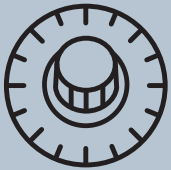


Huurders aan de knoppen



Huurdersbetrokkenheid bij beleid: Klantenraad Woonstad



NIVEAU	Kwaliteit van de participatie
COMPLEX	Toegankelijk Laagdrempelig
WIJK	Afspiegeling Boven eigen belang Concluderend
STAD	Alle perspectieven Boven eigen belang Kwaliteit

Klantenraad Woonstad

De Klantenraad is kritische gesprekspartner voor het bestuur van Woonstad Rotterdam over strategie en beleidsthema's op bedrijfsniveau. Dit naast de andere vaste en tijdelijke participatievormen op wijk- en complexniveau. We streven naar afspiegeling. Leden worden op persoonlijke titel geworven en gekozen door een externe selectiecommissie. Binnenkort wordt de vertegenwoordiging van huurders versterkt door bewonersconsultaties (soms toetsend, soms consulterend).

Deelnemers

- Maximaal 13, nu 11 (inclusief ingehuurde voorzitter en notulist).
- Huurders, kopers en ondernemers.
- Mix: man, vrouw, jong, oud, hoog- en laagopgeleid.

Inzet in geld en tijd

- Raadslid: 15 tot 20 uur per maand, 12 keer per jaar formeel overleg en inzet in werkgroepen naar keuze.
- Corporatie: wisselende inzet van (beleids)medewerkers en bestuurder, jaarbegroting 100.000 euro (inclusief in huur).

Essentie vorm

- Zelfstandig en onafhankelijk.
- Nieuwe stijl: kwaliteit (werving), vroeg betrekken, samen onderweg, gedeelde verantwoordelijkheid.
- Werkgroepen van gemandateerde raadsleden en medewerkers van Woonstad bereiden onderwerpen voor voordat ze in de Klantenraad worden besproken.
- In de geest van de wet. Binnenkort binnen de grenzen van de wet wat betreft huurdersvertegenwoordiging.

Doelen (gehele participatiemodel Woonstad)

- Verbeteren kwaliteit van de participatie.
- Meer bewoners betrekken.
- Meer verschillende bewoners betrekken.
- Verbeteren samenwerking huurders, kopers en ondernemers met Woonstad.

Resultaten

- Prettige samenwerking, op basis van vertrouwen.
- Goed tegengeluid (vanuit alle perspectieven, over het eigen belang heen).
- Beter beleid door deskundige inbreng.
- Zichtbare beïnvloeding beleid, aanpak en uitvoering.
- Voorbeelden zijn betere communicatie, met huurders, meer aandacht voor grote woningen voor grote gezinnen, focus op slechte energielabels.
- Geen invloed op huurverhoging.

"We schrijven geen adviezen. Formeel advies zit aan de achterkant van een proces, dan ben je lastig en dat is frustrerend. Aan het begin is er juist samenwerking. Door vroeg betrokken te zijn, heb je al invloed."

Top redenen waarom de klantenraad doel bereikt:

Vorm- en instrumentkeuzes

1. Maximaal dertien leden: effectieve samenwerking.
2. We streven naar afspiegeling vanuit complex/wijk/stad: zetels zijn toegewezen aan specifieke klantgroepen (afspiegeling op basis van leeftijd, herkomst uit wijken en achtergrond). Diversiteit in culturele achtergrond is lastig.
3. Solliciteren staat voor iedereen open, op basis van interesse en talent. We stellen wel eisen aan competenties met het oog op deskundigheid.
4. Geen menging op wijkniveau, organisaties als bewonerscommissies hebben het recht op participatie in de wijk.
5. Geen formele adviezen, wel co-creatie. Door vroeg betrokken te zijn, kan je vooraf meedenken. Vaak heb je dan al invloed en hoeft er geen adviestraject te volgen. Daardoor sta je minder stil bij wat bereikt isen wie de eigenaar is.
6. Een enquête onder 3000 huurders leidde tot een pool van nieuwe mensen die eens per kwartaal willen meepraten.

Aanpak en houding

1. Een participatieteam heeft in co-creatie met klanten en medewerkers de nieuwe aanpak voorbereid: niet onderhandelen maar samenwerken.
2. Er wordt niet gestemd in de vergadering, maar overlegd tot er overeenstemming is.
3. De corporatie moet zich inspannen om 'samen op weg' te zijn, kwaliteit leveren, ruimte scheppen voor invloed, scenario's mee laten bepalen en niet alleen maar laten toetsen.
4. Externe hulp met inhoudelijke kennis bevordert samenwerking en professionalisering. Raadsleden kunnen hun eigen talenten en inhoudelijke thema's inzetten.
5. Bepaal de eigen agenda, behandel niet te veel tegelijk.
6. Bepaal onderwerpen op basis van belang en (verwachte) invloed.
7. Groepsvorming en een werkwijze vinden kost tijd. De groep moet elkaar begrijpen en verstaan.
8. Ga eerst twee dagen de hei op en niet meteen vergaderen.

Toekomst

Om binnen de grenzen van de wet te opereren, wordt de Klantenraad een stichting en consulteert zij (als extra taak) klanten (achterban) bij ieder thema. Verder richt de raad zich de komende tijd op resultaatgericht werken. Ook gaat de raad meer werken aan haar identiteit en bekendheid, onder meer met een logo en website. De focus van de raad in 2016 is: 'Leefbare stad, betaalbaar wonen en spannende participatie'.

Auteurs: Sophie Pauwels, Ina Wernsen (Início)