

Zicht op de toeloop

Succesvol gebruik
van het wijkcentrum
Doornakkers-Eindhoven



Freek de Meere
(Verwey-Jonker Instituut)

Hamid Dardour
Ron Jeuriëns
Ellis Kluijt
(Woonbedrijf)

Zicht op de toeloop

Succesvol gebruik van het wijkcentrum Doornakkers Eindhoven

Verslag sturen op resultaat

Freek de Meere (Verwey-Jonker Instituut)
Hamid Dardour, Ron Jeuriën en Ellis Kluijt (Woonbedrijf)

Mei 2011

Voorwoord

De wijk Doornakkers in Tongelre is compleet aan het veranderen. Een nieuwe woonwijk wordt toegevoegd, de bestaande woonwijk krijgt een 'extreme make-over' en er wordt volop geïnvesteerd in nieuwe voorzieningen. Doornakkers krijgt daarmee een vriendelijker, frisser en duurzamer gezicht.

Het nieuwe centrum van de wijk wordt een steeds belangrijkere plek. Een plek die een sterk sociale functie heeft en de nieuwe verbinding vormt tussen Doornakkers en het nieuwe Tongelresche Akkers (Berckelbosch). Bewoners van beide wijken komen elkaar hier tegen, ze gaan er hun boodschappen doen, ze sporten er en hun kinderen gaan er naar de kinderopvang of naar school. Een buurt is niet gemaakt van steen. Een buurt is gemaakt van mensen. Van verbindingen tussen mensen, van historie, van familiebanden, van verschillende culturen, van sociale interactie. Om van dit nieuwe centrum een succes te maken is het nodig om goed te luisteren naar de mensen die het centrum nu, en in de toekomst gebruiken.

Woonbedrijf, Hurks vastgoedontwikkeling en het Verwey-Jonker Instituut zijn daarom in 2006 al gestart met een zogenaamde 'proeftuin'; een nieuwe aanpak die uitging van het goed luisteren naar de toekomstige gebruikers. Nog voordat er één lijn werd geschetst! Er werd in de buurt gesproken met de bewoners. Enerzijds om sociale verbanden in kaart te brengen, anderzijds om te peilen wat men van het nieuwe centrum verwachtte en waar behoeftes lagen. Ook werd ingezet op het aangaan van nieuwe allianties in de wijk. En we keken naar de interne organisatie van Woonbedrijf: wat is er te leren uit deze proeftuin over onze eigen werkwijzen en methodes? Waar kunnen we verbeteren en veranderen? Hoe kunnen we deze gebiedsgerichte werkwijze verankeren in onze eigen organisatie? En is er wellicht ook iets te zeggen over het maatschappelijk rendement van onze inzet?

Dit document is het verslag van onze zoektocht en verwoordt de conclusies en aanbevelingen uit dit proces.

Concreet is Woonbedrijf inmiddels eigenaar van het complete gebouw dat bekend staat als 'de toeloop': een multifunctioneel gebouw met daarin een basisschool, kinderopvang, peuterspeelzaal, consultatiebureau, een sportzaal, een bewonersontmoetingsruimte (BOR), een jongerenruimte en een bewonerssteunpunt. Kortom, een gebouw dat gericht is op ontmoeting, ontplooiing en ontspan-

ning. Geen stapel stenen, maar een gebiedsgerichte vertaling van gestapelde verwachtingen en behoeftes van de mensen in Doornakkers. Een gebouw waarin het iedere week drukker wordt. En daar zijn we trots op!

Koj Koning

Districtsmanager Tongelre Woonbedrijf



Inhoud

Voorwoord	3
Samenvatting	7
1 Inleiding	9
2 Aanpak en methodiek	13
3 Bewonersonderzoek	15
4 Samenwerkende partijen in de toeloop	19
5 Beschikbare informatie Woonbedrijf	21
6 Meerwaarde de toeloop	25
6.1 Kosten	25
6.2 Baten	26
6.3 Overzicht kosten en baten de toeloop	29
6.4 Conclusie	30
7 Conclusies	33
Literatuur	37
Bijlagen:	
1 Kompasgegevens	39
2 Missie Woonbedrijf	45
3 Eindrapport Market Wing	47

Samenvatting

De toeloop is een wijkcentrum in het stadsdeel Tongelre in Eindhoven. Het gebouw is geopend in 2009 en verbindt een krachtwijk en een nieuwbouwwijk in ontwikkeling. In december 2004 maakte Woonbedrijf een plan van aanpak voor de toeloop. Daarin werd een succesvol gebruik centraal gesteld. Deze nadruk past in de doelstellingen van Woonbedrijf. Het beleid is gericht op een goede woning in een goede buurt. In deze rapportage willen we inzicht geven in hoe de toeloop in het eerste jaar gebruikt werd en welke meerwaarde dit heeft gegeven voor de samenwerkende partijen in het gebouw, wijkbewoners en Woonbedrijf.

We zijn gestart vanuit de aanbevelingen van het Praktijkboek Maatschappelijk Rendement. Daarin wordt de opgave procesmatig benaderd met tips als ‘ga gewoon aan de slag’, ‘zie het als een leerproces’ en ‘begin klein en bouw het uit’. Van de zes methoden kozen we de ‘slim meten’ variant: aan de hand van betrouwbare, maar makkelijk meetbare indicatoren, kunnen maatschappelijke effecten van een investering in cijfers worden uitgedrukt. We brengen in deze rapportage tussentijds verslag uit na één keer te hebben gemeten. We hebben deze aanpak aangevuld met elementen van wat ondertussen een indicatieve kosten-batenanalyse wordt genoemd. Omdat elke mogelijke indicator op zichzelf discussie op kan roepen, hebben we ons niet beperkt tot alleen een marktonderzoek of alleen gegevens over verhuur. De essentie van het werk lag in het tegelijkertijd verzamelen en combineren van informatie uit verschillende bronnen.

Het onderzoek maakt duidelijk dat de toeloop al in het eerste jaar goed bekend is in beide wijken. Het heeft ook een goede uitstraling. Mensen uit beide wijken maken gebruik van de voorzieningen. Met gerichte activiteiten kan het gebruik verbeterd worden. Het gaat dan zowel om aandacht voor het uitdragen van de huidige activiteiten als om het scheppen van nieuw aanbod dat beter aansluit op de behoeften van bewoners. Bewoners hebben ook suggesties gedaan om de (uitstraling van) het gebouw verder te verbeteren.

We zagen verder dat het peuterwerk, kinderopvang en basisonderwijs en de gebruikers al in het eerste jaar synergie realiseren. De overige voorzieningen hebben daarmee een voorbeeld om zich aan op te trekken. In de proeftuin is voorzien dat samenwerking niet vanzelf zou gaan. Daarom is ervoor gekozen om voor vijf jaar een sociaal manager aan te stellen. Ook is het goed geweest in de (bespreking van de) huurcontracten de beoogde samenwerking tussen de partijen op te nemen. In de komende tijd zal de sociaal manager aan de verbetering van het aanbod, de communicatie en de samenwerking verder vorm geven.

Op basis van vijf indicatoren hebben we geconstateerd dat het woonaanbod in Doornakkers in 2009 sterker is verbeterd dan binnen Woonbedrijf als geheel en enkele controlewijken. Het verbeterde woonaanbod schrijven we toe aan de combinatie van de komst van de toeloop met de algehele investeringen in het centrumgebied en mogelijk de activiteiten in het kader van de krachtwijken.

De kosten van Woonbedrijf voor de toeloop bedragen de eerste vijf jaar jaarlijks ruim € 100.000,-, daarna jaarlijks € 30.000,-. Woonbedrijf vergroot met de toeloop de WOZ-waarde van de eigen woningen met € 330.000,- en daarmee haar bedrijfswaarde met circa € 170.000,-. Huurders krijgen een betere woonkwaliteit door de extra voorzieningen in de buurt. Omwonenden met een eigen huis ondervinden het meeste voordeel. Deze bedragen zijn berekend aan de hand van berede-
neerde inschattingen. Het is belangrijk hierover in discussie te gaan. Het denken in termen van (maatschappelijke) kosten en baten kan nog verder worden doorgezet.

Een precieze normering voor 'succesvol gebruik' ontbreekt in de literatuur. De essentie van wat we gedaan hebben, ligt in het verzamelen van informatie uit verschillende bronnen. Uit die informatie komt het beeld naar voren dat de toeloop een positief verschil weet te maken voor Doornakkers en Tongelresche Akkers (Berckelbosch). Na een tweede meting in 2012 durven we dat hopelijk nog stelliger te zeggen. De norm wordt dan, dat we op alle indicatoren een hogere score verwachten door de extra inspanningen die zijn gepleegd.

1 Inleiding

De toeloop

De toeloop is een wijkcentrum in het stadsdeel Tongelre in Eindhoven. Het ligt op het scharnierpunt van Doornakkers en Tongelresche Akkers (Berckelbosch). Het gebouw verbindt een krachtwijk en een nieuwbouwwijk in ontwikkeling. De toeloop is door Hurks vastgoedontwikkeling en Woonbedrijf ontwikkeld. Woonbedrijf is nu eigenaar van het gebouw dat door Mecanoo architecten is ontworpen. De toeloop bestaat uit 25 huurappartementen en een groot aantal voorzieningen (zie kader).

Huidige voorzieningen de toeloop

Basisschool
Peuterspeelzaal
Kinderdagverblijf
Consultatiebureau
Bewonerssteunpunt
Sportzaal
Bewonersontmoetingsruimte
Jongeren centrum

De wijk Doornakkers heeft in het rijksbeleid ruime aandacht gekregen door lage scores op sociaal-economische indicatoren. In 1997 kreeg Doornakkers de status 'Impulswijk' binnen het Grotestedenbeleid. In 2006 werd Doornakkers geselecteerd in het kader van het rijksinitiatief 'Sociale Herovering' en vervolgens werd het door toenmalig minister Vogelaar aangewezen tot krachtwijk.

Doornakkers is voor Woonbedrijf echter vooral een wijk met een goede basis en met volop woningen die bereikbaar zijn voor bewoners met een krappe beurs. Een wijk waar 'de kinderen van nu, straks ook weer willen en kunnen wonen'. Woonbedrijf zet in deze wijk in op het behoud van haar voor-

raad betaalbare huurwoningen en investeert daarom vooral in het toevoegen van voorzieningen. Een goed functionerend wijkcentrum hoort daarbij en is vooral van waarde voor haar huurders.



De extreme

MAKE-OVER VAN DOORNAKKERS

Naam
DOORNAKKERS
Bouwjaar
1980-1981
Ons bezit
1200 WONINGEN
Bewoners
25% ETHNISCH
VEELTIPNIS (60%)
VEEL JONGE
Toekomstig
900 EXTRA WONEENWONINGEN
Food
SNACKBAR JAY
Drinks
THEE SUI SUI
Gossip
BUURTINWISSEL
DOORNAKKERS
Kids
SPEELDUN ST. JOZEF
Senior
55+ WARTER
Mool
ST. CALIXTUS E.O.
Celeb
WOONWAGENBOED PET PPAFF

Doornakkers. Een wijk met een lechte gemeenschap, een sterk verenigd gevoel en veel familiebanden. De 'Tingelbuis'-naamroep, maar ook de woonwagenvamilies die hun wagen inslikken voor een woning en de laatste jaren ook steeds meer de Turban families. De woningen zijn verspreid en hebben lage buren. De wijk is zeer verouderd. Toch is het gezicht van Doornakkers in vijftig jaar significant maar weinig veranderd.

Er is ook fysieke kwaliteit. Groen, helder en met groen. Een mooie basis voor een extreme make-over. Sportvelden en woonwagenvoertuigen veranderden in een nieuw woonwijk, de 'Tingelbuis' Alkars met 1000 duizend koopwoningen in jaren 80-90. Het gezicht van de nieuweren en de bestaande wijk is zeer veranderd. Op het scherpste punt van beide zijden komt een nieuw

centrum. Harko levert er een nieuw winkelcentrum. Ook komt er een multifunctioneel sportgebouw waarvan WOONBEDRIJF heeft eigenaars in. De 80 betaalbare seniorenwoningen die wij naast het winkelcentrum bouwen hebben plaats aan senioren. Voor de senioren die wat meer zorg wensen is er de uitbreiding van het woonwagencentrum Tingelbuis. In dit album op detailschetsen zijn de wijk. Met recht een extreme make-over!

Sociaal investeren in Doornakkers is hard nodig. De woningen in de buurt hebben niet een groot deel de 'vorderen' van de markt: goedkope, relatief kleine woningen, maar wel met een goede verhouding.

Waardecreatie is in deze wijk gelijk aan voorzieningen bouwen!
Dat verdient de houdbaarheidsdatum MEER DAN HET AANPASSEN VAN WONINGEN.

