

Extern huurdersonderzoek Compaen Wonen

**Marijke van der Aar
Hans de Jong**

Juli 2021

Voorwoord

Het afgelopen jaar zijn er veel dingen veranderd binnen de organisatie en dienstverlening van Woningstichting Compæen. Als gevolg van de coronacrisis kon de organisatie minder dichtbij de huurders staan, vanwege de te volgen maatregelen. De woningstichting is dan ook erg benieuwd wat het effect van deze maatregelen is op de dienstverlening.

Samen met communicatiebureau Tes Communicatie is Woningstichting Compæen een strategisch traject aangegaan om enerzijds de tevredenheid over de organisatie in kaart te brengen, maar ook welke behoefte huurders hebben op het gebied van communicatie. Dit alles om tot een goed onderbouwde communicatiestrategie te komen voor Compæen, waar de organisatie mee aan de slag kan gaan.

In deze rapportage zijn de resultaten van het externe huurdersonderzoek uiteengezet. Wij danken Woningstichting Compæen voor de samenwerking. Voor nadere analyses staan wij graag voor u klaar.

Martkeffect B.V.

Marijke van der Aar
Hans de Jong



Marijke van der Aar

Onderzoeksspecialist

T 040 239 22 90

E m.vanderaar@markteffect.nl



Hans de Jong

Client Consultant Markteffect

T +31 6 28 56 99 23

E h.dejong@markteffect.nl



Algemene tevredenheid en sterke + minder sterke punten

Algemene tevredenheid

Totaal: 8,2

Ruim negen op de tien (94%) huurders beoordeelt Compaen met een 6 of hoger.

Sterke & minder sterke punten

Sterke punten van Compaen zijn de service, vriendelijkheid en het onderhoud van de woningen. Minder sterke punten zijn de communicatie en voor sommige huurders tevens het (achterstallige) onderhoud.



Customer journey en bekendheid bestaande communicatiemiddelen

Customer Journey

Bijna alle huurders zijn wel eens in contact met Compaen geweest, met name voor het maken van een melding.

Bekendheid communicatiemiddelen

Het meest bekend is men met de middelen: telefoon, e-mail en Compas. De website, post en het kantoorbezoek worden daarnaast ook vaker genoemd als middel waarmee men bekend is.



Behoefte communicatiemiddelen

Behoefte

In de toekomst heeft men de meeste behoefte aan communicatie per e-mail, telefoon of brief. De meningen van de huurders blijven wat verdeeld wanneer het gaat over het type informatie waarover men geïnformeerd wil worden. Wel geldt voor iedere vorm van informatie dat men met name per mail op de hoogte gehouden wil worden.

Wensen

Het taalgebruik wordt op dit moment als begrijpelijk ervaren door ruim acht op de tien huurders. De meeste huurders geven een voorkeur aan een informele tone-of-voice. In de toekomst wil men het liefste per mail of post op de hoogte blijven van alle ontwikkelingen. Daarnaast zien we dat het bewonersblad Compas ook een belangrijke bron van informatie is.

1. Opbouw & inleiding rapportage



Hoofdstuk 2: Algemene tevredenheid *pagina 7 t/m 10*



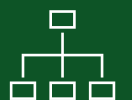
Hoofdstuk 3: Kernwaarden *pagina 11 & 12*



Hoofdstuk 4: Customer Journey *pagina 13 t/m 18*



Hoofdstuk 5: Communicatie behoefte *pagina 19 t/m 23*



Hoofdstuk 6: Afsluiting onderzoek *pagina 24*



Hoofdstuk 7: Conclusie & aanbevelingen *Pagina 25 t/m 27*



Onderzoeksvragen

- › Wat is de huidige tevredenheid van de huurders van Compaen?
- › Wat is de communicatie behoefte vanuit de huurders?



Methode

- › Kwantitatief online onderzoek per mail en per post met daarin een verwijzing naar de online vragenlijst



Doelgroep

- › Huurders van Compaen Wonen (N = 3500)



Vragenlijst

De vragenlijst voor dit onderzoek bestond uit 23 vragen. De gemiddelde invultijd bedroeg 6-8 minuten.



Respons en betrouwbaarheid

Tijdens het veldwerk zijn 753 respondenten ondervraagd.

Op basis van de respons zijn de antwoorden met een zekerheid van 95% en met een nauwkeurigheid van 3,2% generaliseerbaar naar de doelgroep. In de praktijk betekent dit wanneer de uitkomst van een onderzoek 50% is, dit in werkelijkheid tussen de 46,8% en de 53,2% ligt.



Tijdsplanning

- › Het onderzoek heeft plaatsgevonden tussen 01-06-2021 en 18-06-2021.

1. Opbouw & inleiding rapportage

Type woning

Eengezinswoning	62%
Seniorenwoning	18%
Appartement	14%
Duplexwoning	1%
Maisonnette	1%
Portiekwoning	1%
Weet ik niet	3%

Leeftijd

18 tot 35 jaar	10%
35 tot 55 jaar	26%
55 jaar of ouder	64%

Aantal jaren huurder

0-5 jaar	27%
5 - 10 jaar	19%
10-20 jaar	19%
20 jaar of meer	35%

Wijk

Mierlo	35%
Mierlo-Hout	24%
Brouwhuis	18%
Brandevoort	16%
Stiphout	8%

Achtergrond doelgroep

Huurders zijn per e-mail en per post uitgenodigd om deel te nemen aan het huurdersonderzoek. Van de ongeveer 3500 uitgenodigde huurders hebben 753 de vragenlijst ingevuld. Het responspercentage komt hiermee op 22%.

De achtergrondkenmerken van de huurders die de online vragenlijst volledig hebben ingevuld, is uiteengezet op deze dia.

Resultaten

2. Algemene tevredenheid

Algemene tevredenheid

- › Over het algemeen zijn de huurders zeer tevreden over Woningstichting Compaen en beoordelen zij de woningstichting met een 8,2 gemiddeld.
- › Ruim drie kwart van de huurders (77%) geeft een 8, 9 of een 10 voor de algemene beoordeling.

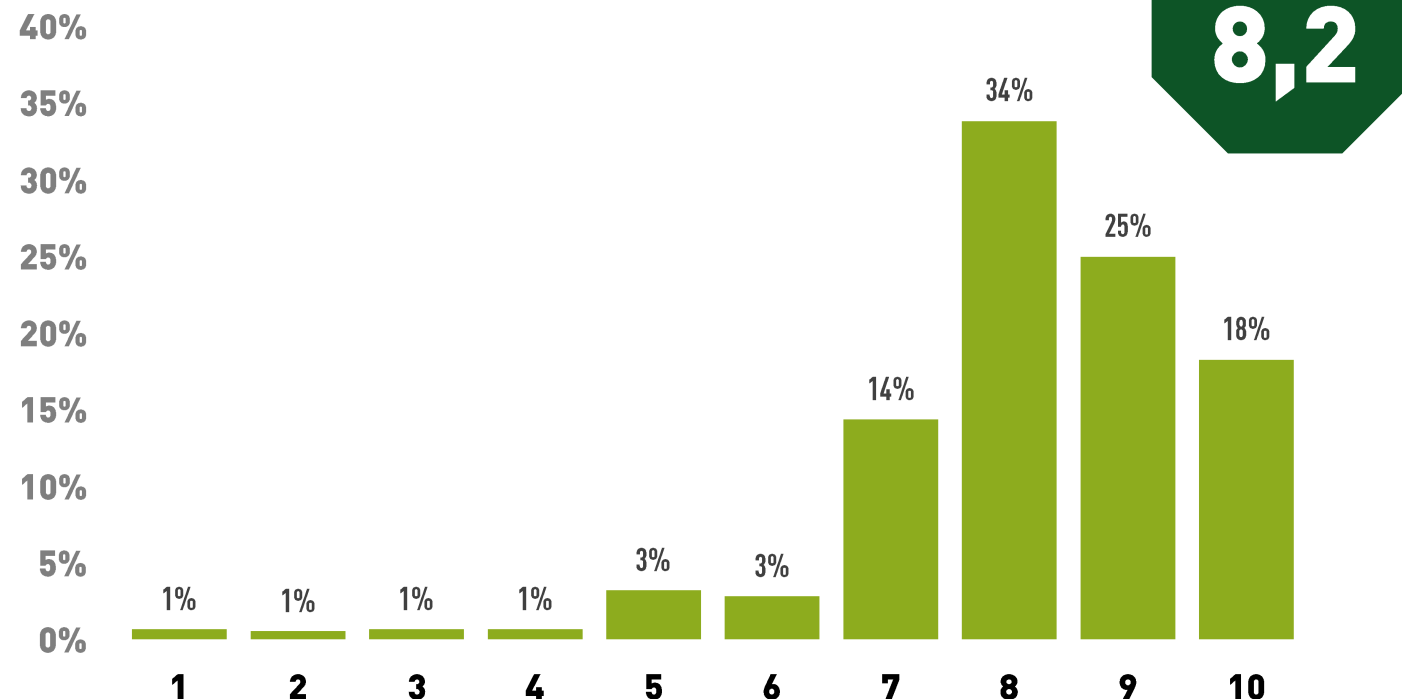
Verschillen op basis van achtergrondkenmerken

- › Huurders in de leeftijd van 55 jaar of ouder zijn aanzienlijk meer tevreden over Compaen (8,4), vergeleken met huurders in de leeftijd 35-55 jaar (7,9) en 18-35 jaar (7,5).
- › Huurders uit de wijk Stiphout zijn meer tevreden over Compaen (8,6) vergeleken met huurders uit Mierlo-Hout (7,9) en Brouwhuis (8,0).

