien leden als de belangrijkste rol van KWH, zij hechten ook veel belang aan de vertaling van de resultaten en het benchmarken
- Corporaties zien KWH als kennisinstituut op het gebied van huurdersbeleving
- Klantgerichtheid en leefbaarheid zijn de komende jaren belangrijke thema's in relatie tot huurders
- Corporaties zijn vooral bezig met klantbewuster worden

Lees **HIER** het hele rapport

Meerderheid huurders voelt zich thuis in zijn woning

Voelt hurend Nederland zich *thuis*? En wat is er nodig om je *thuis* te voelen? Dat waren vragen die die KWH stelde aan 15.000 huurders van 61 corporaties.

Het goede nieuws: 56 procent van de huurders voelt zich *thuis* in zijn woning. Zich veilig voelen in een eigen huis, zichzelf kunnen zijn en een huis dat past bij de levensfase zijn aspecten die de meeste invloed hebben op het thuisgevoel.

Dat blijkt uit het sectoronderzoek *Thuis*, dat is voortgekomen uit de *Van Huis naar Thuis Tour* in 2019, waarbij KWH met een camperbusje door Nederland reisde om huurders te vragen naar hun thuisgevoel.

Voelen huurders zich niet thuis, dan blijkt de mismatch tussen levensfase waarin de huurder zit en de woning waarin hij/zij woont een van de belangrijkste oorzaken. Behalve een kwantitatieve opdracht ligt er voor corporaties dus ook een kwalitatieve opdracht.

DOWNLOAD het hele rapport

Gratis Webinar ▶ ▶ ▶

voor directeur-bestuurders

De uitdagingen waar corporaties voor staan zijn groot. Denk aan de duurzaamheidsopgave. Denk aan complexiteit in buurten en wijken die een stevige aanpak vragen. Of aan de omslag van *huis* naar *thuis*. En bij sommige dossiers is *elk jaar een beetje beter doen dan wat je al deed* niet meer genoeg. Dan is het tijd voor échte vernieuwing.

Daarvoor is een goede visie nodig. Maar je moet ook het gevoel van ongemak omarmen. Dat betekent: in beeld brengen waarom je dingen beter wilt gaan doen. Naar de huurder luisteren die duidelijk maakt waar het schuurt. En dat als brandstof gebruiken voor je verandering.

In *De strategie van de kreeft* beschrijven Yousri Mandour, Dorien van der Heijden en Sven Turnhout organisatieverandering als de groei van de kreeft. Die werpt zijn pantser af om te groeien. Dat moment van het pantser afgooien, is een kwetsbare positie. Maar alleen op het moment dat je het bekende durft los te laten, kun je een volgende stap maken. In het webinar nemen Yousri en Sven je mee in dit verhaal.

1 PE punt voor directeur-bestuurders

De strategie van de kreeft

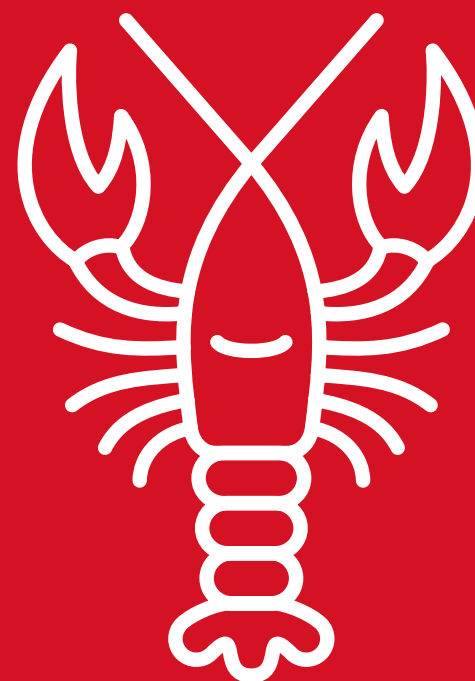
20 november van 9.30 tot 11.00

Meld je **HIER** aan

YOUSRI MANDOUR DORIEN VAN DER HEIJDEN SVEN TURNHOUT

De strategie van de kreeft

bouw aan echte vernieuwing



VANDUUREN
MANAGEMENT

KWH



Dit magazine is gemaakt
door Magazine on the Spot
in opdracht van KWH.

Redactie Robin Ouwerkerk

Eindredactie Richard Post

Vormgeving John Stelck

Fotografie Annette Colomb,
Eelkje Colmjon (p. 3 en 5)

KWH

Willem Buytewechstraat 45

3024 BK Rotterdam

010 - 221 03 60

kwh@kwh.nl

www.kwh.nl

oktober 2020