THOMAS NL

Proeftuin

De toeloop is door Woonbedrijf aangewezen als een zogenaamde proeftuin. In december 2004 maakte Woonbedrijf een plan van aanpak, gericht op het succesvol *gebruik* van de toeloop. Succesvol gebruik werd veel belangrijker bevonden dan alleen het neerzetten van een mooi gebouw. Deze nadruk past in de doelstellingen van Woonbedrijf. Wonen is een breder begrip dan het leveren van een woning. Klanten kiezen niet voor alleen een huis, maar voor een manier van leven, in een buurt die bij hen past. Het beleid is dus gericht op een goede woning in een goede buurt, 'buurtbeleving' noemt Woonbedrijf dat.

Bewoners hebben vanaf het allereerste begin van het proces in een klankbordgroep meegepraat om tot een goede invulling van de toeloop te komen. Bewoners werden daarnaast via een huis-aan-huisenquête en door diverse activiteiten al vóór de oplevering warm gemaakt voor de komst van de toeloop. Medewerkers van Woonbedrijf hebben zelf deur aan deur bewonerswensen en -meningen gepeild om zo dicht bij de wijk en haar bewoners te staan. Ook was het in de proeftuin van belang dat medewerkers een ander en breder netwerk in de wijk opbouwden en goede relaties met deze nieuwe stakeholders onderhielden. Uit deze activiteiten zijn een film over Doornakkers en de zogenaamde krachtwijk 'biedingen' voortgekomen; een set van 19 projecten die pasten in de krachtwijkenaanpak voor de wijk. Door het voorwerk vanuit de proeftuin was de kennis van wat er speelt in de wijk aanzienlijk toegenomen, zodat Woonbedrijf de krachtwijkenaanpak in Doornakkers voortvarend kon inzetten.

Al voor de oplevering van de toeloop lag er een plan voor het sociaal beheer van het gebouw. In nauwe samenwerking met de gemeente Eindhoven wordt nu verder gewerkt aan de exploitatie en

het gebruik van het gebouw, waarbij beide partijen eigen én gezamenlijke verantwoordelijkheden hebben. De samenwerking is inmiddels nog veel verder geëvolueerd tot een daadwerkelijk 'alliantie-model', waarin Woonbedrijf en de gemeente samen sturing geven aan de wijkaanpak.

Om de toeloop meer te laten zijn dan de som der delen, hebben Woonbedrijf en de gemeente samen een sociaal manager in dienst genomen. Daarnaast delen beide partijen samen de kosten van een gastheer/vrouw die is aangesteld om bezoekers welkom te heten bij binnenkomst en wegwijs te maken. Beide functionarissen hebben een dienstverband bij Woonbedrijf. Het gezamenlijk gebruik en samenwerking door huurders van de toeloop werd en wordt als belangrijke basis gezien. Dat sloot naadloos aan op de SPIL- gedachte van de gemeente Eindhoven. De afkorting SPIL staat voor SPelen, Integreren, Leren. SPIL is een alomvattend concept voor peuterwerk, kinderopvang, basisonderwijs en jeugdgezondheidszorg. SPIL stelt kinderen in staat zich veilig en goed te ontwikkelen en voorziet in ondersteuning en begeleiding van zowel kinderen als ouders. Maar het gaat hier om meer partijen dan alleen de SPIL-partners. Ook het jongerencentrum, de sporthal en de buurtontmoetingsruimte haakten aan in dit concept. Het facilitair beheer in de toeloop is in handen van de vb&t Groep. Sportbedrijf de Karpen verzorgt de exploitatie van de sportfaciliteiten.



Sturen op resultaat

Met de ambitie een goed functionerende toeloop neer te zetten, heeft Woonbedrijf er ook voor gekozen gegevens bij te houden over dat functioneren. De gegevens zijn van nut voor de vraag hoe de investeringen zich verhouden tot de baten. Is het voor huurders van Woonbedrijf van waarde om een dergelijke voorziening in hun buurt te hebben? In dit rapport doen we verslag van deze activiteiten. Hieronder zetten we uiteen hoe we informatie verzameld hebben. Vervolgens benoemen we de belangrijkste bevindingen en sluiten we af met conclusies en aanbevelingen. De tekst wordt waar nodig ondersteund met bijlagen waar in de tekst naar verwezen wordt.

Het geheel is een samenwerking van diverse medewerkers van Woonbedrijf en Freek de Meere van het Verwey-Jonker Instituut. Projectleider was Ellis Kluijt, coördinator gebiedsontwikkeling

district Tongelre. Hamid Dardour en Ron Jeurriens hebben achtereenvolgens vanuit klantonderzoek en de afdeling Controlling een bijdrage geleverd. Freek de Meere heeft vanaf de start de projectleider ondersteund en dit verslag geschreven. Opdrachtgever is de districtsmanager van Tongelre, Koj Koning. Voor vragen zijn beschikbaar: Ellis Kluijt van Woonbedrijf of Freek de Meere van het Verwey Jonker Instituut.

2 *Aanpak en methodiek*

Woonbedrijf wilde inzichtelijk maken hoe de toeloop gebruikt wordt en welke meerwaarde dit heeft voor de samenwerkende partijen in het gebouw, wijkbewoners en Woonbedrijf. Onderdeel van de proeftuin was ook om de relatie tussen kosten en opbrengsten voor Woonbedrijf te onderzoeken. Startpunt vormden de aanbevelingen van de SEV (Stuurgroep Experimenten Volkshuisvesting) in het Praktijkboek Maatschappelijk Rendement.¹ Daarin wordt de opgave procesmatig benaderd met tips als ‘ga gewoon aan de slag’, ‘zie het als een leerproces’ en ‘begin klein en bouw het uit’. Van de zes methoden die de SEV onderscheidt, was de ‘slim meten’ variant de meest relevante. Aan de hand van betrouwbare maar makkelijk meetbare indicatoren kunnen daarmee maatschappelijke effecten van een investering in cijfers worden uitgedrukt: is er inderdaad een maatschappelijk effect zichtbaar? Hoe ontwikkelen de effecten zich in de loop der jaren?²

1 SEV (2007). *Praktijkboek Maatschappelijk Rendement*. Rotterdam.

2 Een van de andere methoden is de effectenkaart (tegenwoordig effectenarena). Een dergelijke benadering is voor ons hier te beperkt: het gaat niet alleen om het benoemen van potentiële effecten, het gaat er tevens om eenvoudige indicatoren te benoemen en deze te monitoren.



De methode 'Slim meten' bestaat uit verschillende stappen. Er dienen doelstellingen geformuleerd te worden, waarbij dan indicatoren worden gekozen. Deze indicatoren dienen gemeten te worden. Vervolgens moet van het geheel een monitor worden gemaakt. Deze monitor moet minstens tweemaal gebruikt worden waarna een rapportage volgt waarin de uitkomsten besproken worden. We brengen in deze rapportage tussentijds verslag uit na één keer te hebben gemeten. We hebben deze aanpak aangevuld met wat ondertussen een indicatieve kosten-batenanalyse wordt genoemd. We komen hier in hoofdstuk 6 op terug.

Omdat elke mogelijke indicator op zichzelf discussie op kan roepen, hebben we ons niet beperkt tot alleen een marktonderzoek of alleen gegevens over verhuur. De essentie van het werk lag in het tegelijkertijd verzamelen en combineren van informatie uit verschillende bronnen. Allereerst hielden we een bewonersonderzoek. Dit onderzoek vanuit Woonbedrijf staat elke twee jaar gepland. Daarnaast organiseerden we een panel waarin huurders van de toeloop hun ervaringen deelden. Ook dit panel wordt in principe tweejaarlijks gehouden. Ten derde werden en worden bestaande informatiebronnen binnen Woonbedrijf gebruikt (deze komen samen in KOMPAS en MONITOR). We bespreken hieronder de resultaten per wijze van verzamelen van de gegevens.

De indicatoren die we gebruikt hebben benoemen we in het vervolg per manier waarop we de gegevens verzameld hebben. We starten elke keer met de essentie van wat we in het hoofdstuk gaan doen. We sluiten steeds kort af met de betekenis van de gevonden resultaten. Daarbij kunnen we helaas nog niet een eerste meting met een tweede vergelijken. Daarom zoeken we naar duiding in beschikbare literatuur. We beschrijven hieronder de hoofdlijnen, in de bijlagen zijn meer details te vinden.

3 *Bewonersonderzoek*

We wilden weten in hoeverre de toeloop bekend is bij bewoners, welke uitstraling de toeloop heeft, welke bekendheid de specifieke voorzieningen binnen de toeloop hebben en hoe tevreden men over het aanbod is. In feite gaat het om standaard marktonderzoek dat geïnterpreteerd wordt vanuit de vraag naar hoe succesvol het gebruik van de toeloop is. Hoe hoger de naamsbekendheid en hoe beter de uitstraling van de toeloop, hoe hoger de kans dat mensen überhaupt de toeloop zullen bezoeken. Hoe groter de bekendheid van de specifieke voorzieningen en hoe meer tevreden men over het aanbod is, des te succesvoller beschouwen we de toeloop. De toeloop heeft géén doelstellingen als 'de participatie verhogen' of 'zorgen dat kinderen meer bewegen'. Uiteraard zijn er tal van activiteiten in de toeloop die hieraan bijdragen, maar dit zijn veelal de doelstellingen van andere partijen.

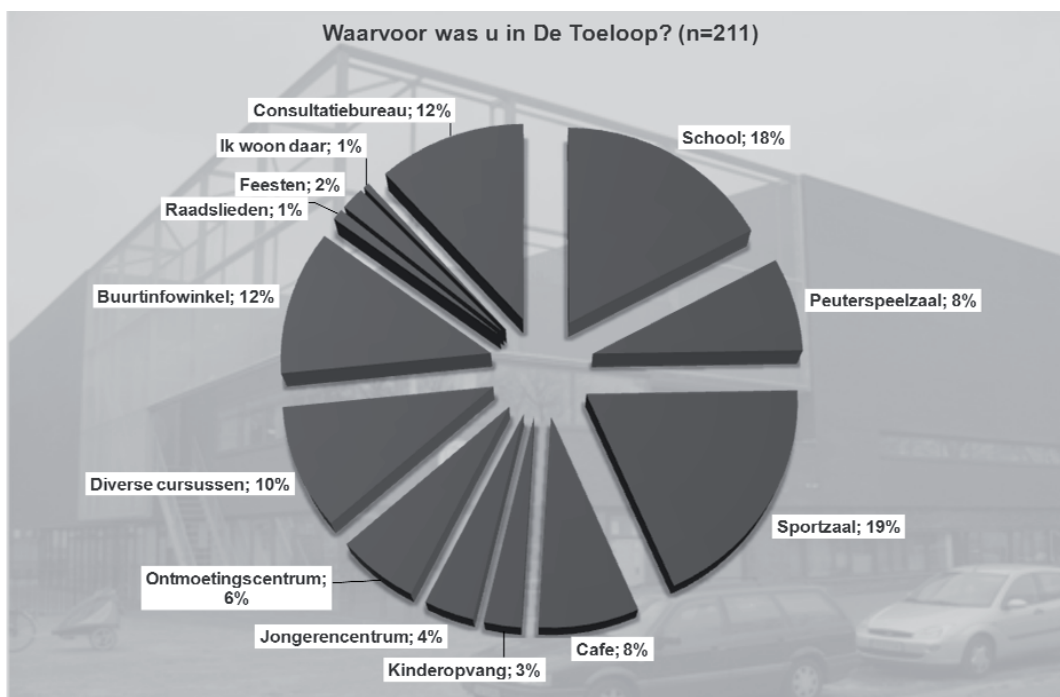
Het bewonersonderzoek werd uitgevoerd door Centrum voor Woononderzoek (voorheen MarketWing) in de periode januari - maart 2010. Er zijn 664 straatinterviews afgenomen onder wijkbewoners en passanten. In bijlage 3 is het volledige rapport opgenomen. De kwalificaties 'goed' in zinnen als 'De naamsbekendheid van de toeloop is goed' komen vanuit de ervaringen van het bureau.



Foto: Centrum voor Woononderzoek

De naamsbekendheid van de toeloop is goed te noemen: 64% van de respondenten kent het gebouw en ook onder bewoners van de buitenranden van de wijk is dat nog steeds 63%. Mensen staan ook positief ten opzichte van de toeloop. Ze geven een 7,5 voor de uitstraling van het gebouw. Ze vinden het over het algemeen een verbetering voor de buurt. Wel vond ten tijde van het onderzoek een grote groep mensen het geheel nog niet af. Ze gaven vele aanwijzingen om de toeloop vooral van binnen te verbeteren (zie bijlage 3).

De bekendheid van de specifieke voorzieningen is vooral hoog als het gaat om schoolse activiteiten: 85% van degenen die het gebouw kennen kent de basisschool, 75% de peuterspeelzaal en 68% de kinderopvang. Ten tijde van het onderzoek maakten veel mensen gebruik van één soort dienst. Het gaat dan vooral om de schoolse activiteiten en sportactiviteiten. In onderstaande figuur is te zien waar mensen de toeloop voor gebruiken.



Een grote groep mensen gaf aan dat ze bij een ander aanbod naar de toeloop zou komen. De conclusie was dat er vooral gewerkt moest worden aan de bekendheid van buurtactiviteiten in de toeloop en de aard en bekendheid van het activiteitenaanbod.