Alle getoonde verschillen zijn significant.

Figuur 2.1 Hoe beoordeelt u Woningstichting Compaen in het algemeen?

Basis: alle respondenten



2. Algemene tevredenheid

Algemene tevredenheid

- › Wanneer we de huurders vragen om een toelichting op hun cijfer voor algemene tevredenheid, valt op dat de huurders die zeer tevreden zijn (cijfer 8, 9 of 10) veelal positieve contact momenten hebben gehad met Compaen en aangeven dat wanneer zij hulp nodig hebben vanuit de woningstichting, zij snel geholpen zijn.
- › Huurders die ontevreden zijn over Compaen in het algemeen, geven in hun toelichtingen veelal aan dat zij ontevreden zijn over de manier waarop zij zijn geholpen (lang moeten wachten op terugkoppeling), maar ook de verouderde staat van sommige woningen wordt genoemd als toelichting op een lager cijfer.

Kunt u toelichten waarom u Woningstichting Compaen dit cijfer geeft?

Basis: alle respondenten

- "Op het moment als er iets mocht zijn is het met 1 telefoontje opgelost zonder gedoe en wordt vriendelijk te woord gestaan." (Cijfer: 10);
- "Fijne snelle communicatie. Meedenkend. Houden goed contact." (Cijfer: 10);
- "Als er problemen in of aan de woning zijn wordt er direct actie ondernomen. Ook met aanvragen voor inwoning van mijn partner werd enorm snel geregeld. Top service!" (Cijfer: 9);
- "Super fijne woningcorporatie die snel en nauwkeurig meedenken in oplossingen." (Cijfer: 8);
- "Soms moeilijk contact mee te maken, tijden zijn vaak onder werktijd." (Cijfer: 7);
- "Omdat als je belt voor reparatie of vraag geen reactie krijgt en steeds moet nabellen." (Cijfer: 6);
- "Hoge huur, slechte service, maken fouten in communicatie (je krijgt een nieuwe badkamer, oh nee toch niet...) Ongelijke behandeling tussen verschillende huurders. Wordt niet netjes te woord gestaan en geholpen. Wordt vaak afgewimpeld." (Cijfer: 5);
- "Ja vooral in het begin slechte communicatie en geen terug koppeling. Nu is dat enigszins hersteld." (Cijfer: 4);
- "Het is aan renovatie toe." (Cijfer: 3);
- "De service is uitermate slecht. Klachten worden niet snel of niet opgepakt. Communicatie is zeer slecht." (Cijfer: 2);
- "Omdat ze ons laten vallen, wat betreft klachten over buurvrouw." (Cijfer: 1)

2. Algemene tevredenheid

Sterke en minder sterke punten Woningstichting Compaen

- Alle huurders is gevraagd wat volgens hen de sterke en minder sterke punten van de woningstichting zijn. In totaal worden er 1363 sterke punten genoemd van Compaen, tegenover 461 minder sterke punten van Compaen. Deze verhouding positief-negatief geeft de tevredenheid van de huurders goed weer. Hoe groter een woord is weergegeven in onderstaande afbeeldingen, hoe vaker dit woord is genoemd.
- Onder de sterke punten verstaan veel huurders de **service, vriendelijkheid** en het **onderhoud** van de **woningen**. Opvallend is dat **onderhoud** ook onder de minder sterke punten relatief vaak genoemd wordt. Dit kan ermee te maken hebben dat dit met name wordt aangegeven door huurders uit wat verouderde woningen. Onder minder sterke punten zien we ook **communicatie** vaker terugkomen.

Wat zijn volgens u de sterke punten van Woningstichting Compaen?

Basis: alle respondenten



En wat zijn in uw ogen de minder sterke of zwakke punten van Woningstichting Compaen?

Basis: alle respondenten



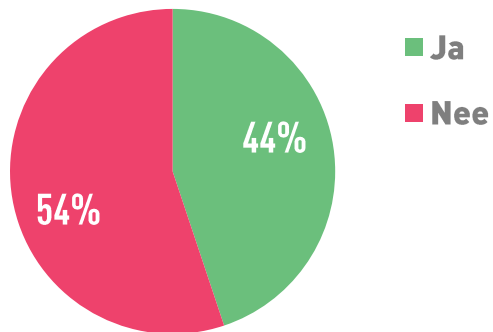
2. Algemene tevredenheid

Onderscheidende punten Compaen

- › Iets meer dan twee op de vijf respondenten geven aan dat zij wel eens bij een andere corporatie een woning gehuurd hebben (44%). Aan hen is dan ook de vraag gesteld in welke mate Compaen onderscheidend is ten opzichte van andere woningcorporaties.
- › In de toelichtingen van de huurders is te zien dat zij met name tevreden zijn over de kleine organisatie die Compaen is, maar ook over de snelle service bij bijvoorbeeld reparaties.

Figuur 2.2 Heeft u in het verleden wel eens bij een andere corporatie een woning gehuurd?

Basis: alle respondenten



Kunt u toelichten wat volgens u Woningstichting Compaen onderscheidend maakt ten opzichte van uw voorgaande woningcorporatie?

Basis: alle respondenten die aangeven bij een andere corporatie te hebben gehuurd (n=328)

- "Als er iets gecommuniceerd moet worden, wordt er netjes een brief verstuurd.";
- "Compaen is minder zakelijk, meer mens tot mens. Erg fijn!";
- "Compaen onderhoudt de huizen veel en veel beter, op alle fronten. Zoals keuken, ketels schilderwerk, kozijnen en deuren, sloten etc.";
- "Deze corporatie handelde niet zo snel op klachten. Verder was de woning kwalitatief niet zo goed als deze woning.";
- "Een veel betere service aan onderhoud en reparaties.";
- "Klein: dus makkelijker een weg te vinden bij info maar ook bij aanbod woning.";
- "Mijn vorige corporatie was veel beter. Duidelijke info, vriendelijk personeel. Doen niet zo moeilijk als er wat gerepareerd moet worden. Huur lag lager, Compaen vraagt te veel aan huur.";
- "Noodzakelijke reparaties wordt niet op bezuinigd en in vergelijking met Woonpartners is Compaen wel bereid te investeren in hun huurders en huizen.";
- "Prijzen, technische service, periodiek onderhoud zijn beter dan andere woningcorporaties.";
- "Snelheid met reparaties en zeer vriendelijk.";
- "Snellere oplossing klachten, goed onderhoud";
- "Te grootschalig, daardoor moeilijker te benaderen en afstandelijker.";
- "Veel betere en snellere afhandeling reparaties. Vriendelijker aan de telefoon. Prettige en duidelijke verhuurmakelaar.";
- "Veel betere service en onderhoud van de woningen.";
- "Vergelijkbaar met oude woningstichting. Alleen wonen we nu in een nieuwbouw woning.";
- "Ze zijn altijd bereid om mee te denken in oplossingen en vriendelijk."