Voor Woonbedrijf is het belangrijk dat er door mensen uit beide wijken gebruik wordt gemaakt van de voorzieningen. Het zou niet goed zijn als de toeloop functioneert of gezien wordt als het buurtcentrum van alleen Doornakkers of alleen Tongelresche Akkers (Berckelbosch). In onderstaande figuur is te zien hoe de bekendheid en gebruik van de toeloop varieert. Het is duidelijk dat het gebruik door mensen uit de nieuwbouwwijk Tongelresche Akkers hoger is dan anderen, maar de bekendheid gemiddeld iets lager. Er is duidelijk sprake van een voorziening voor beide wijken.

Gemiddelden	Ring om De toeloop	Nieuwbouwwijk De toeloop	Buitenste ring	Buiten de wijk
Spontane bekendheid diensten (aantal genoemd)	4,5	4,3	2,7	3,2
Geholpen bekendheid diensten (aantal genoemd)	7,3	7,0	6,3	4,8
Aantal verschillende dien- sten waarvoor De Toeloop is bezoekt	1,5	1,7	1,3	1,2

Bovenstaande positieve cijfers krijgen extra kleur als men beseft dat de mensen werden bevroegd in het eerste jaar van het bestaan van de toeloop. Het onderzoek maakt duidelijk dat de toeloop al goed bekend is in beide wijken, maar dat met gerichte activiteiten het gebruik verbeterd kan worden. Het gaat dan zowel om aandacht voor het uitdragen van de activiteiten als het scheppen van nieuw aanbod. Daarnaast gaven bewoners suggesties om de (uitstraling van) het gebouw verder te verbeteren. Hiermee zien we de relevantie van de doelstelling van Woonbedrijf om succesvol gebruik centraal te stellen. De resultaten wijzen op de nodige extra inspanningen in de komende jaren, zoals voorzien. Woonbedrijf heeft een periode van vijf jaar genomen om de sociale programmering en de inzet van de vrijwilligers goed neer te zetten.

De gegevens zijn in hun precisie niet eenvoudig te vergelijken met andere studies. Wel wordt in een recente SEV-rapportage³ op basis van vier verschillend ingestoken multifunctionele dienstencentra gesteld, dat deze in alle gevallen onvoldoende vragers en doelgroepen zelf betrekken bij het programmeren van het dienstenaanbod: "Meer onderzoek naar waar de mensen eigenlijk behoefte aan hebben, en dus ook bereid zijn om voor te betalen, is een must voor de toekomst. Want zo zwaar leunen op gemeente (Wmo) of zorggelden (AWBZ) of corporatie (onrendabele verhuur), dat kan niet goed blijven gaan." We komen hier in de conclusies op terug.

3 SEV (2010). *Multifunctionele dienstencentra: Hoe ze functioneren*. Rotterdam.

4 *Samenwerkende partijen in de toeloop*

Op 1 april 2009 is de toeloop in gebruik genomen. In november 2009 brak de tijd aan om onder de samenwerkende partners in de toeloop te peilen hoe zij het gebouw ervaren en wat als meerwaarde werd gezien van het gezamenlijk gebruik. Gezien het recente gebruik hadden we behoefte aan een eerste inventarisatie en hebben we niet alle mogelijke kanten van de exploitatie van de toeloop tegen het licht gehouden, zoals bijvoorbeeld gebeurd in een zogenaamde *MFA-audit*.⁴ Daar wordt heel specifiek gekeken naar de vraag of er een ideeënbus is, of de receptiemedewerkers op de hoogte van het aanbod zijn, en dergelijke.

Negen personen namen deel aan de bijeenkomst namens de volgende organisaties.

Naam organisatie	
Buurtinformatiewinkel	
De inloop	Sport-en ontmoetingscentrum
Korein kinderplein	Kinderopvang
SKPO Boschakker	Basischool
Sportbedrijf de Karpen	Sportzaal
Welzijn Eindhoven	Jongerencentrum
Zuid Zorg	Consultatiebureau

Het onderzoek is uitgevoerd door Centrum voor Woononderzoek (voorheen MarketWing zie bijlage 3). De belangrijkste conclusies vatten we hieronder samen.

Vooraf basisschool BoschAkker, Korein kinderplein en Peuterplaza zien de toegevoegde waarde van het concept de toeloop. Doordat zij nu letterlijk onder één dak werken, zijn de onderlinge communicatielijnen kort en bovendien kunnen ze klanten een totaalpakket bieden. Ook zien de deelnemers veel mogelijkheden om gezamenlijke activiteiten te organiseren. Ook de klanten van deze organisaties zien de meerwaarde van het multifunctionele gebouw. Een klant kan nu een

4 Hospitality Consultants en De Wijkplaats (2010). *Pré-audit BaLaDe, Waalwijk*. Amersfoort.

bezoek aan het consultatiebureau combineren met het ophalen van de kinderen, of in één moeite door een kind naar school en een ander kind naar het kinderdagverblijf brengen.

De andere organisaties, bijvoorbeeld de horeca en het gemeentelijk sportbedrijf, vertonen weinig tot geen samenhang met de overige gebruikers; zij staan op zichzelf. De partijen hebben slechts hier en daar met elkaar te maken op operationeel gebied. Ze gebruiken hetzelfde gebouw en lopen bijvoorbeeld tegen dezelfde problemen aan, maar daarbuiten zoeken deze partijen elkaar niet of nauwelijks op. Op sommige punten ‘concurreren’ ze zelfs met elkaar. Een voorbeeld is het gratis kopje koffie van het bewonerssteunpunt dat omzet wegneemt bij de horecaondernemer in ‘de inloop’. Ook komt het wel eens voor dat de organisaties last hebben van elkaar. Vanwege jongeren-overlast sluit bijvoorbeeld de ene organisatie de centrale deur af, waardoor bezoekers van een andere organisatie het gebouw minder gemakkelijk in kunnen.

Zoals gesteld, worden in de toeloop gezamenlijk gebruik en samenwerking tussen de gebruikers van het gebouw als belangrijk gezien. Dit was tijdens het gehele ontwikkelingsproces ook steeds het uitgangspunt. De praktijk bleek echter weerbarstiger: op het vlak van de schoolse activiteiten is de toeloop inderdaad meer dan de som der delen, maar bij de overige organisaties is daar veel minder sprake van. Een half jaar na de opening constateerden we dat er in de praktijk (nog) te weinig vanuit het concept van de toeloop gedacht en gehandeld werd. Tegelijkertijd bleek bij de terugkoppeling dat er wel mogelijkheden liggen en dat er behoefte was aan kruisbestuiving. De organisaties gaven ook aan behoefte te hebben aan inzicht in ieders individuele activiteiten, om zo aan te kunnen sluiten of om hun klanten op de hoogte te brengen.

We zien dat het concept van de toeloop nog niet op volle toeren draait. De sociaal manager heeft ook vijf jaar de tijd gekregen om te komen tot een werkend concept. Ook zitten de bestuurders/ondertekenaars en projectleiders/bedenkers van het concept niet meer aan tafel, maar de ‘werkers’ vanuit de deelnemende partijen. Niet bij iedereen was de conceptgedachte achter de toeloop doorgedrongen. Dagelijkse problemen doen dan al snel afbreuk aan het vasthouden aan de ooit uitgezette lijn. De sociaal manager moet de trekkende rol vervullen om het oorspronkelijke concept te bewaken en nieuwe energie te geven. De resultaten geven tegelijkertijd aan dat de keuze van Woonbedrijf om in de proeftuin een succesvol functionerende toeloop te willen, belangrijk is. De SPIL-gedachte die vanuit de gemeente is gepromoot, werkt in principe goed in de toeloop. Juist op het peuterwerk, kinderopvang en basisonderwijs realiseren de gebruikers de meerwaarde. De overige voorzieningen hebben daarbij een voorbeeld om zich aan op te trekken. In de proeftuin is voorzien dat dit niet vanzelf zou gaan. Ook is het goed geweest om in de (bespreking van de) huurcontracten de beoogde samenwerking tussen de partijen op te nemen. De visitatiecommissie wijkenaanpak benoemde daarnaast een extra opgave: de verbinding maken met de wereld van werk en inkomen.⁵

5 Visitatiecommissie Wijkenaanpak (juni 2010). *Eindrapportage visitatie wijkenaanpak Eindhoven*.

5 Beschikbare informatie Woonbedrijf

Woonbedrijf wil in Doornakkers met de toeloop haar aanbod aan huurders verbeteren. We zochten naar indicatoren die een beeld geven van de aantrekkelijkheid van een woning in Doornakkers. Vervolgens is het de vraag - als de aantrekkelijkheid inderdaad gestegen is - of deze verbetering wordt veroorzaakt door de bouw en opening van de toeloop.

Professor Wim Derksen, toen Chief Scientist van het ministerie van VROM, waarschuwt voor een dergelijke exercitie: *'Juist door de complexiteit en meervoudigheid van de problemen is effectmeting in het wijkenbeleid geen sinecure. Het is nu eenmaal bekend dat het moeilijker is om conclusies te trekken uit onderzoek naarmate er meer variabelen zijn. En de wijken én het wijkenbeleid staan bol van variabelen.'*⁶

Ook dienden we er rekening mee te houden dat Doornakkers een krachtwijk is, waardoor er vele initiatieven in de wijk georganiseerd worden. Een eventuele stijging van bijvoorbeeld een buurtoordeel kan daarmee het gevolg zijn van de ingebruikname van de toeloop, maar ook van krachtwijkactiviteiten.

Toch doen we hieronder een poging om te kijken of het woonaanbod verbeterd is en of dat is toe te rekenen aan de bouw en ingebruikname van de toeloop. Om een trend of trendbreuk te zien, maakten we een vergelijking tussen 2009 en de jaren daarvoor (2006-2008). We hebben de volgende gegevens gebruikt:

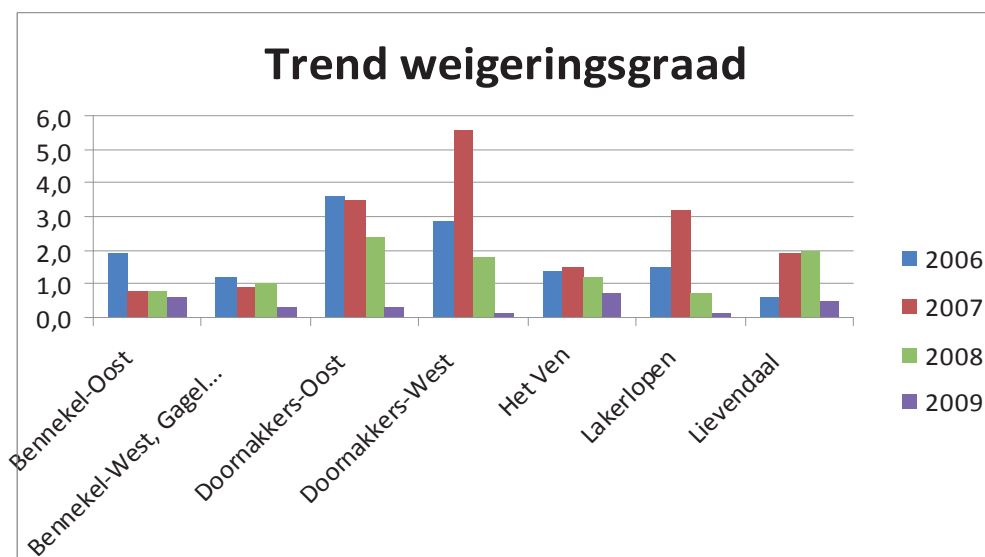
- Gemiddelde inschrijftijd bij het accepteren van een woning. Hoe hoger de gemiddelde inschrijftijd bij het accepteren van een woning, des te aantrekkelijker beschouwen we het woonaanbod.
- De weigeringsgraad. Hoe hoger de weigeringsgraad, des te minder aantrekkelijk beschouwen we het woonaanbod.
- Het gemiddeld aantal reacties op een vrijgekomen woning. Hoe hoger het gemiddelde aantal reacties op een vrijgekomen woning, des te aantrekkelijker beschouwen we het woonaanbod.
- De WOZ-waarde van de woningen. Hoe hoger de WOZ-waarde van de woningen wordt ingeschat, des te aantrekkelijker beschouwen we het woonaanbod.
- Verhuringsgraad. Hoe hoger de verhuringsgraad, des te aantrekkelijker beschouwen we het woonaanbod.

6 WWI/VROM (2010). *Lessen uit de wijkenaanpak; door de ogen van wetenschappers*. Den Haag.

Voor de interpretatie was in 2009, behalve de opening van de toeloop, zijn een aantal andere zaken van belang.

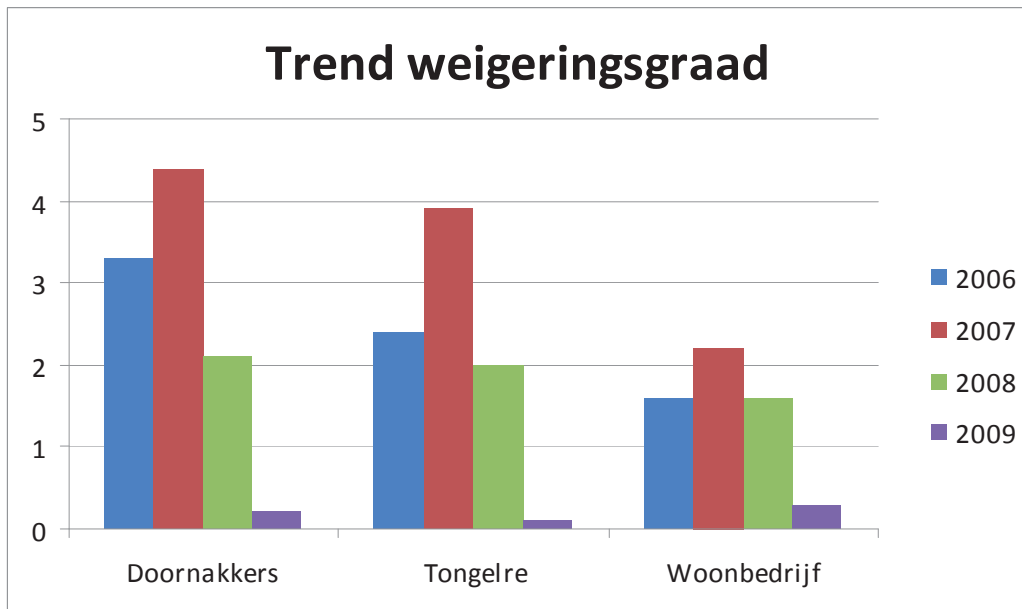
1. De economische crisis. Juist op de markt voor goedkopere woningen kan de druk toenemen. Deze factor proberen we uit te zuiveren door Doornakkers te vergelijken met andere wijken met een goedkoop huuraanbod. Ook vergelijken we Doornakkers met heel district Tongelre en Woonbedrijf als geheel. We verwachten in dit onderzoek dat Doornakkers het constant beter zou moeten doen in de vergelijking.
2. Een toenemend vertrouwen in de aantrekkelijkheid van het gebied, maar niet alleen door de toeloop. De geplande bouw van de nieuwe aanpalende wijk Tongelresche Akkers (Berckelbosch), de geplande betaalbare seniorenwoningen (Het Podium) en de geplande bouw van winkels in hetzelfde gebied, kunnen al invloed hebben op de aantrekkelijkheid van Doornakkers. Op deze mogelijke toekomstverwachting kunnen we niet controleren.
3. Andere ingrepen in de wijk hebben effect, zoals de aanwezigheid van een buurtbeheerder en de verschillende krachtwijkactiviteiten. Hier kunnen we niet voor controleren.

We hebben voor alle indicatoren allereerst een vergelijking gemaakt tussen Doornakkers en enkele andere wijken. We illustreren de resultaten aan de hand van de weigeringsgraad. Het betreft het aantal weigeringen van huurders in die wijk per aangeboden woning. In bijlage 1 staan de tabellen van de overige indicatoren. Hieronder staat de tabel betreffende de veranderingen in de weigeringsgraad.



We zien dat de weigeringsgraad overal daalt in de periode 2006-2009, maar in Doornakkers (en Lakerlopen) veel sterker dan in de overige wijken. We vergeleken ook Doornakkers ten opzichte van Tongelre en Woonbedrijf als geheel. We zien dat Doornakkers in 2006 en 2007 een hogere weige-

ringsgraad kende dan district Tongelre en Woonbedrijf als geheel. In 2009 waren Tongelre en Doornakkers bijgetrokken en werd de weigeringsgraad zelfs lager dan bij Woonbedrijf als geheel.



Kunnen we dit interpreteren als uitkomst van een aantrekkelijker woonaanbod in Doornakkers? Daarvoor dienen we ook naar de andere indicatoren te kijken. Op de overige indicatoren is het algemene beeld ook positief. Er zijn slechts enkele uitzonderingen, zoals bij het aantal reacties op woningen in 2009. Over het totaal gezien is het woonaanbod in Doornakkers in 2009 echter sterker verbeterd dan Woonbedrijf als geheel en de genoemde controlewijken. Dit reflecteert een relatief beter woonaanbod in Doornakkers.

Met deze resultaten gaan we ervan uit dat het woonaanbod is verbeterd door een combinatie van de toeloop, de algehele investeringen in het centrumgebied en mogelijke activiteiten vanwege de krachtwijken. De precieze individuele bijdrage van de toeloop is moeilijk in kaart te brengen, maar de toeloop doet ertoe. Een extra aanwijzing hiervoor is de overweging dat in het algemeen de meerwaarde van functiemenging - zoals in de toeloop gebeurt - beperkt is, maar onder specifieke voorwaarden wel aanwezig. Functiemenging draagt alleen bij aan het totaaloordeel van mensen over een wijk in woongebieden met hoge dichtheden, bij kleinschalige voorzieningen en in een beperkte straal rond de voorzieningen.⁷ Deze voorwaarden zijn in Doornakkers aanwezig.

7 VROM (2004). *Leefbaarheid van wijken*. Den Haag.

6 *Meerwaarde de toeloop*

Hieronder brengen we de kosten en baten van de toeloop voor Woonbedrijf in beeld, een aantal maatschappelijke baten en de verdeling daarvan over verschillende actoren. Door een gebrek aan gegevens en kengetallen kan vooralsnog geen complete maatschappelijke kosten-batenanalyse worden uitgevoerd. Door de onmogelijkheid om op het sociale domein alle data en effecten zeker te weten, is het belangrijk met elkaar van gedachten te wisselen over de verschillende aannames. Het proces om de gegevens boven tafel te krijgen en te bespreken is belangrijk, net als in een indicatieve maatschappelijke kosten-batenanalyse.⁸

Hieronder bespreken we allereerst de kosten van de toeloop voor Woonbedrijf en de bekende kosten zoals die door de gemeente zijn gemaakt. We vergelijken deze kosten met de kosten van Woonbedrijf voor het normale wijkgerichte werken en met de kosten van de krachtwijkenaanpak. Vervolgens benoemen we de effecten van de toeloop voor zover deze zijn te relateren aan euro's. We maken hierbij gebruik van kengetallen uit de literatuur, maar zullen ook zien dat deze (nog) niet altijd beschikbaar zijn. Vervolgens zetten we de kosten en baten voor Woonbedrijf naast elkaar en kijken we bij welke verschillende partijen de baten terecht komen. Tot slot kijken we naar de betekenis van de cijfers voor Woonbedrijf.

6.1 *Kosten*

We berekenen hieronder de kosten van de toeloop voor Woonbedrijf. Daarnaast maken we gebruik van onze kennis over de kosten van de gemeente voor de toeloop. We kijken hierbij niet naar de bedrijfsvoering van de verschillende organisaties die hun intrek in de toeloop hebben genomen.

Kosten Woonbedrijf succesvol functionerende toeloop

Vastgoedgerelateerde financiële resultaten	€ 4.224
Personeelskosten	€ 70.706
Out of pocket kosten	€ 28.200
Totaal	€ 103.130

8 Ministerie van BZK (2011). *Werken aan maatschappelijk rendement. Een handreiking voor opdrachtgevers van MKBA's in het sociale domein*. Den Haag.

Kosten gemeente succesvol functionerende toeloop

Personeelskosten	€ 30.000
Bijdrage toeloop	€ 50.000
Totaal	€ 80.000

De personeelskosten worden na vijf jaar minder omdat wordt verondersteld dat vrijwilligers na vijf jaar een deel van het werk van de sociaal manager overnemen. Bedragen zijn per jaar niveau 2009. Om een duiding te geven van deze kosten, vergelijken we ze met de kosten die Woonbedrijf maakt voor haar reguliere activiteiten in Doornakkers als wijk. Het gaat niet over planmatig onderhoud of klantcontacten, maar om wijkactiviteiten in het district. Ook vergelijken we de kosten van de activiteiten in het kader van krachtwijk Doornakkers.

A. Reguliere activiteiten Doornakkers

Personeelskosten	€ 120.711
Out of pocket kosten	€ 29.700
Totaal	€ 150.411

B. Krachtwijkactiviteiten

Personeelskosten	€ 186.500
Out of pocket kosten	€ 230.000
Totaal	€ 416.500

De jaarlijkse kosten van de toeloop zijn voor Woonbedrijf tweederde in vergelijking met de reguliere kosten van Woonbedrijf voor Doornakkers als wijk. De kosten van de investeringen in de krachtwijk zijn een factor 4 hoger.

6.2 *Baten*

De potentiële effecten van een goed functionerende toeloop zijn op basis van de literatuur (zie hieronder) op vier manieren aan euro's te relateren:

- a. Betere woonkwaliteit. Het gaat hier om betere voorzieningen in de buurt.
- b. Meer actieve vrijwilligers.
- c. Efficiencyvoordelen voor de huurders van de toeloop/verbeterde dienstverlening.
- d. Efficiëntere bedrijfsvoering Woonbedrijf; door meer gewilde woningen zijn er minder opzeggingen en weigeringen en daardoor minder mutatiekosten.

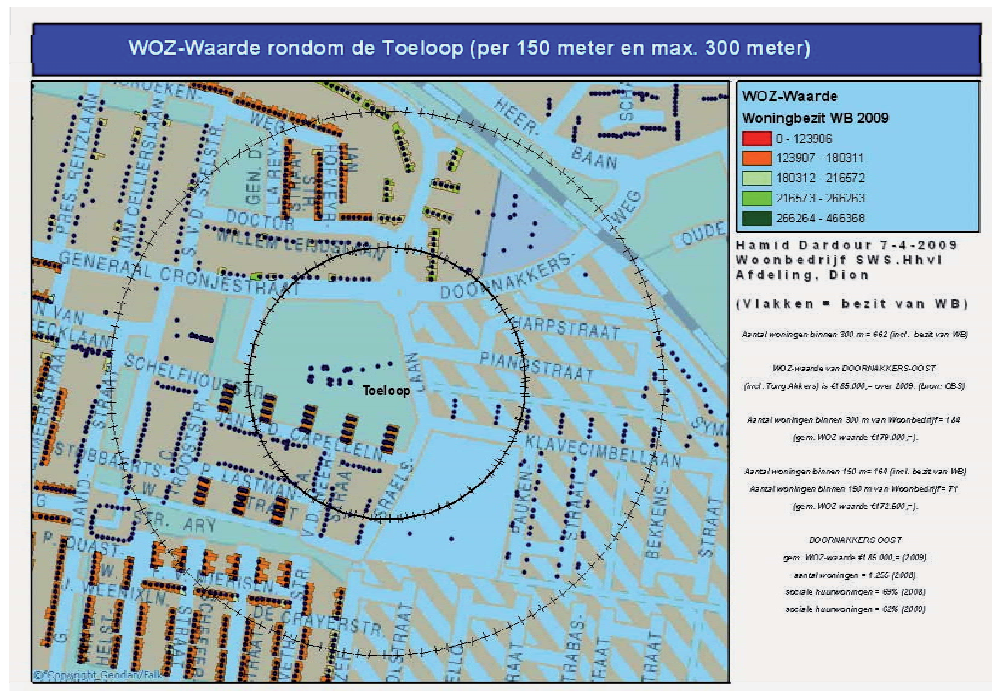
We verwachten geen effecten van een succesvol functionerende toeloop op veiligheid, gezondheid, reistijden en op de inhoud van het onderwijs. Per effect kijken we naar wat de baten zouden kunnen zijn.

A. Verbetering woonkwaliteit

In de studie *Stedelijke vernieuwing: Kosten en baten*⁹ is een inventarisatie gemaakt van de literatuur over de relatie tussen omgevingskenmerken en de waarde van een woning. Hier is de conclusie getrokken dat de uitstralingseffecten in een straal van 150 meter op kunnen treden en dat de waardestijging van de verbetering van de omgevingskwaliteiten tussen de 4 en 10 procent ligt. De aanleg van nieuwe gebouwen en grijze investeringen in de openbare ruimte in het kader van de stedelijke vernieuwing leiden tot een waardestijging van ongeveer 6 procent.

De investeringen in de toeloop zullen - zo schatten wij - op zichzelf de 6 procent waardestijging niet kunnen halen. Het is immers een beperkte verbetering. We schatten hier het effect van de toeloop conservatief in op 1% waardestijging. De verdere ontwikkeling van het gebied - het winkelcentrum - zal ook zijn effecten hebben. De invloed van de nieuwe toeloop met al zijn voorzieningen heeft waarschijnlijk wél een effect dat verder reikt dan de eerste 150 meter (zie ook het bewonersonderzoek). We gaan daarom wederom conservatief uit van een straal van 300 meter, hoewel we weten dat ook mensen buiten die straal dagelijks gebruikmaken van de verbeterde voorzieningen. Bij deze 'conservatieve' uitgangspunten zal een gemeten effect eerder hoger dan lager zijn.