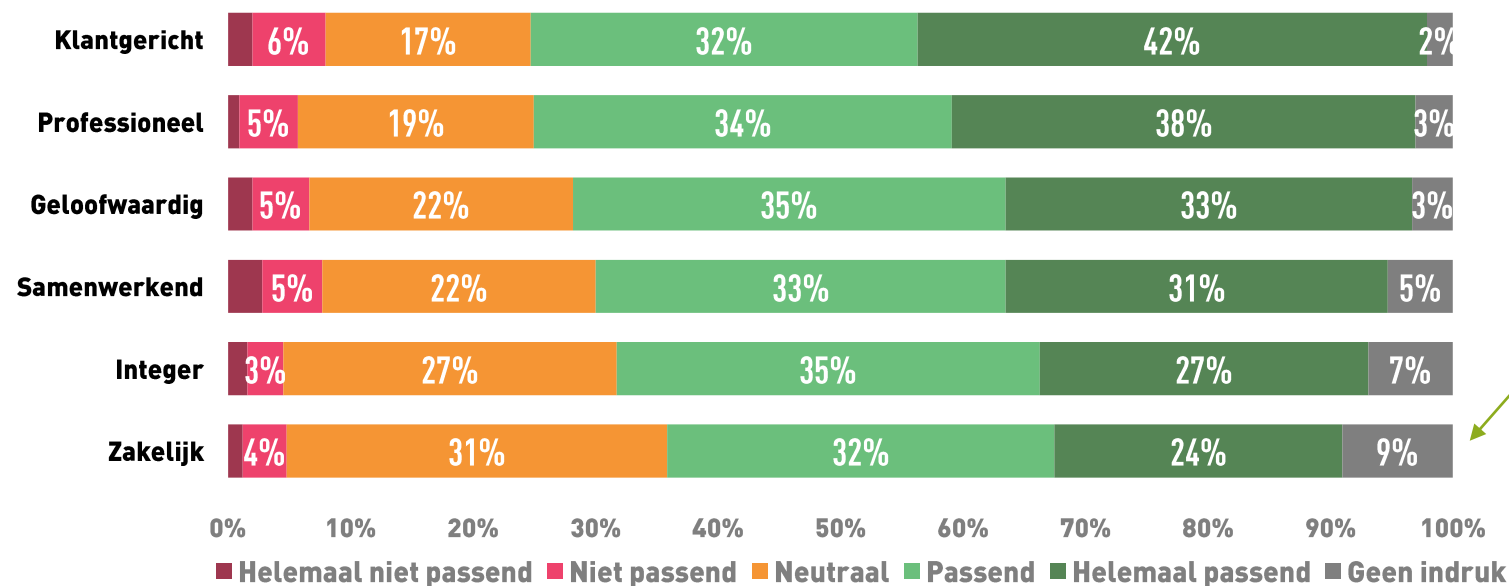
3. Kernwaarden

Kernwaarden Compaen

- › Compaen hanteert verschillende kernwaarden in haar bedrijfsstrategie. Aan alle huurders is dan ook gevraagd in welke mate zij deze kernwaarden wel of niet vinden passen bij de organisatie.
- › Wat opvalt is dat ruim zeven op de tien huurders de kernwaarden **klantgericht** en **professioneel** het meest passend vinden bij Compaen (resp. 73% en 72% (helemaal) passend). Dit sluit goed aan op de spontaan genoemde sterke punten van Compaen: vriendelijk en service.
- › De kernwaarde **zakelijk** wordt in mindere mate door de huurders passend gevonden bij Compaen (55% (helemaal) passend). Hier geeft bijna een derde van de huurders aan neutraal te blijven in hun oordeel (31%).

Figuur 3.1 Kunt u aangeven in welke mate u onderstaande kernwaarden wel of niet vindt passen bij Woningstichting Compaen als organisatie?

Basis: alle respondenten



Compaen is een organisatie die dichtbij haar huurders wil staan en door haar huurders wordt gezien als klantgericht en professioneel. De kernwaarde 'zakelijk' staat hier haaks op. Dit kwam tevens naar voren in de interne diepte-interviews.

3. Kernwaarden

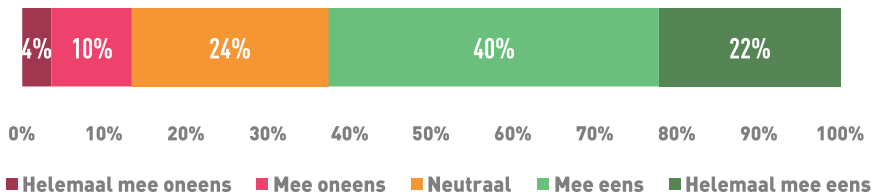
Evaluatie van de missie

- › Alle huurders is gevraagd in welke mate zij het eens zijn met de missie van Compaen. Deze is aan hen getoond voordat zij de vraag beantwoordden.
- › Bijna twee derde van de huurders geeft aan het helemaal eens te zijn met stelling dat Compaen zorgt voor goede en betaalbare woningen in een prettige buurt (62% [helemaal] mee eens).

Figuur 3.2 Kunt u aangeven in welke mate u het eens bent met onderstaande stelling?

Basis: alle respondenten

Woningstichting Compaen zorgt voor goede en betaalbare woningen in een prettige buurt”.



Kunt u uw antwoord toelichten?

Basis: alle respondenten

- "Wij zijn zeer tevreden met waar wij wonen en zeer tevreden met de locatie" (Helemaal mee eens);
- "Sociale huurwoningen zijn prima en betaalbaar. Dit zorgt voor klanttevredenheid en daarmee automatisch voor een goede sfeer bij buurtbewoners." (Helemaal mee eens);
- "Woon in fijne buurt, alles wordt goed onderhouden schilderwerk etc." (Mee eens);
- "Waar ik nu woon is een fijne woonomgeving met veel rust" (Mee eens);
- "We hebben de buurt zien veranderen in 20 jaar tijd door nieuwe bewoners.. Woningruil schijnt nu de rage te zijn MAAR je weet nooit welke mensen hiervoor terug komen in de wijk." (Neutraal);
- "Mijn buurt is een goede buurt. Bij betaalbaar zet ik vraagtekens. En dan weet ik natuurlijk niets over andere buurten." (Neutraal);
- "Omdat als je in een te dure huurwoning zit en je situatie veranderd ze niks kunnen betekenen voor je." (Mee oneens);
- "Goede en betaalbare woningen ja maar niet altijd een prettige buurt, dit mede door slechte controle op inwonenden" (Mee oneens);
- "Door jaarlijkse huurverhoging worden woonlasten alsmaar groter." (Mee oneens);
- "Er is onrust in de buurt en na meerdere telefoontjes wordt daar niks mee gedaan als afgeschoven. Dingen die in de buurt spelen zoals een bouw van huizen was Compaen niet van op de hoogte en is voor zover ik weet nooit komen kijken of in gesprek gegaan met de bewoners over de situatie m.b.t. vrachtverkeer en de gevaarlijke situatie die het teweeg brengt." (Helemaal mee oneens);
- "De huizen zijn te duur...die hebben ze al 30 jaar eruit. En de buurt...ze stoppen er voortaan van alles in...het is 1 grote getto geworden in Mierlo. Mierlonaren vertrekken en er komen alleen maar asociale van Geldrop Eindhoven en Helmond hier wonen. Als mierlonaar maak je geen kans meer. Diep triest" (Helemaal mee oneens)

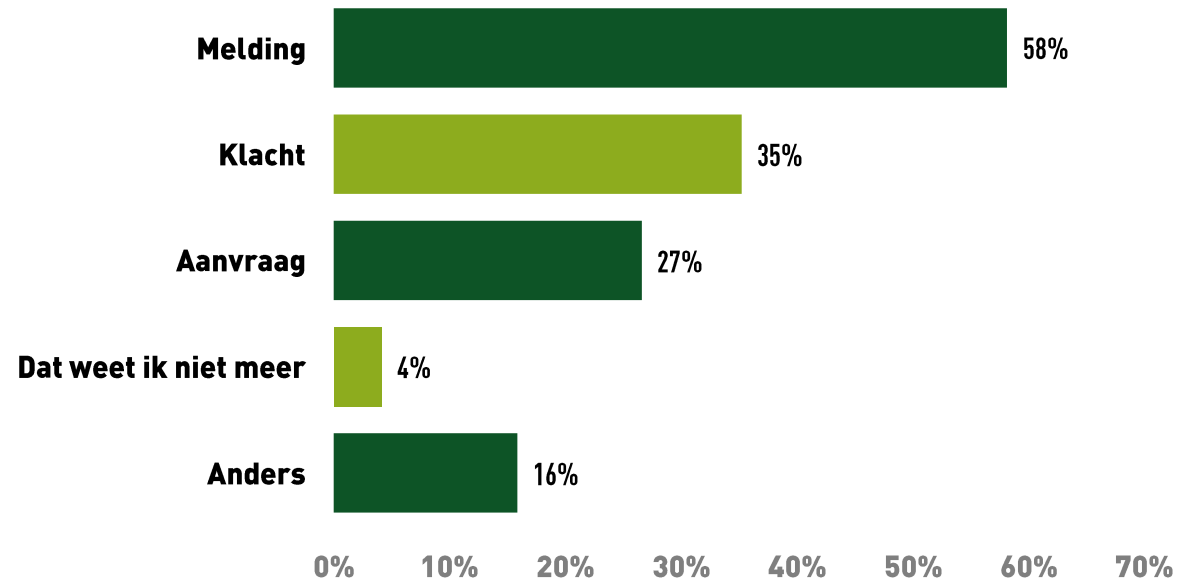
4. Customer Journey

Contact met Compaen

- › Bijna alle huurders geven aan wel eens contact te hebben opgenomen met Compaen (94%).
- › Van alle huurders die wel eens contact opgenomen hebben met Compaen, geeft ruim de helft aan dat dit was om een melding te maken (58%).
- › Ruim een derde geeft aan dat het hier een klacht betrof (35%) en ruim een kwart kwam bij de woningcorporatie terecht voor een aanvraag (27%).