Hieronder worden de aantallen woningen en gemiddelde WOZ-waarden benoemd en berekend. We maken een onderscheid naar Woonbedrijf woningen en overige. We hebben gerekend met de gemiddelde WOZ-waarde van de Woonbedrijf woningen in Doornakkers in 2009. Zie de bijgevoegde afbeelding.



9 SEO (2006). *Stedelijke vernieuwing: Kosten en baten*. Amsterdam: SEO Economisch Onderzoek.

	Straal 150 meter	Straal 300 meter	Doornakkers Oost
Aantal woningen	164	662	1255
Aantal woningen Woonbedrijf	71	184	
Gemiddelde WOZ-Waarde	€ 172.500	€ 179.000	€ 185.000
Waardestijging 1% totaal	€ 282.900	€ 1.184.980	
Waardestijging 1% woningen Woonbedrijf	€ 122.475	€ 329.360	

Op basis van bovenstaande aannamen komt de waarde van de verbetering van de woonkwaliteit door het aanbod van een goed functionerende toeloop inclusief zijn uitstraling uit op € 1.185.000,-. Voor Woonbedrijf gaat het om € 329.000,-.

B. Werkgelegenheidseffecten

Het is de bedoeling dat de toeloop mensen aanzet tot meer vrijwilligerswerk. Het is hier de vraag of we daar euro's aan kunnen koppelen. De economische waarde van vrijwilligerswerk kan op drie manieren berekend worden. De *vervangingswaarde* is wat de organisatie zou moeten betalen als de vrijwilligers beroepskrachten zouden zijn. De *investeringswaarde* is wat de vrijwilliger had kunnen verdienen als hij zijn eigen betaald werk verricht had. Bij de *marktwaarde* gaat het erom hoeveel de klant bereid zou zijn te betalen. Als deze drie methoden worden losgelaten op het vrijwilligerswerk voor de Zonnebloem in Nederland, komt het uurloon op 5 euro per uur.¹⁰ We sluiten hierbij aan.

In een succesvol functionerende toeloop wordt verondersteld dat straks meerdere mensen tezamen 1 fte aan vrijwilligerswerk doen. Dat is een baat van 2000 uur maal € 5 = € 10.000,- per jaar.

C. Efficiencyvoordelen

Hier kunnen we aansluiten op de MKBA Brede School van Berenschot.¹¹ Juist het onderdeel schaalvoordelen wordt wel benoemd, maar niet met euro's ingevuld (PM). Op dit moment kunnen we daar geen eigen cijfers tegenover stellen. We zien in de huidige praktijk nog geen zodanige synergie tussen de verschillende huurders, dat we posten zouden kunnen benoemen als minder marketing - de klanten komen vanzelf langs! - of minder kosten aan beheer. Het betreft bovendien de opstartfase, waardoor ook aanloopkosten worden gemaakt. In een volgende versie van deze analyse kunnen we hier waarschijnlijk wel een uitspraak over doen.

D. Bedrijfsvoering Woonbedrijf

Bij een goed functionerende toeloop is het woonaanbod van Woonbedrijf in Doornakkers beter. Daarmee kan bijvoorbeeld het aantal weigeringen van aangeboden woningen omlaag gaan. Dit zou kunnen leiden tot een kleinere tijdsinvestering van klantbeheer in het verhuurproces. Ook zou een beter imago van Woonbedrijf kunnen leiden tot een soepeler omgang met medewerkers. We willen

¹⁰ Meijs, L.C.P.M. & Roza, L. (2009). *Economische waarde van het vrijwilligerswerk door de Zonnebloem*. Den Haag: Zonnebloem.

¹¹ Berenschot (2007). *Maatschappelijke Kosten baten analyse brede school*. Utrecht: Berenschot.

dergelijke effecten eerst echt zien voor we ze in de conclusies mee kunnen nemen. Zo bleek in het marktonderzoek (paragraaf 3) de spontane bekendheid van Woonbedrijf als eigenaar van de toeloop bijna 25%. Dit percentage kan omhoog. Ook op deze post boeken we dus geen euro's in.

Samengevat komen we op de volgende baten:

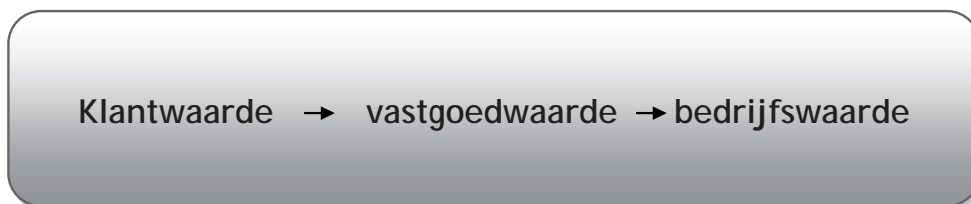
€1.185.000	Stijging waarde woningen
€10.000	Per jaar na 5 jaar waarde vrijwilligerswerk
PM	Efficiencyvoordelen aanbieders diensten in de toeloop
PM	Efficiencyvoordelen bedrijfsvoering Woonbedrijf

6.3 *Overzicht kosten en baten de toeloop*

Het gaat hier allereerst om de kosten en baten van een succesvol functionerende toeloop voor Woonbedrijf.

Kosten	€ 103.130 per jaar voor de eerste 5 jaar
	€ 82.500 per jaar voor de jaren erna
Baten	€ 330.000 stijging waarde woningen
	PM Efficiencyvoordelen bedrijfsvoering Woonbedrijf

Woonbedrijf wil waarde creëren op het vlak van wonen. In haar missie staat dit uitgewerkt (zie bijlage 2). Waardecreatie wordt daarin beschouwd als het maatschappelijke rendement van Woonbedrijf en is haar bijdrage aan de samenleving. Woonbedrijf ziet deze waardecreatie als het gevolg van haar activiteiten in het primaire proces: het werken aan goed wonen in goede en prettige buurten. In haar visie is het vooral belangrijk te onderzoeken wat de toeloop aan meerwaarde creëert voor klanten. Daarna is de waardecreatie voor het vastgoed van belang en als laatste voor het bedrijf, de bedrijfswaarde. Schematisch:



De baten zijn vooral te vinden in een aantrekkelijkere woonomgeving, die we berekend hebben als een kleine 1,2 miljoen euro. De aantrekkelijkere woonomgeving komt tot uiting in een stijging van de WOZ-waarde. Deze stijging slaat voor circa € 330.000,- bij Woonbedrijf neer. De stijging van de WOZ-waarde is een directe indicator voor de stijging van de vastgoedwaarde. De stijging van de WOZ-waarde met € 330.000,- leidt in de systematiek van Woonbedrijf, waarbij de huurprijs is gekoppeld aan de WOZ-waarde, bovendien tot een toename van de huurpotentie met ruim € 9.000,- per jaar voor alle woningen samen. De toegenomen huurpotentie leidt vervolgens tot een

toename van de bedrijfswaarde met circa € 150.000,-.

Vervolgens kunnen we kijken naar de partijen waar alle genoemde kosten en baten terecht komen. We gaan er voor de berekening van uit dat de toegenomen WOZ-waarde niet wordt doorberekend in de huren, omdat het huidige huurders betreft. De baten van de gemeente zijn niet uitgewerkt.

Kosten en baten de toeloop de eerste 5 jaar

	Kosten	Baten
Woonbedrijf	€ 103.130 jaarlijks	€ 330.000 Waardestijging vastgoed
Gemeente	€ 80.000 jaarlijks	-
Huurders de toeloop	PM	PM
Huurders Woonbedrijf	-	Toegenomen woongenot
Eigen woningbezitters		Toegenomen woongenot € 855.000 waardestijging vastgoed

Woonbedrijf en de gemeente dragen samen de kosten. Woonbedrijf vergroot met de toeloop de WOZ-waarde van haar woningen en daarmee haar bedrijfswaarde. Huurders krijgen een betere woonkwaliteit door de extra voorzieningen in de buurt. Omwonenden met een eigen huis hebben echter het grootste voordeel. Het toegenomen woongenot leidt tot € 855.000,- aan waardestijging van het vastgoed, zonder dat deze buurtbewoners zelf kosten maken.

6.4 Conclusie

De kosten van Woonbedrijf voor de toeloop bedragen de eerste vijf jaar jaarlijks ruim €100.000,-, daarna jaarlijks € 30.000,-. Ter vergelijking: de kosten van de krachtwijkenaanpak in Doornakkers bedragen voor Woonbedrijf meer dan €400.000,-. Woonbedrijf vergroot met de toeloop de WOZ-waarde van de woningen en daarmee haar bedrijfswaarde met circa 150.000,- euro. Omwonenden met een eigen huis hebben het meeste voordeel, tezamen 855.000,- euro, zonder dat deze buurtbewoners zelf kosten maken. Huidige huurders krijgen een betere woonkwaliteit door de extra voorzieningen in de buurt, ook zonder kosten te maken.

De analyse gaat niet alleen om bovenstaande precieze bedragen. Het gaat vooral om de soort overwegingen die met een dergelijke analyse op de agenda staan. We noemen er vier.

- Alleen al het uitzoeken van de vastgoedgerelateerde financiële resultaten leverde nieuwe inzichten op: de toeloop is 'rendabeler' dan eerder gedacht en heeft in potentie de mogelijkheid om nog meer maatschappelijke opbrengst te genereren. Dit is van belang voor andere investeringen op het sociale terrein.
- Nog niet alle mogelijkheden zijn binnen de toeloop benut om meerwaarde te creëren. Het gaat dan om potentiële schaalvoordelen van de huurders en een betere bedrijfsvoering voor Woonbedrijf.
- Het is voor de meerwaarde van de toeloop van belang dat er meer actieve vrijwilligers komen.

- Er zijn nog vele vragen te stellen vanuit het denken in termen van (maatschappelijke) kosten-batenanalyses. Zo kan Woonbedrijf explicieter naar verschillende alternatieven kijken om het woonaanbod te verbeteren. Bijvoorbeeld door de renovatie te vergelijken met het investeren in een beter voorzieningenaanbod. Ook kan de analyse verder worden aangevuld.

7 *Conclusies*

De toeloop is voor Woonbedrijf een proeftuin. Woonbedrijf wil dat de toeloop succesvol *gebruikt* wordt door inwoners van Doornakkers en het nieuwe Tongelresche Akkers (Berckelbosch). Het onderzoek maakt duidelijk dat de toeloop al in het eerste jaar goed bekend is in beide wijken en een goede uitstraling heeft. Mensen uit beide wijken maken gebruik van de voorzieningen. Met gerichte activiteiten kan het gebruik verbeterd worden. Het gaat dan zowel om aandacht voor het uitdragen van de activiteiten als het scheppen van nieuw aanbod. Daarnaast deden bewoners suggesties om de (uitstraling van) het gebouw nog verder te verbeteren.

Samenwerkende partijen

We zagen dat het peuterwerk, de kinderopvang en het basisonderwijs al in het eerste jaar synergie realiseren. De overige voorzieningen hebben een voorbeeld om zich aan op te trekken. De visitatie-commissie wijkanaanpak benoemde een nieuwe opgave: een betere verbinding maken met de wereld van werk en inkomen. In de proeftuin is voorzien dat het 'aan de praat krijgen' van de toeloop allemaal niet vanzelf zou gaan. Daarom is gekozen voor een sociaal manager voor een periode van vijf jaar. Ook is het goed geweest in de (bespreking van de) huurcontracten de beoogde samenwerking tussen de partijen op te nemen.



Woonaanbod

Op basis van vijf indicatoren hebben we geconstateerd dat het woonaanbod in Doornakkers in 2009 sterker is verbeterd ten opzichte van Woonbedrijf als geheel en enkele controlewijken. Het verbeterde woonaanbod schrijven we toe aan de combinatie van de komst van de toeloop met de algehele investeringen in het centrumgebied en mogelijk de activiteiten in het kader van de krachtwijken.

Rendement

De kosten van Woonbedrijf voor de toeloop bedragen de eerste vijf jaar jaarlijks ruim € 100.000,- daarna jaarlijks € 30.000,-. Woonbedrijf vergroot met de toeloop de WOZ-waarde van de woningen en daarmee haar bedrijfswaarde met circa € 170.000,-. Huurders krijgen een betere woonkwaliteit door de extra voorzieningen in de buurt. Omwonenden met een eigen huis ondervinden het meeste voordeel. Het denken in termen van (maatschappelijke) kosten en baten kan nog verder worden doorgezet.