Figuur 4.1 Kunt u aangeven voor welke van onderstaande redenen u wel eens contact heeft opgenomen

Basis: alle respondenten die aangeven wel eens contact te hebben opgenomen met Compaen (n=707)



4. Customer Journey

Contact met Compaen

- › Over de manieren waarop huurders in contact komen met Compaen, zijn veel huurders het met elkaar eens. In totaal worden er 866 manieren van communicatie gegeven, waar telefonisch contact met kop en schouders boven de rest uit steekt (543x genoemd).
- › E-mailen is tevens een bekende manier om in contact te komen met Compaen (178x genoemd).
- › Daarnaast noemen nog een handvol huurders het bezoek aan de balie, contact via de website maar ook het hebben van een persoonlijke afspraak op kantoor of aan huis als manier om in contact te komen met de woningstichting.

Kunt u aangeven op welke manier(en) u in contact komt met Woningstichting Compaen?

Basis: alle respondenten

- **Telefonisch**
- **E-mail**
- **Aan de balie**
- **Via de website**
- **Persoonlijk (bezoek aan huis of kantoorafspraak)**
- **Per post**

4. Customer Journey

Bekendheid communicatie Compaen

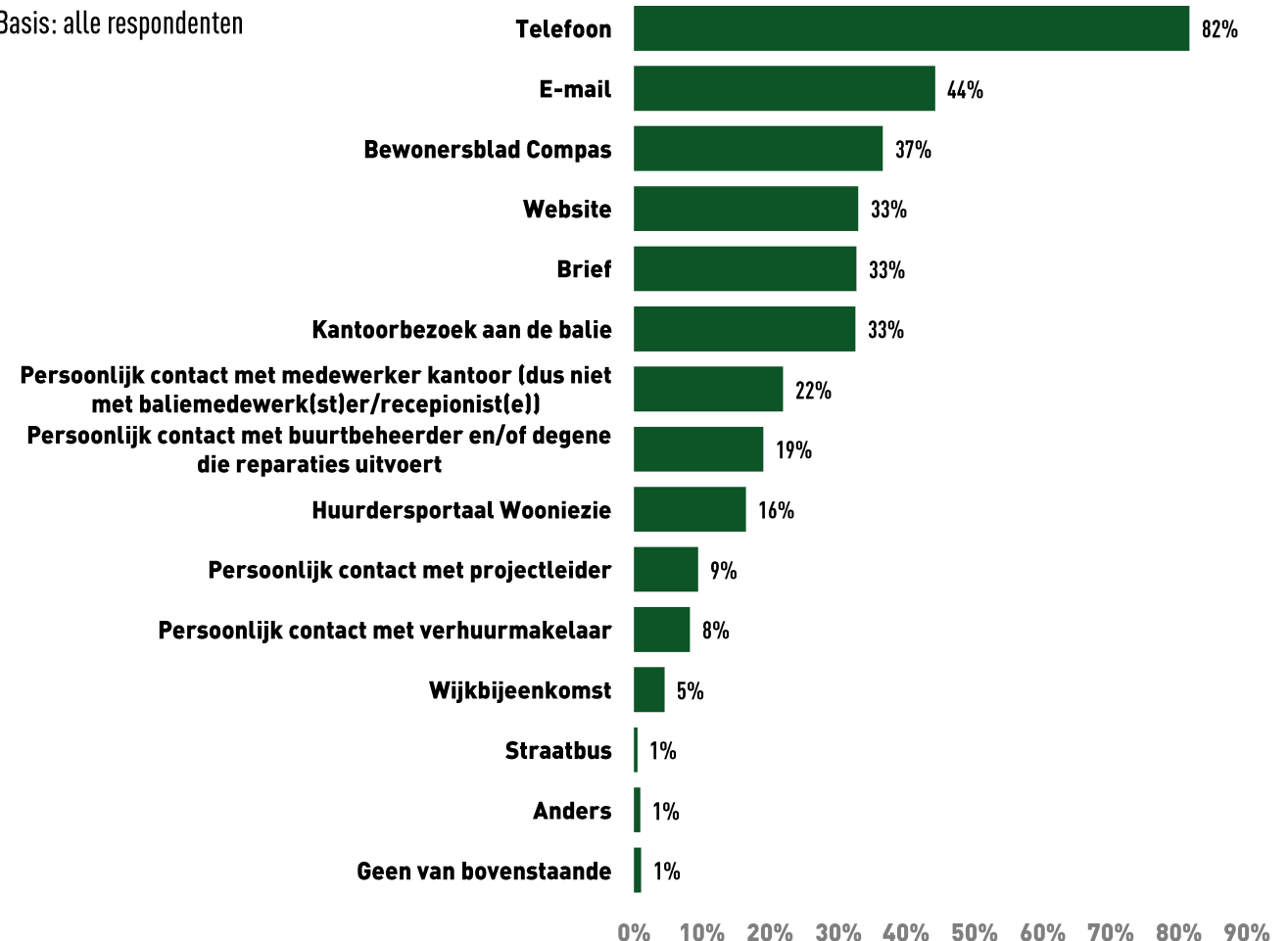
- › Wanneer we huurders vragen met welke manieren van communicatie van Compaen zij bekend zijn, dan zien we dat de **telefoon** met afstand het meest bekende communicatiemiddel van Compaen is (82%).
- › Communicatie via **e-mail** of via het **bewonersblad Compas** zijn na telefoon de meest bekende communicatiemiddelen vanuit de woningstichting (resp. 44% en 37%).

Verschillen op basis van achtergrondkenmerken

- › Huurders in de leeftijd 18-35 jaar (62%) en 35 tot 55 jaar (51%) zijn meer bekend met e-mail als communicatie middel, vergeleken met huurders in de leeftijd van 55 jaar of ouder (39%).
- › Huurders die tussen de 5 en 10 jaar huren bij Compaen zijn het meest bekend met telefoon als communicatiemiddel (90%), dan alle andere huurders (0-5 jaar: 80%, 10-20 jaar: 79% en 20+ jaar: 80%).

Figuur 4.3 Met welke van onderstaande manieren van communicatie vanuit Compaen bent u bekend?

Basis: alle respondenten



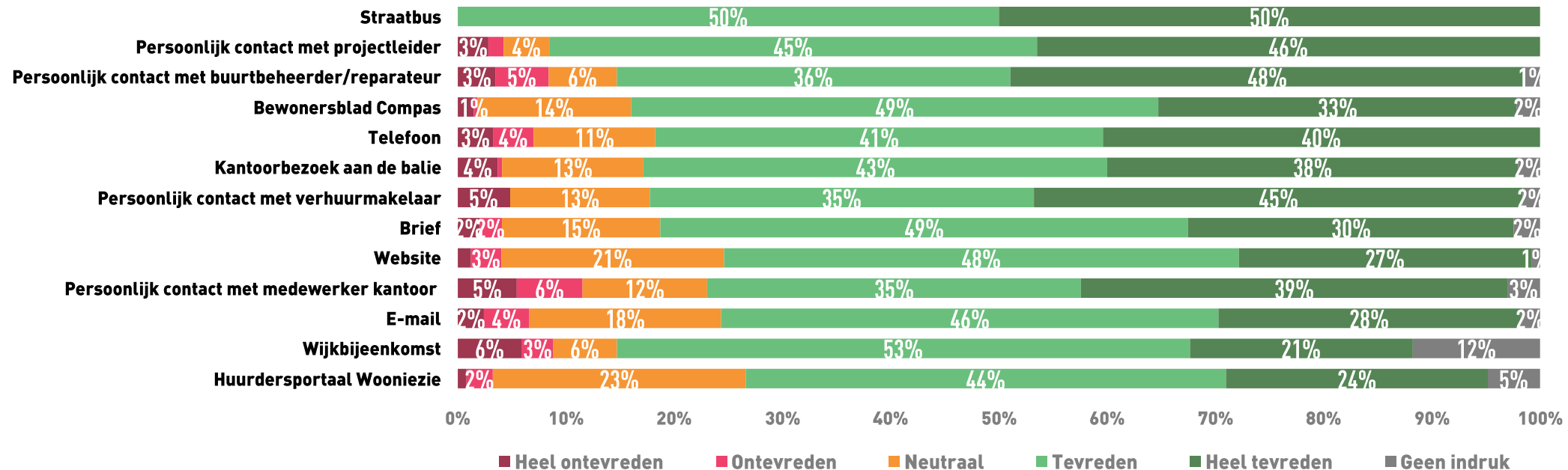
4. Customer Journey

Tevredenheid communicatie Compaen

- Wanneer respondenten aangeven bekend te zijn met een communicatiemiddel van Compaen, is hen gevraagd dit communicatiemiddel te beoordelen.
- Wat opvalt wanneer we kijken naar onderstaande figuur, dan zien we dat vrijwel alle communicatiemiddelen van Compaen positief worden beoordeeld. Wanneer huurders een middel met (heel) ontevreden beoordeelden, is hen gevraagd hun antwoord toe te lichten. Een greep uit deze toelichtingen zijn uiteengezet op de volgende dia.

Figuur 4.4 Kunt u aangeven hoe tevreden u bent over deze communicatiemiddelen?

Basis: alle respondenten die aangeven bekend te zijn met betreffend communicatiemiddel (*hierdoor zijn sommige resultaten indicatief vanwege de lage n)



4. Customer Journey

Toelichting ontevredenheid communicatie

- › Wanneer huurders aangeven (heel) ontevreden te zijn over een van de communicatiemiddelen van Compaen, is hen om een toelichting gevraagd.
- › Wat vooral opvalt wanneer je de toelichtingen leest, is dat los van het communicatiemiddel, de ontevredenheid relatief vaak lijkt voor te komen wanneer huurders zich ongehoord voelen. Bijvoorbeeld wanneer zij voor hun gevoel meerdere keren contact op hebben genomen met Compaen om een melding te doen van een mankement of vraag en zij hier vervolgens zelf achteraan moeten om het op te (laten) lossen.

U geeft aan (heel) ontevreden te zijn over onderstaande communicatiemiddelen vanuit Woningstichting Compaen. Kunt u toelichten waarom?

Basis: alle respondenten die aangeven (heel) ontevreden te zijn over betreffend communicatiemiddel

- "Dit is niet de inhoud maar meer in zijn algemeenheid. Er wordt vaak teruggekoppeld dat er een brief zou zijn verstuurd maar dat is gewoon niet zo. Maar als je dan dus telefonisch contact opneemt en vraagt of het klopt dat er iemand voor de deur staat die bepaalde werkzaamheden komt doen, wordt bij hoog en laag beweerd dat je post hebt gehad. Dat maakt me weleens boos want je krijgt soms de indruk dat ze jou niet vertrouwen en dat vind ik wel erg kwalijk." (Brief);
- "Er staat algemene info op, te weinig gerichte info" (Website);
- "Geen antwoord krijgen op mijn vragen" (Mail);
- "Heel erg bot, veel weerstand, kortaf, onbeleefd, heel hard, direct en heel onvriendelijk." (Kantoorbezoek);
- "In alle gevallen wordt er geen terugkoppeling gegeven, geen feedback, sterker nog je hoort of ziet niemand meer. Als het nu gaat over sleutelbeleid, woning-reparaties of voorgenomen renovatie." (Brief);
- "Mijn mail bleef onbehandeld, na wat telefoontjes eindelijk resultaat" (Mail);
- "Na 1 keer nooit meer gezien. Klacht is er nog steeds" (Buurtbeheerder);
- "Nooit navolging op geweest." (Huurdersbijeenkomst);
- "Te beperkt in de informatie, niet meer van deze tijd. Vooral mijn Compaen is beperkt in de informatie voorzieningen." (Website);
- "Telefoon weten ze de helft van tijd niks moest andere tijden terug bellen en dan was de desbetreffende persoon er nog niet zou ik terug gebeld worden geen terug bel uiteindelijk zelf weer bellen kasje na de muur" (Telefonisch);
- "Verhuurmakelaar: geen juiste info, erg afhankelijk van wie je aan de lijn krijgt. Niet iedereen altijd even vriendelijk" (Medewerker van kantoor);
- "Zeer onvriendelijke, niet meewerkende telefoniste. Verder is de service prima!" (Telefonisch);
- "Zie boven. De medewerker had toegezegd tochtstrippen te regelen voor de ramen, omdat je boven en onder het raam zo naar buiten kunt kijken. Hij heeft er ook foto's van gemaakt. Actie blijft echter volledig uit." (Medewerker van kantoor);
- "Zijn inderdaad wel langs geweest. maar hebben niets aan het probleem gedaan" (Buurtbeheerder).

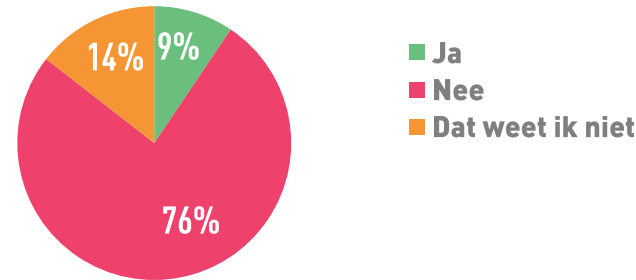
4. Customer Journey

Ontbrekende communicatiemiddelen

- › Alle huurders is gevraagd of zij op dit moment nog communicatiemiddelen missen vanuit Compaen. Hier zien we dat iets minder dan één op de tien huurders aangeeft dat zij middelen missen (9%).
- › Deze groep huurders is gevraagd om hun antwoord toe te lichten. Meerdere huurders benoemen de toegevoegde waarde van een app waarin zij alles kunnen regelen, zoals het indienen van een reparatieverzoek, een meldpunt voor overige zaken en bijvoorbeeld een chatfunctie waardoor je niet meer hoeft te bellen of mailen naar Compaen op het moment dat je een vraag hebt.

Figuur 4.5 Zijn er op dit moment nog communicatiemiddelen die u mist vanuit Woningstichting Compaen?

Basis: alle respondenten



U geeft aan dat u op dit moment communicatiemiddelen mist, kunt u een omschrijving geven wat u graag anders zou willen zien?

Basis: alle respondenten die aangeven communicatiemiddelen te missen (n=71)

- "Als je een reparatie verzoek via website stuurt om dan een bevestiging mail te sturen."
- "Appen, meer toezicht in de wijk vanuit Compaen en handhaving, toegankelijkheid voor ouderen mensen."
- "Bewoners zonder PC zijn waarschijnlijk moeilijk toegankelijk."
- "Chatten via whatsapp, kan handig zijn indien de telefoonlijn bezet is."
- "Een contactpersoon die met de bewoners van ons complex contact heeft 1 of 2x per jaar, als de bewoners daar vragen of opmerkingen voor hebben."
- "Het doorgeven van een reparatieverzoek via de website van Compaen."
- "Ik zou het op prijs stellen als Compaen van tijd tot tijd zou informeren bij de huurders over de tevredenheid van de woning en de verbeterpunten. En dat Compaen dan aangeeft hier wel of niet iets aan te kunnen en willen doen. Er ontbreekt terug koppeling c.q. interesse."
- "Persoonlijke pagina website waar je zaken mee kunt regelen"
- "Via WhatsApp."

5. Communicatie behoefte

Communicatiemiddelen toekomst

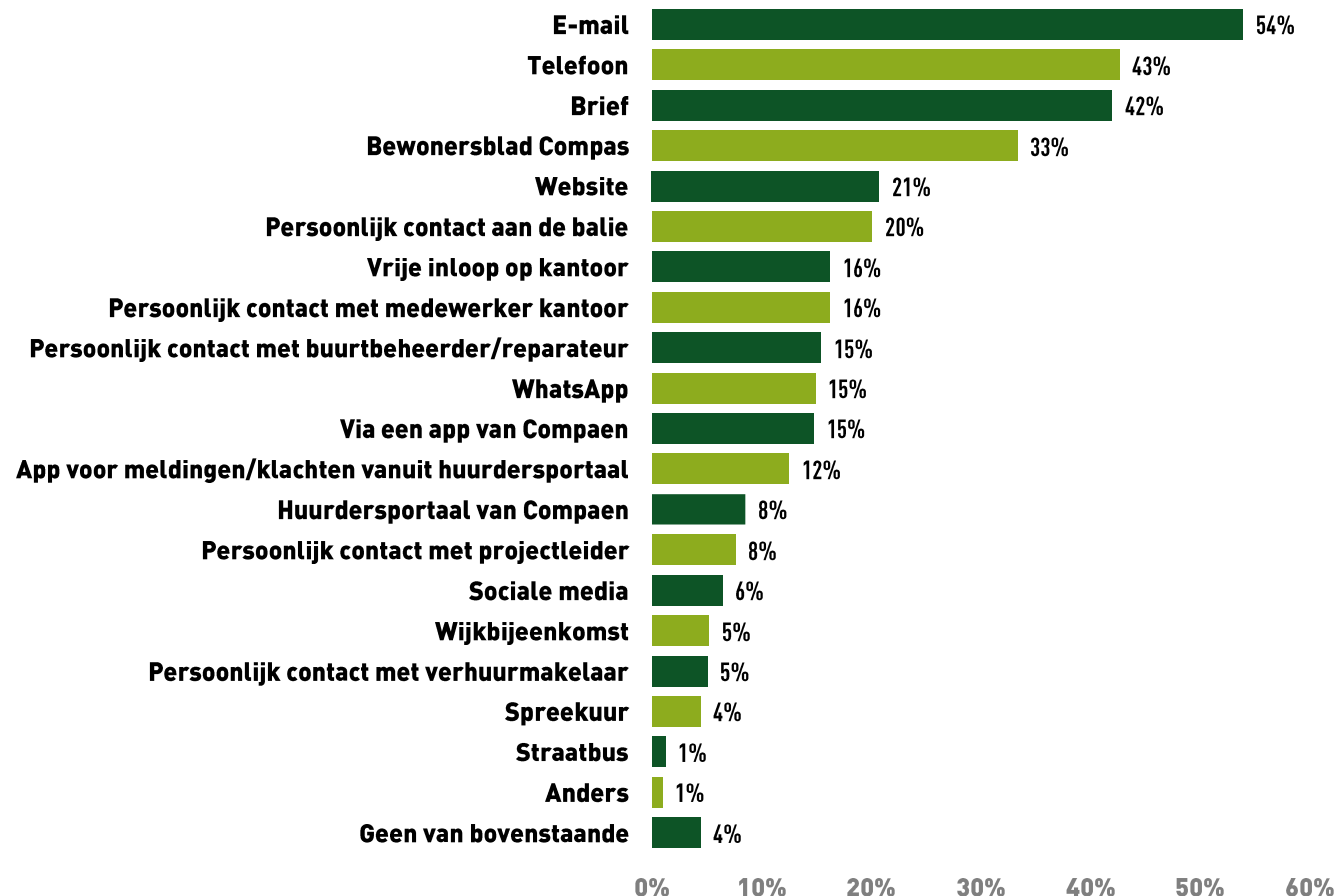
› Alle huurders is gevraagd via welke middelen zij in de toekomst op de hoogte gehouden willen worden vanuit Compaen. Hier zien we dat de middelen **e-mail** (54%), **telefoon** (43%) en **brief** (42%) door de meeste huurders gekozen worden als toekomstig communicatiemiddel.