Benchmark

Als we deze resultaten vergelijken met de genoemde SEV-rapportage *Multifunctionele dienstencentra: Hoe ze functioneren*, dan staat de toeloop er na het eerste jaar niet slecht voor. De conclusie in het rapport is dat er drie belangrijke kernwaarden zijn voor goed beheer van een multifunctionele accommodatie. Het gaat om een verzorgd gebouw met uitstraling, constante aandacht voor programmering en maximaal gebruik, en een netwerk met mensen uit de wijk, gebruikersorganisaties en stakeholders. Hiermee zijn we terug bij de proeftuin van Woonbedrijf waar al deze kenmerken al in 2005 benoemd waren. Hier zien we de relevantie van de doelstelling van Woonbedrijf: 'een succesvol gebruik centraal stellen'. Ondanks dat het gebouw een goede start heeft weten te maken, vragen deze resultaten nog om de nodige extra inspanningen. Allereerst gaven de bevindingen aanleiding om het functioneren van de toeloop te verbeteren en daarnaast werden extra inspanningen voor de proeftuin geformuleerd. We geven ze hieronder weer.

Functioneren de toeloop

Het onderzoek onder huurders, buurtbewoners, samenwerkende partijen in de toeloop en gebruikers van de toeloop bood voldoende aanknopingspunten om het gebruik van de toeloop te verbeteren. Dit is primair de verantwoordelijkheid van de sociaal manager.

1. Voor de sociaal manager is het noodzakelijk te beschikken over sturingsinformatie. Dit is in eerste instantie de bezettingsgraad, zowel kwantitatief als kwalitatief. Een systeem wordt in samenwerking met de afdeling ICT van Woonbedrijf opgezet. Een dergelijk systeem biedt het benodigde inzicht en vergemakkelijkt het organiseren van boekingen van activiteiten.
2. Het maandelijks gebruikeroverleg tussen huurders van de toeloop wordt actiever benut voor onderlinge kruisbestuiving. De toeloop als concept wordt daar constant uitgedragen. Dit geldt ook voor de komst van nieuwe samenwerkende partijen binnen de toeloop. Praktisch gezien: samenwerkende partijen in de toeloop moeten goed van elkaars activiteiten op de hoogte zijn. De toeloop moet als concept niet alleen door de sociaal manager, maar ook door Woonbedrijf, de gemeente Eindhoven en alle samenwerkende partijen tot in de haarvaten van de organisaties worden beleefd en uitgedragen. Alle hebben immers bij de start de samenwerking aan elkaar

- beloofd. Die gezamenlijke verantwoordelijkheid kan worden onderschreven door het gebruikers-overleg om te dopen tot Toeloop Management Team (TMT).
3. Voor de in- en externe communicatie binnen de toeloop wordt een plan gemaakt. Dit bevat activiteiten en middelen als een eigen website in de lucht brengen, het gebruik van het tv-scherm in de hal en de buitenzijde van het gebouw, een verbeterde bewegwijzering en de inzet van bijvoorbeeld www.Doornakkers.tv, nieuwe media en wijkbladen. Maar ook zal de verbinding met de wijk beter moeten worden vormgegeven in het tweede jaar. Persoonlijk netwerken en mond tot mond reclame bewerkstelligen zijn immers mensenwerk.
 4. Het bleek van belang goed te luisteren naar de mensen die géén gebruikmaken van de voorzieningen om nieuwe activiteiten te kunnen opzetten en een aantrekkelijk aanbod te hebben voor buurtinitiatieven. Een grote groep mensen geeft bij het bewonersonderzoek aan dat ze bij een ander soort aanbod wel naar de toeloop zouden komen. De sociaal manager zal hiervoor een plan maken en daartoe buiten de toeloop informatie verzamelen en in gesprek gaat met de (potentiële) gebruikers van de toeloop.
 5. Omdat het uitgangspunt is dat na vijf jaar de professionele ondersteuning van de toeloop via de sociaal manager en de gastheer wordt overgenomen door vrijwilligers, wordt nu scherper gestuurd op het binden van vrijwilligers aan de toeloop en het gestaag laten groeien van de vrijwilligersgroep. Hiervoor is een vrijwilligersbeleid nodig.

Proeftuin

In de proeftuin wordt het gebruik van de toeloop gevolgd. In het vervolg zal dat op drie manieren worden verbeterd.

1. De analyse van de meerwaarde van de toeloop voor Woonbedrijf heeft nieuwe inzichten opgeleverd. Niet alle mogelijke vragen zijn beantwoord, te denken valt aan een vergelijking van investeringen in de voorzieningen in de buurt met andere maatregelen om het woonaanbod van Woonbedrijf te verbeteren. De wijze waarop Woonbedrijf haar meerwaarde formuleert, verdient aandacht en discussie/uitwisseling met andere woningcorporaties.
2. Het is moeilijk een norm aan te geven wanneer Woonbedrijf tevreden kan zijn over het functioneren van de toeloop. Er is geen landelijke benchmark beschikbaar. Hierdoor zijn we aangewezen op onze eigen benchmark. Bij een volgende meting verwachten we een stijging ten opzichte van de huidige scores.
3. Voor de volgende meting dienen we naast verschillen met de eerste meting, te beschikken over extra informatiebronnen. Het gaat dan om de bezettingsgraad, het aantal actieve vrijwilligers, informatie uit gesprekken met huurders die in de wijk komen wonen en uit de wijk vertrekken, de efficiencyvoordelen voor meewerkende partijen in de toeloop en efficiencyvoordelen voor Woonbedrijf.

Tot slot

Met deze rapportage wilden we inzichtelijk maken hoe de toeloop gebruikt wordt en welke meerwaarde dit geeft voor de samenwerkende partijen in het gebouw, wijkbewoners en Woonbedrijf. Ook wilden we de relatie tussen kosten en opbrengsten bezien. Onze aanpak betrof het zogenaamde 'slim meten': aan de hand van betrouwbare, maar gemakkelijk meetbare indicatoren kunnen

effecten van een investering in cijfers uitgedrukt worden. Wanneer is het gebruik succesvol? Aan de ene kant wilden we niet te hoogdravende doelen onderzoeken, zoals de toeloop leidt tot meer vrijwilligerswerk in de wijk of meer sociale cohesie. Anderzijds wilden we niet te dicht zitten op de activiteiten in de toeloop: hoeveel Sinterklazen lopen er tegelijk in het gebouw? De essentie ligt in het verzamelen van informatie uit verschillende bronnen. Uit alle informatie komt het beeld naar voren dat de toeloop een positief verschil weet te maken voor Doornakkers en Tongelresche Akkers (Berckelbosch). Na een tweede positieve meting in 2012 durven we dat nog stelliger te zeggen.

Literatuur

- Berenschot (2007). *Maatschappelijke Kosten baten analyse brede school*. Utrecht: Berenschot.
- Hospitality Consultants en De Wijkplaats (december 2010). *Pré-audit BaLaDe, Waalwijk*. Amersfoort.
- Meijs, L.C.P.M. & Roza, L. (2009). *Economische waarde van het vrijwilligerswerk door de Zonnebloem*. Den Haag: Zonnebloem.
- Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (2011). *Werken aan maatschappelijk rendement. Een handreiking voor opdrachtgevers van MKBA's in het sociale domein*. Den Haag.
- SEO (2006). *Stedelijke vernieuwing: Kosten en baten*. Amsterdam: SEO Economisch Onderzoek.
- SEV (2007). *Praktijkboek Maatschappelijk Rendement*. Rotterdam.
- SEV (november2010) *Multifunctionele dienstencentra: Hoe ze functioneren*. Rotterdam.
- Visitatiecommissie Wijkanaanpak (juni 2010). *Eindrapportage visitatie wijkanaanpak Eindhoven*.
- VROM (2004). *Leefbaarheid van wijken*. Den Haag.
- WWI/VROM (2010). *Lessen uit de wijkanaanpak; door de ogen van wetenschappers*. Den Haag.

Bijlage 1 Kompasgegevens

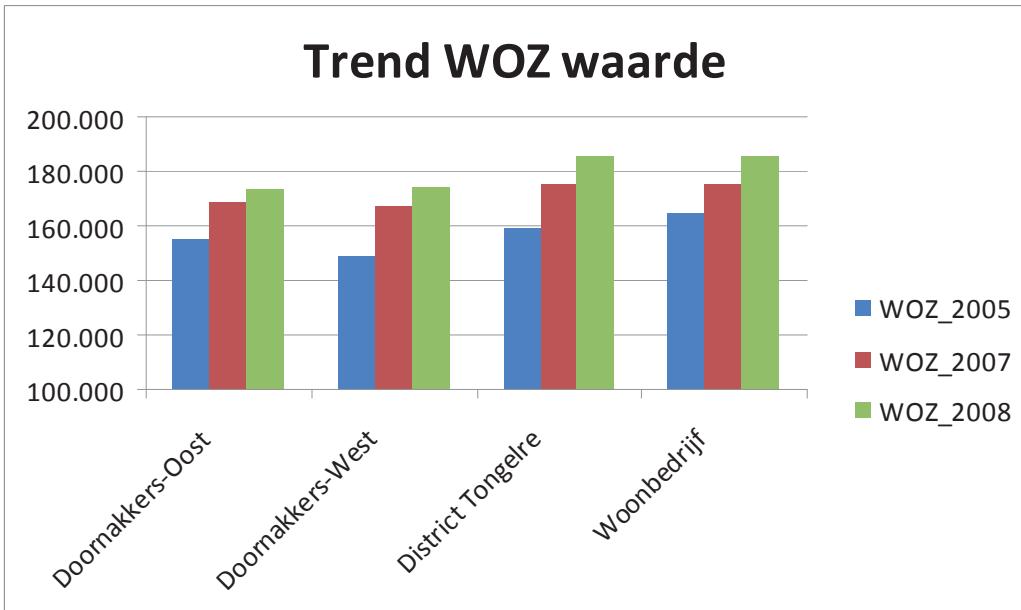
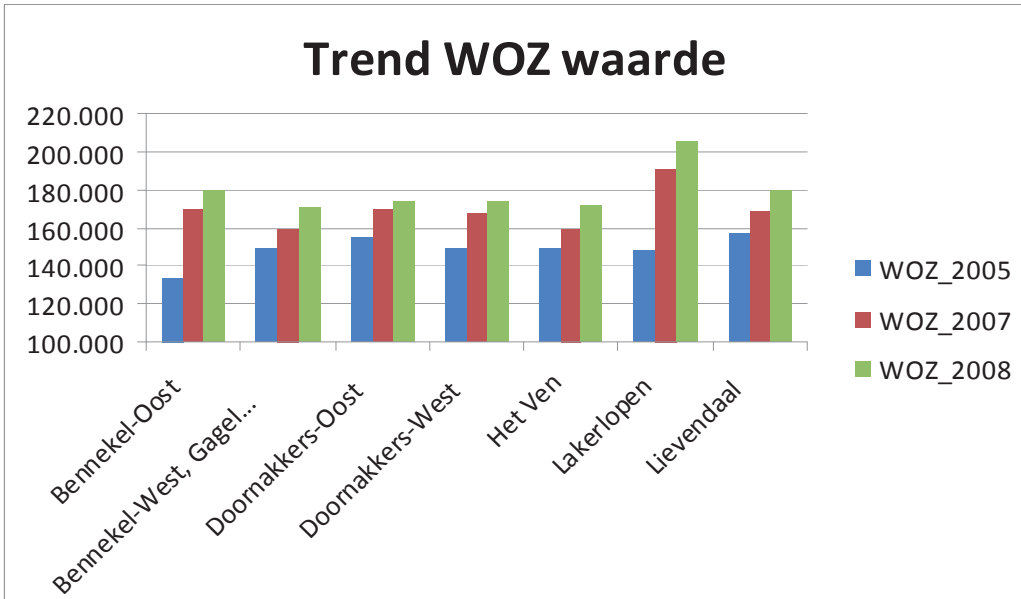
Hamid Dardour