Verschillen op basis van achtergrondkenmerken

- › Huurders in de leeftijd van 55 jaar of ouder geven met name de voorkeur aan persoonlijk contact (25%) vergeleken met jongere huurders (18-35: 7%; 35-55 jaar: 13%).
- › Huurders in de leeftijd van 35-55 jaar geven met name de voorkeur aan de website (26%), vergeleken met huurders in de leeftijd 18 tot 35 jaar.
- › Huurders in de leeftijd 18-35 jaar geven met name de voorkeur aan WhatsApp (25%), vergeleken met huurders van 55 jaar of ouder (11%).

Figuur 5.1 Via welke van onderstaande middelen wilt u in de toekomst het liefst op de hoogte gehouden worden vanuit Compaen?

Basis: alle respondenten



5. Communicatie behoefte

Communicatiemiddelen toekomst

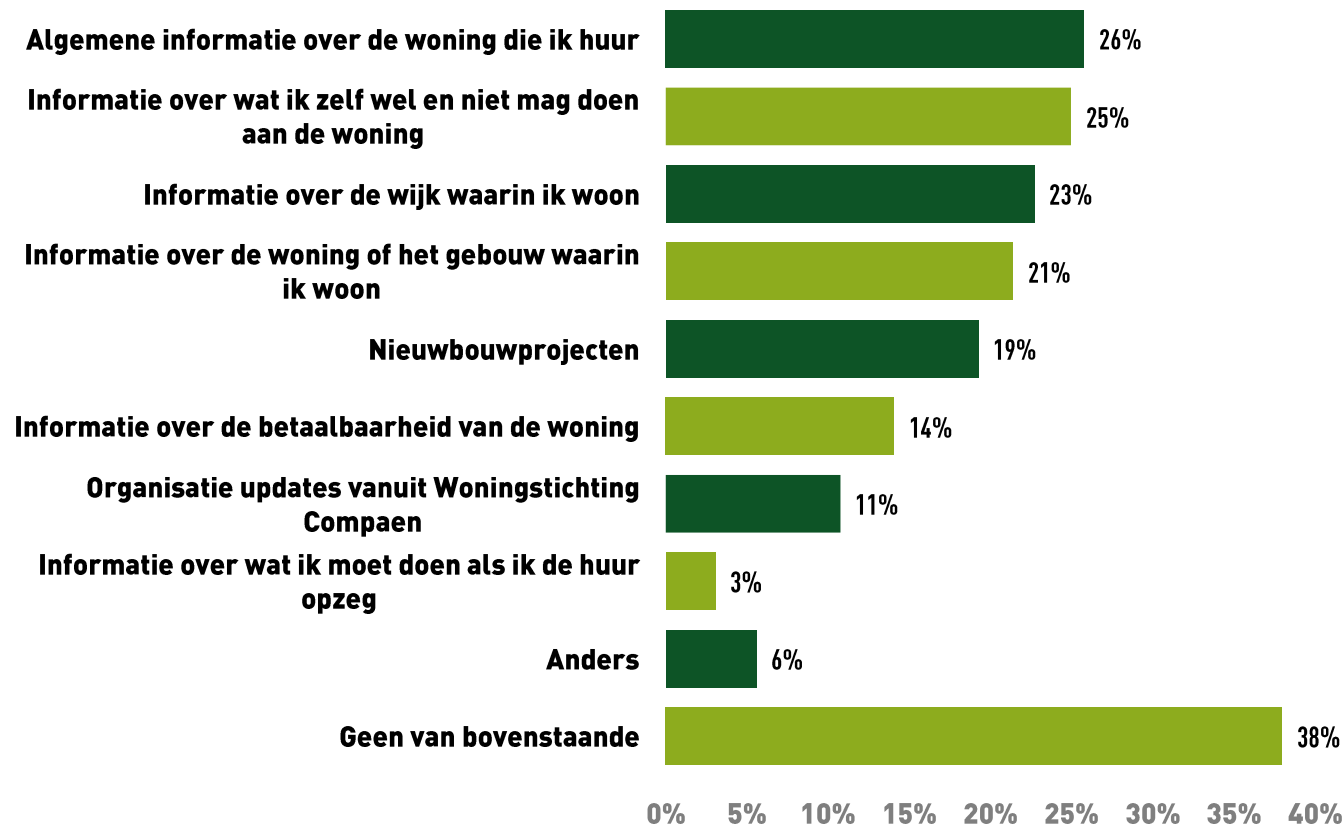
- › De huurders zijn wat meer verdeeld als het gaat om de informatie vanuit Compaen waaraan zij behoefte hebben.
- › Zo zien we dat een kwart van de huurders aangeeft **algemene informatie** te willen ontvangen over de **woning** (26%) of over wat ze **wel** en **niet** zelf **mogen** doen aan de **woning** (25%).
- › Een iets kleiner aandeel huurders geeft aan **informatie** over **wijk** te willen ontvangen of over het **gebouw** waarin men woont (resp. 23% en 21%).
- › De minste behoefte hebben huurders aan **informatie** over wat men moet doen als zij de **huur opzeggen** (3%).
- › Bijna twee op de vijf huurders (38%) geven aan geen enkel opgenoemd aspect een informatiebehoefte te hebben.

Verschillen op basis van achtergrondkenmerken

- › Huurders die 5-10 jaar huren of 10-20 jaar huren (resp. 23% en 17%) geven vaker aan informatie te willen ontvangen over de betaalbaarheid van de woning, vergeleken met huurders die 0-5 jaar huren (8%).

Figuur 5.1 Aan welke van onderstaande informatie vanuit Woningstichting Compaen heeft u op dit moment behoefte?