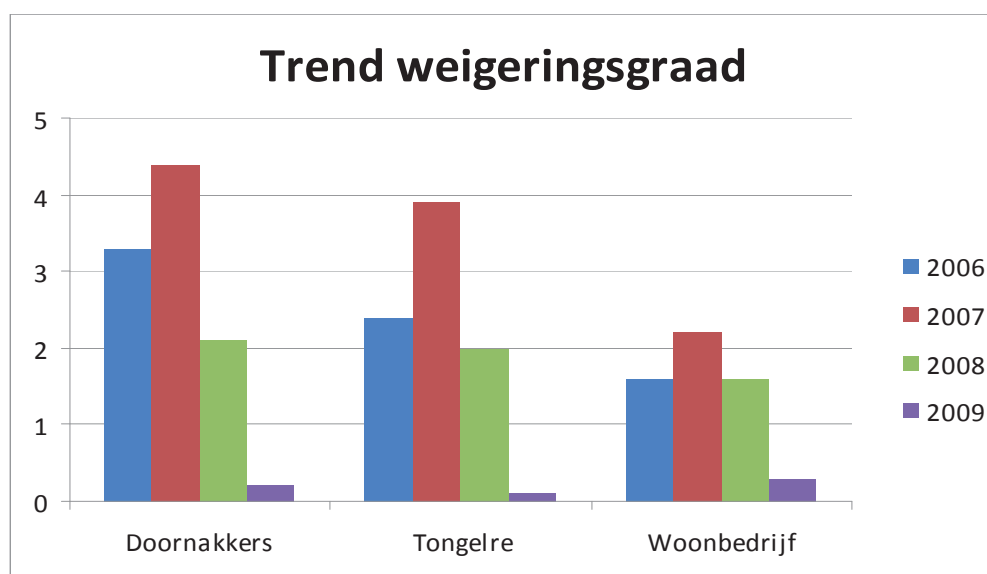
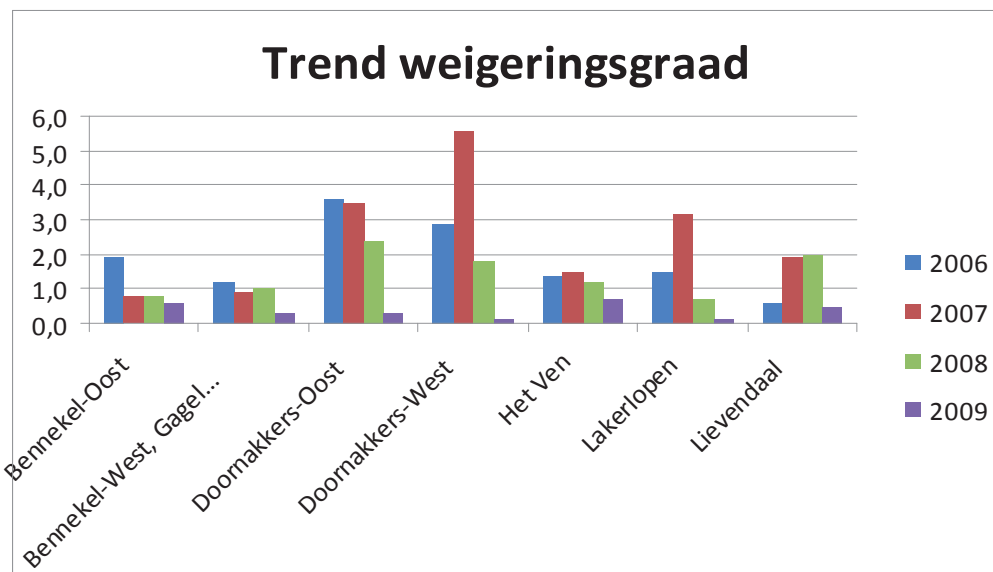
In KOMPAS houdt Woonbedrijf haar sturingsinformatie bij. We zoeken naar indicatoren die een beeld geven van de aantrekkelijkheid van een woning in Doornakkers voor klanten. Indien het aanbod van Woonbedrijf in Doornakkers verbeterd zou zijn, moet dat terug te zien zijn in de gemiddelde inschrijftijd bij het accepteren van een woning, in de weigeringsgraad, het gemiddeld aantal reacties op een vrijgekomen woning, de WOZ-waarde van de woningen en de verhuuringsgraad.

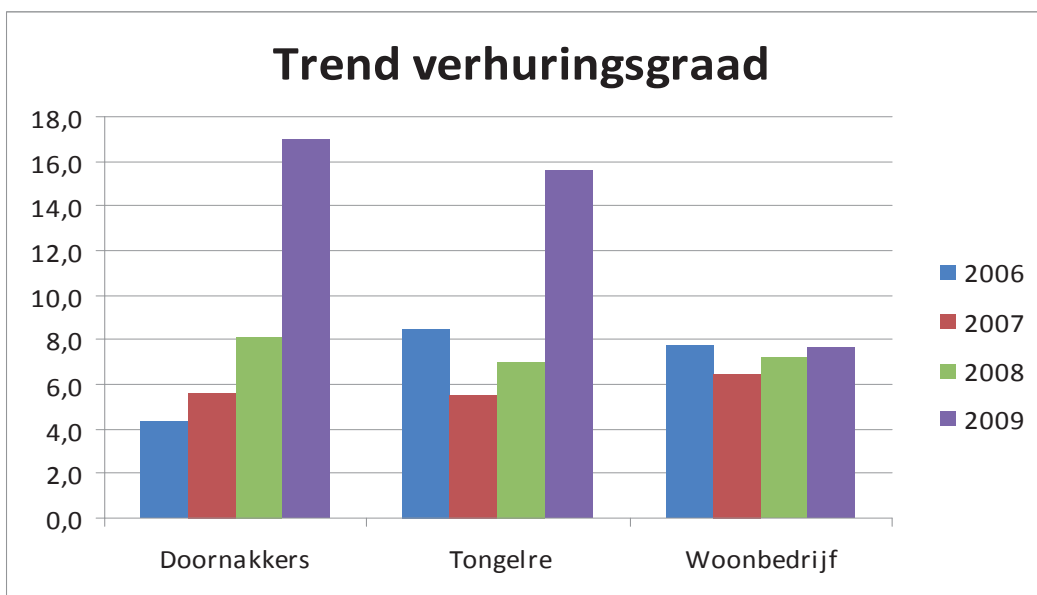
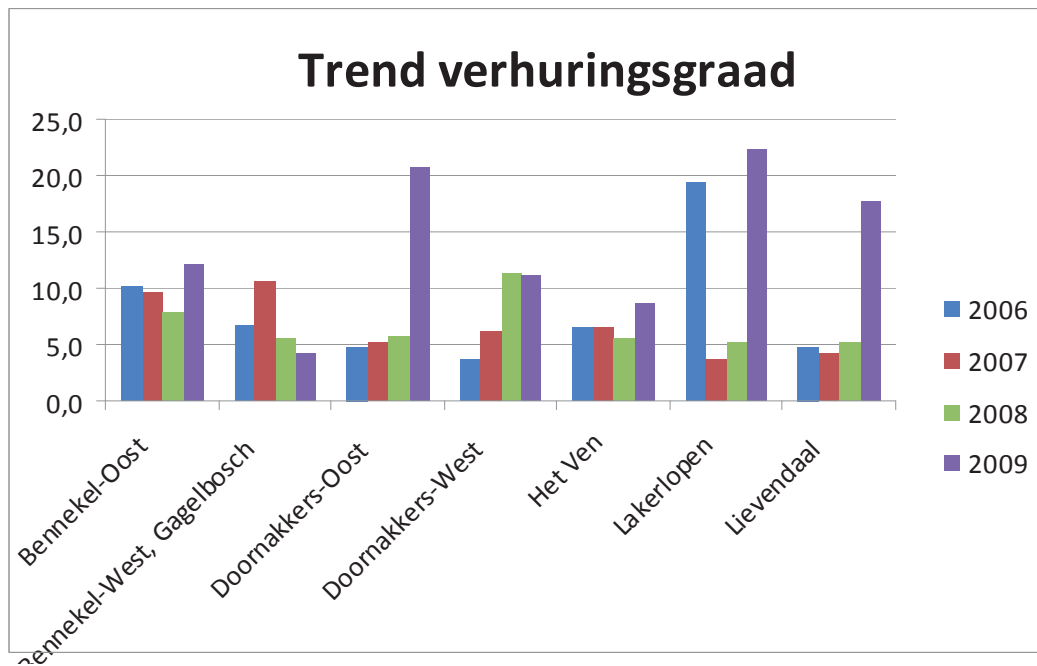
De verhuizingen (mutaties) in Doornakkers laten een stijgende lijn zien ten opzichte van Tongelre en Woonbedrijf (totaal). Desondanks blijft Doornakkers 'gewild'. Ongeveer 200 reacties van woningzoekenden komen binnen op de vrijgekomen woningen. In 2008 en 2009 zelfs (respectievelijk) 300 en ruim 250 reacties gemiddeld per advertentie. De vrijgekomen woningen werden in Doornakkers relatief vaker geweigerd door de kandidaat-huurder ten opzichte van de rest van Tongelre en Woonbedrijf totaal. Dat is in 2009 veranderd. Voor Doornakkers hebben woningzoekenden relatief minder inschrijftijd nodig om in aanmerking te komen voor woonruimte, ten opzichte van Tongelre en Woonbedrijf totaal. De WOZ-waarde van Doornakkers is iets lager dan die van Tongelre en Woonbedrijf totaal en stijgt relatief evenredig mee (cijfers tot 2008).

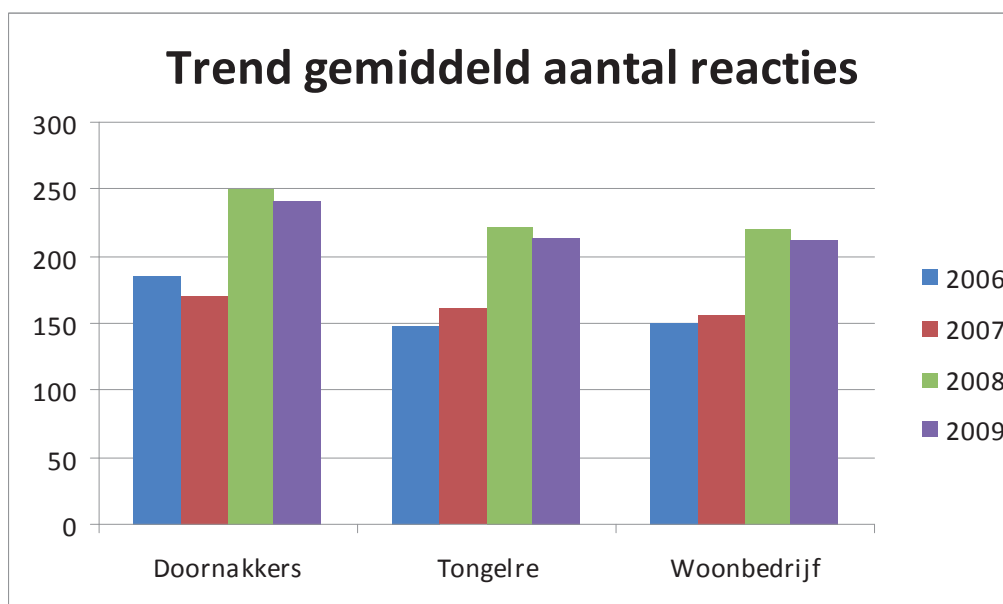
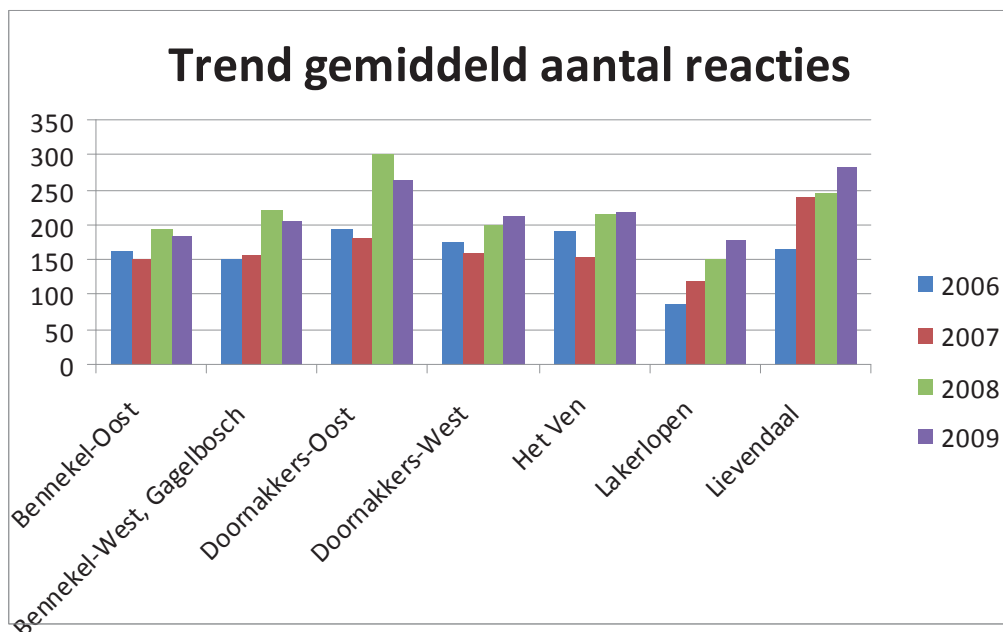
We hebben ook specifiek gekeken naar de naast de toeloop gelegen flats voor starters aan de Jan van de Capellelaan. Daar blijken dezelfde trends aanwezig. Uit de buurtthermometer 2010 blijkt dat Doornakkers Oost ook een verbetering aangeeft op zowel veiligheid als gezondheid. De toeloop heeft geen specifieke veiligheids- of gezondheidsdoelstellingen.