Basis: alle respondenten



5. Communicatie behoefte

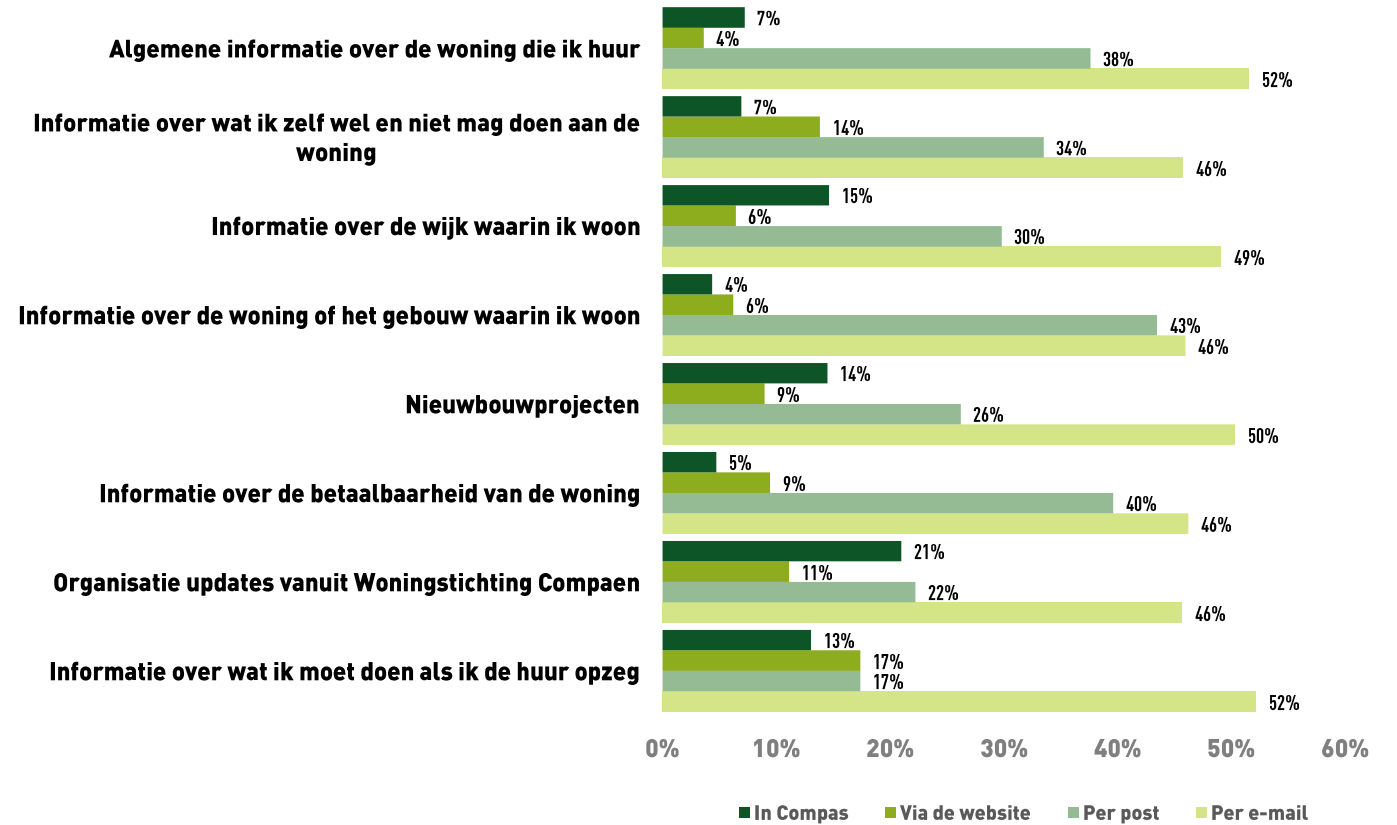
Type middel per communicatie

› Wanneer we kijken naar via welk communicatie middel huurders het liefste bepaald type informatie ontvangen, zien we dat voor vrijwel alle onderwerpen de huurders het **liefste** per **e-mail** geïnformeerd willen worden. Daarnaast zien we dat het communicatiemiddel post tevens een populaire manier is van informatieverbreiding.

› Wat opvalt is dat informatiespreiding via het bewonersblad Compas en via de website in mindere mate wordt gekozen door de huurders.

Figuur 5.2 U geeft aan graag informatie over onderstaande onderwerpen te ontvangen. Kunt u voor iedere vorm van informatie aangeven hoe u deze informatie het liefste ontvangt?

Basis: alle respondenten



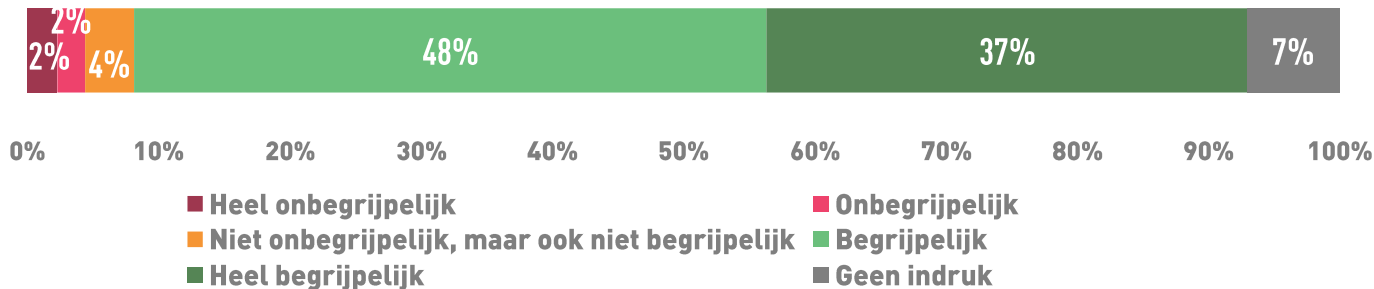
5. Communicatie behoefte

Taalgebruik en communicatiestijl

- › Ruim acht op de tien huurders geven aan dat zij het **taalgebruik** van Compaen als (heel) **begrijpelijk** ervaren (85%).
- › Slechts 4% geeft aan dat zij het taalgebruik van Compaen (heel) onbegrijpelijk vinden (beide 2%) en een vergelijkbaar aandeel geeft een relatief neutrale beoordeling van de communicatie (4%).
- › Vervolgens zijn huurders gevraagd naar welke communicatiestijl hun voorkeur uitgaat. Hier zien we dat ruim een derde van de huurders een voorkeur heeft voor een **duidelijke, informele** manier van **communiceren**, waarin huurders worden **getutoeyerd** (37%). Wel zien we dat ruim een kwart van de huurders aangeeft geen voorkeur heeft op het gebied van communicatiestijl (27%).

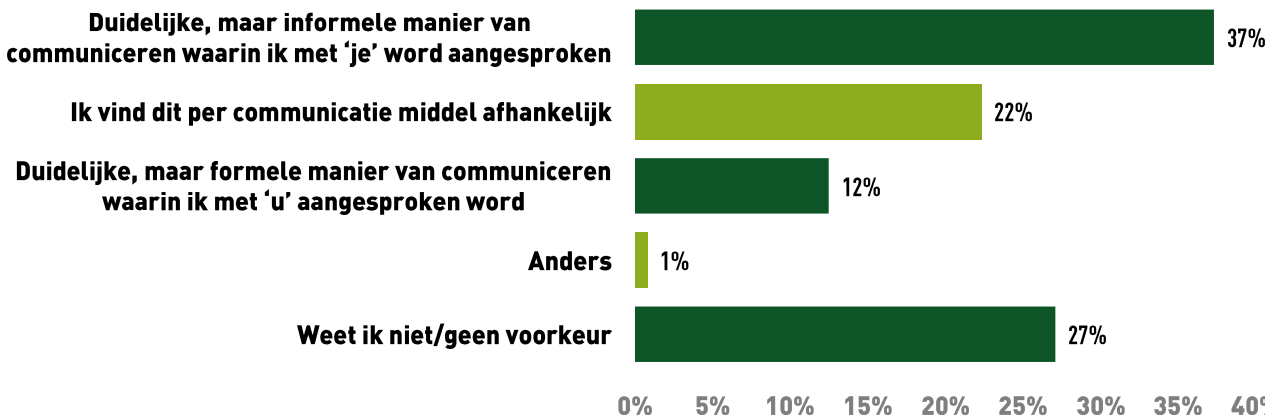
Figuur 5.3 Kunt u aangeven hoe u op dit moment het taalgebruik in de communicatie van Compaen ervaart?

Basis: alle respondenten



Figuur 5.4 Wanneer we kijken naar de communicatie stijl van Woningstichting Compaen in het algemeen, welke van onderstaande vormen gaat uw voorkeur dan het meest naar uit?

Basis: alle respondenten



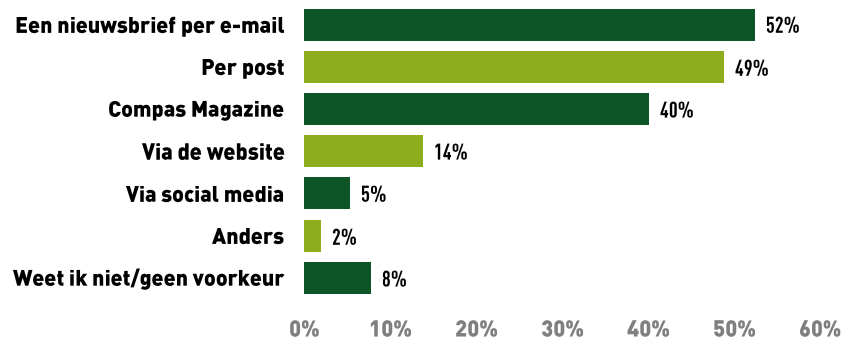
5. Communicatie behoefte

Toekomstige kanalen en suggesties

› In lijn met de eerdere resultaten, zien we dat de huurders van Compaen in de toekomst het liefste via een **nieuwsbrief** per **e-mail** (52%) of per **post** (49%) op de hoogte gehouden willen worden van de ontwikkelingen binnen Compaen. Tevens zien we dat het **Compas Magazine** (40%) een aantrekkelijk communicatiemiddel is om informatie te verspreiden.

Figuur 5.4 Via welke van onderstaande kanalen vindt u het leuk om in de toekomst informatie over Woningstichting Compaen te ontvangen?

Basis: alle respondenten



Heeft u voor Woningstichting Compaen nog een gouden tip op het gebied van communicatie?

Basis: alle respondenten

- "Als je een reparatie verzoek via website stuurt om dan een bevestiging mail te sturen."
- "Als huurder klacht heeft (over bijvoorbeeld looppaden) zelf contact opnemen met de huurder en klacht bespreken. en in de toekomst meer aandacht besteden aan waterafvoer bij fikse regenbuien, terrassen staan blank, water kan nergens heen.";
- "Betere communicatie met bedrijven en de huurder, als er klussen gedaan moeten worden.";
- "Blijf vooral telefonisch contact leggen. Daarmee onderscheid u zich. Mensen hebben een hekel aan om tegen een computer te communiceren en uiteindelijk nog iemand moeten spreken. Virtuele communicatie is niet klantvriendelijk.";
- "Communicatie moet voor een ieder te begrijpen zijn. Misschien kun je gebruik maken van plaatjes of foto's.";
- "De buurt beheerder moet zich meer in de wijk begeven en met de bewoners meer communiceren over de buurt.";
- "Een app ontwikkelen dat is van deze tijd waar alles in staat of dat je met ze kan WhatsAppen.";
- "Een app zou fijn zijn waar je informatie ontvangt, meldingen, en waar je ook melding kan doen van bv reparatie of klacht.";
- "Feedback vragen als er een melding of klacht is binnengekomen van een huurder. Even informeren hoe de stand van zaken is na een bepaalde tijd.";
- "Houd communicatie zou makkelijk mogelijk en begrijpelijk en laat mensen zich prettig voelen in hun huurhuis ook als iets aan veranderd is een kleinigheidjes.";
- "In alle belangrijke gevallen waarin het draait om kosten, heel graag persoonlijk.";
- "Misschien dat de wijkbeheerder hier en daar een bezoeking af kan leggen na een afspraak met bewoners en zo meer info krijgt wat er speelt en leeft in een wijk ook al zijn er nog geen problemen gemeld, maar die in de toekomst wel kunnen komen b.v. parkeerbeleid, burenhierie of zoiets.";
- "Zeker, na het project in onze straat. Zelf communiceren, bewoners betrekken bij een groot onderhoud/renovatie en niet via de aannemer. Zelf het heft in handen houden en niet de aannemer. Ik huur van Compaen en niet van een aannemer. Verder als er iets beloofd wordt via de communicatie ook woord houden."

6. Afsluiting onderzoek

Suggesties voor Compaen door huurders

- › Aan het einde van de vragenlijst zijn alle huurders gevraagd of zij nog een opmerking achter wilden laten. Wat direct opvalt is dat het grootste gedeelte huurders **erg tevreden** is **over Compaen** als woningcorporatie. Huurders vinden Compaen een **vriendelijke** en **behulpzame** organisatie, waar zij vaak het gevoel hebben dat ze niet als nummer behandeld worden.
- › In de gevallen waarin wat meer kritische feedback naar voren komt, lijkt het er vaak op dat de **verwachtingen** van de **huurders anders** waren dan de **verrichtte handelingen** van **Compaen** en ontstaat daartussen een kloof. Transparantie in communicatie blijft daarin erg belangrijk. Probeer huurders zoveel mogelijk mee te nemen in het volledige proces.

Mocht u nog een laatste opmerking willen achterlaten, plaats deze dan in het onderstaande tekstveld.

Basis: alle respondenten

- "Bedankt voor het verbouwen van onze huizen, het heeft aardig wat gekost lijkt me maar het is zoveel beter! Ook de geluiden naar de burens zijn een stuk minder geworden, minder dan verwacht. En dat we zelf zoveel keus kregen in tegeltjes en keukenkastjes, de nieuwe indeling ja dat was echt top. Als het nu stormt hoor ik de kozijnen niet meer op en neer gaan, morgen komen ze de verwarmingspanelen wel goed vast zetten en dan voel ik me weer helemaal veilig in mijn mooie grote nieuwe huis.";
- "Compaen is een zeer klantvriendelijke, behulpzame stichting, die haar huizen op een uitstekende manier onderhoud. Chapeau daarvoor. ";
- "Er wordt hard gewerkt door de medewerkers met wie ik contact heb. Complimenten!";
- "Heb me opgegeven voor houten woningen, moet de vorderingen hierover via de media lezen of zo nu en dan bellen. Zou graag wat persoonlijker op de hoogte worden gehouden, zodat ik enigszins weet waar ik aan toe ben.";
- "Het woongenot is verslechterd, mensen hoeven de gangen schijnbaar niet meer bij te houden. Elk jaar bel ik daarover en nooit worden er mensen op aangesproken.";
- "Ik ben heel tevreden, vind het alleen heel lastig dat er niets gedaan wordt met klachten over buurtbewoners die gedrag hebben waar iedereen in de straat last van heeft.";
- "Ik gun iedereen die een woning huurt een relatie met zijn/haar verhuurder als die ik heb met Compaen.";
- "Meer aandacht voor de netheid van wijken. Mensen aanspreken op asociaal gedrag.";
- "Probeer de huurders te benaderen als mensen. Niet vanuit de hoogte vanwege de functie en macht.";
- "Wij vragen ons af of de woningbouwvereniging invloed kan uitoefenen over de inrichting van de voortuin, met name het al dan niet mogen betegelen. Dit voornamelijk vanwege het klimaat en het aanzien van de wijk.";
- "Zou het op prijs stellen als er meer aandacht zou zijn wat er bij Compaen aan gedaan wordt om op een goede manier deel te nemen aan de doelstellingen om een bijdrage te leveren aan de energietransitie."

Conclusie & vervolg

7. Conclusie en aanbevelingen

Huurders van Compaen zijn over het algemeen zeer tevreden over de woningcorporatie waar zij hun woning huren en beoordelen de corporatie met een **8,2** gemiddeld. Huurders geven aan dat Compaen **bereikbaar** en **toegankelijk** is en huurders voelen zich geen nummertje vanwege de **kleinschaligheid** van de organisatie. Sterke punten van Compaen zijn volgens huurders de **service**, **vriendelijkheid** en het **onderhoud** van de woningen. Anderzijds zijn de minder sterke punten tevens het **onderhoud**, wat ermee te maken kan hebben dat dit huurders zijn die net in een wat **verouderde woning** wonen. Daarnaast geven huurders aan dat **communicatie** een minder sterk punt is van de organisatie. Dit zien we gedurende het gehele onderzoek terugkeren. Een groot deel van de huurders vindt de **missie** van Compaen **passend** bij de organisatie en tevens worden de **kernwaarden** door het grootste gedeelte van de huurders **herkend**.

Op het gebied van **communicatie** zien we dat veel huurders wel eens in aanraking komen met Compaen, en dan met name voor het maken van een melding. Huurders geven aan dat ze vaak via **telefoon**, **mail** of het **bewonersblad Compas** in aanraking komen met de organisatie. Vrijwel alle communicatiemiddelen worden overwegend **positief beoordeeld** door de huurders die aangeven bekend te zijn met een betreffend communicatiemiddel. Wanneer er sprake is van ontevredenheid zien we vooral dat dit te maken heeft met onduidelijkheid richting de huurder zelf in situaties waarin de huurder zich ongehoord voelt.

Toekomstige **communicatiemiddelen** die huurders prettig vinden om op de hoogte te blijven vanuit Compaen zijn **e-mail**, **telefoon**, **brief** en het **Compas Magazine**. Wel zien we in de open toelichtingen vaker een **app** terugkomen, waarin huurders aangeven het prettig te vinden dat zij op één locatie alles kunnen regelen met betrekking tot hun woning. Het type informatie waarover men geïnformeerd wil worden lijkt wat verdeeld, voor vrijwel ieder onderwerp zijn er geïnteresseerden. Wel valt op dat men met name per mail op de hoogte gehouden wil worden van alle individuele onderwerpen.

Het **taalgebruik** van Compaen wordt op dit moment als **begrijpelijk** ervaren en huurders hebben de voorkeur voor **duidelijke**, maar **informele** manier van **communicatie**. De gouden tips vanuit de huurders komen met name neer op het duidelijk en transparant communiceren over veranderingen richting huurders.

7. Conclusie en aanbevelingen

Blijf huurders in zoveel mogelijk communicatie betrekken bij veranderingen binnen de woning, de wijk of de organisatie Compaen.

Onderzoek mogelijkheden voor het ontwikkelen van een app: één platform om alles omtrent de woning te kunnen regelen.

Analyseer of er behoefte is om voor de oudere doelgroep (55+) een ander communicatiemiddel aan te houden, gezien het eventuele ontbreken van een PC of internetverbinding.

Tijdens een vervolgmeting is het interessant om vergelijkbare vragen te stellen, zodat de verbeteringen binnen de communicatie zichtbaar worden ten opzichte van de voorgaande meting.

Colofon

Markteffect B.V.

Schimmelt 46

5611 ZX

Eindhoven

www.markteffect.nl

Disclaimer ©

Dit rapport is gemaakt door Markteffect B.V., exclusief ten behoeve van gebruik door de opdrachtgever(s). Dit rapport is incompleet zonder te refereren aan, en zal alleen in samenloop worden gezien 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.



Marijke van der Aar

Onderzoeksspecialist

T 040 239 22 90

E m.vanderaar@markteffect.nl



Hans de Jong

Client Consultant Markteffect

T +31 6 28 56 99 23

E h.dejong@markteffect.nl