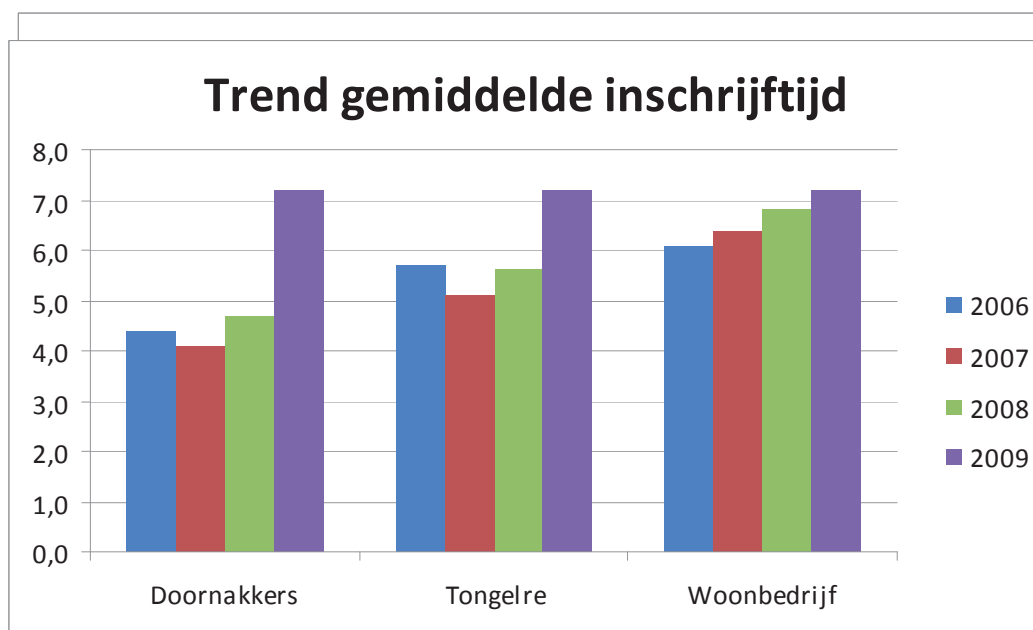
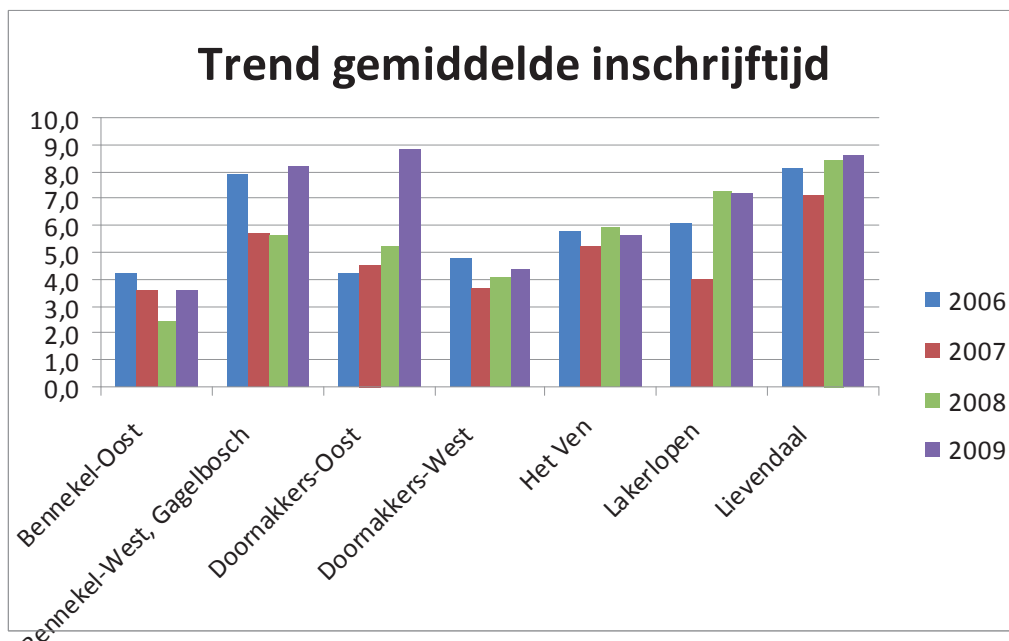
Hieronder staan de afzonderlijke gegevens vermeld.











Bijlage 2 Missie Woonbedrijf

‘Woonbedrijf is van wonen, wonen is van onze klant en we treffen onze klant in de buurt’.

Woonbedrijf werkt aan wonen, het wonen van onze klant. Het engelse woord voor wonen is living (leven) en geeft daarmee goed weer wat de betekenis is van wonen voor mensen. We zien dat klanten niet voor een huis kiezen, maar voor een manier van leven, in een buurt die bij hen past.

In ons dagelijks werk hebben wij veelvuldig contact met onze klanten. Onze dienstverlening is erop gericht om onze klant individueel te benaderen. We weten dat de klant dit waardeert en zien dit als de basis voor onze dienstverlening. Wij zien dat onze klant als een consument keuzes maakt en daarbij prijs en kwaliteit tegen elkaar afweegt. Dit consumentengedrag is sturend voor ons werk. We willen een klantgestuurde organisatie zijn.

Wij zien wonen breder dan de woning alleen, wij zijn gericht op een goede woning in een goede buurt. We kijken naar het functioneren van de buurt. We weten wat een goede buurt is. De ingrediënten zijn bekend, maar de samenstelling in het recept, onze wijkaanpak, is telkens verschillend.

Door onze omvang in Eindhoven en de omliggende gemeenten voelen wij ons in brede zin verantwoordelijk voor de wijken en buurten waar wij actief zijn. Deze lokale betrokkenheid maakt dat we aandacht hebben voor vraagstukken die er in buurten en wijken spelen, daar kunt u ons op aanspreken.

Als ondernemer maken wij onze eigen afwegingen, hierbij staat de klant centraal. De klant gedraagt zich als consument, dit gedrag stuurt ons en daarmee doen we de goede dingen. De waarde die een klant aan ons werk toekent, is voor ons een maatstaf of we de dingen goed doen. Naast de klantwaarde kijken wij bij het maken van onze afwegingen ook naar de effecten op de vastgoedwaarde en de bedrijfswaarde. We zien het vastgoed als onze duurzame bron, waarmee we tot in lengte der dagen ons werk kunnen doen en onze maatschappelijke bijdrage op het gebied van de volkshuisvesting kunnen blijven leveren. In ons beleid sturen we op het verhogen van de vastgoedwaarde en door slimmer te ondernemen vergroten we onze bedrijfswaarde. Maar niet ten koste van de klantwaarde

Naast de individuele klant(wens) kijken we ook naar het maatschappelijke belang. Waar het klantbelang vaak betrekking heeft op het hier en nu, kijken we vanuit het maatschappelijk belang naar de toekomst. Bij de keuzes die wij maken wegen we de effecten op de lange termijn voor de klant, het vastgoed en het bedrijf. Dit is onze invulling van duurzaam ondernemen.

In onze organisatie staat de klant centraal. Door gebiedsgericht te werken richten wij ons op vraagstukken van de klant en het wonen in de buurt. Onze betrokken medewerkers hebben ruime verantwoordelijkheden om zelfstandig te ondernemen. Hiermee kunnen we snel en slagvaardig opereren. We werken samen met de klant en andere belanghouders in wijken en buurten. Samen werken is bij ons altijd op basis van wederkerigheid. Met onze visie inspireren we anderen om hun bijdrage te leveren aan het goed wonen in een goede buurt.

Met ons werk willen we een bijdrage leveren aan een betere wereld. We willen werken aan een maatschappij die is gebaseerd op rechtvaardigheid en waar duurzame keuzes worden gemaakt. We wachten niet af, maar leveren vanuit onze eigen kwaliteit en verantwoordelijkheid een bijdrage aan het realiseren van die betere wereld. Deze bijdrage zit in kleine dingen, dichtbij ons zelf, in ons werk. Het begint met betaalbaar wonen voor mensen die zich bij ons thuis voelen. Dit is de invulling die Woonbedrijf geeft aan de corporatie van de 21^e eeuw. Dit is onze missie.

Bijlage 3 Eindrapport Market Wing

De Toeloop
Een passantenonderzoek

Januari 2010

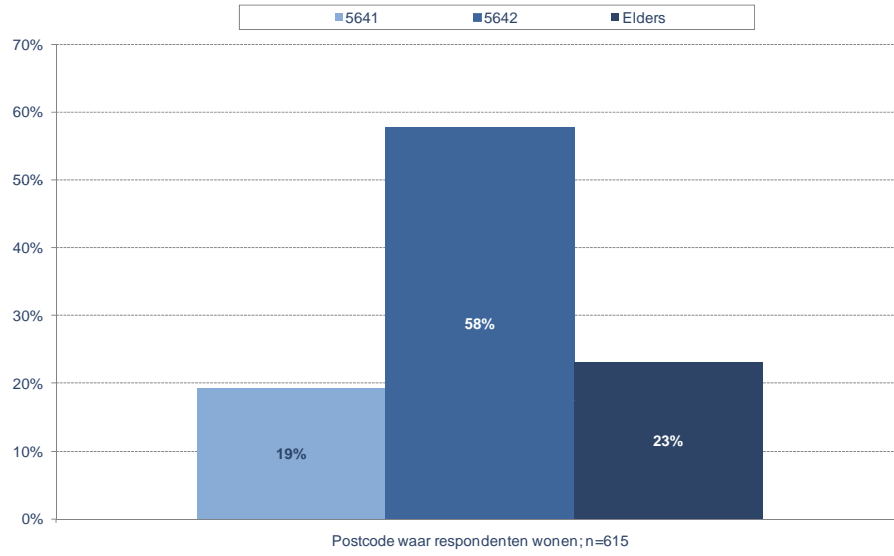
Methode

- ◆ Straatinterviews
- ◆ Interviewplek: Toeloop, Straat, huis-aan-huis
- ◆ Interviewperiode: december 2009 – januari 2010
- ◆ 5 enquêteurs
- ◆ Iedere voorbijganger aangesproken, bijna alle huizen bezocht
- ◆ Gesloten vragenlijst met enkele open vragen
- ◆ Interviewtijd ongeveer 3 tot 5 minuten

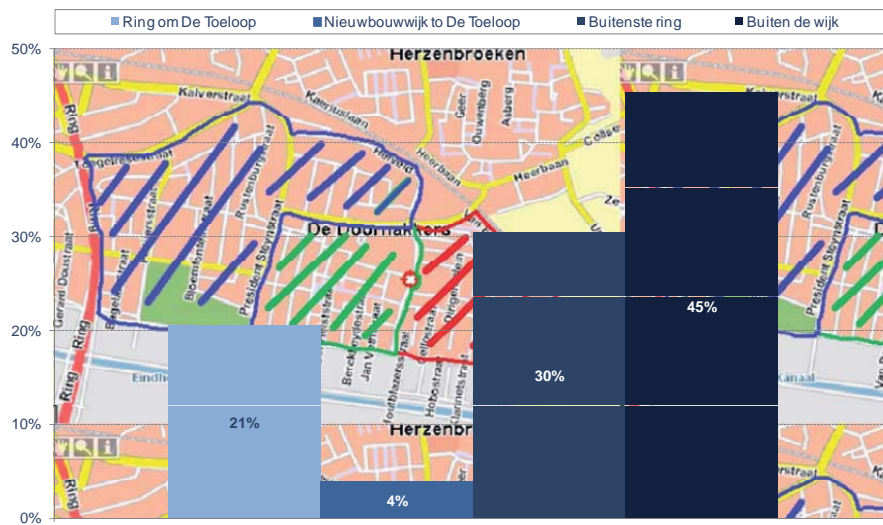
Respons

◆ Totaal aantal respondenten	664
◆ Woont in postcode 5641/5642	473 (71%)
◆ Woont elders/onbekend	191 (29%)
◆ Heeft kinderen	197 (30%)
◆ Heeft geen kinderen	351 (53%)
◆ Onbekend	116 (17%)

Waar woont u?



Waar woont u?



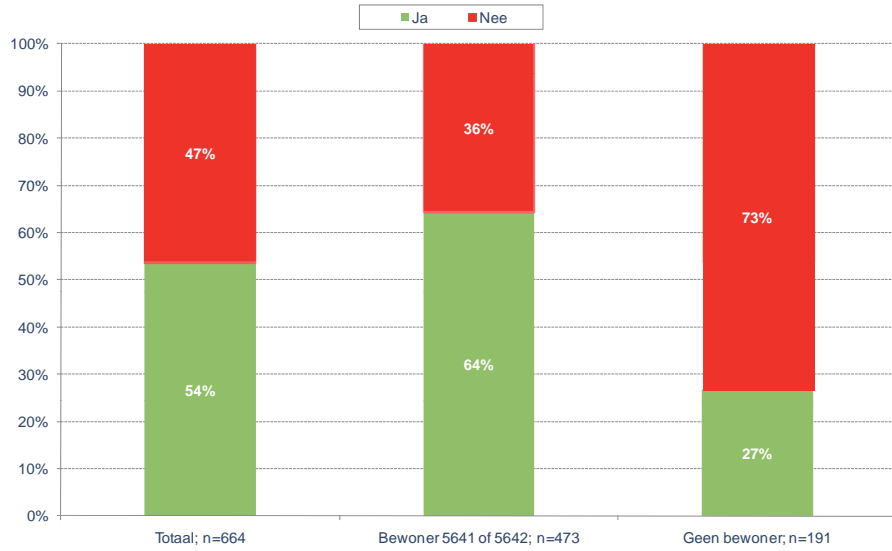
Gebied waar respondenten wonen; n=615



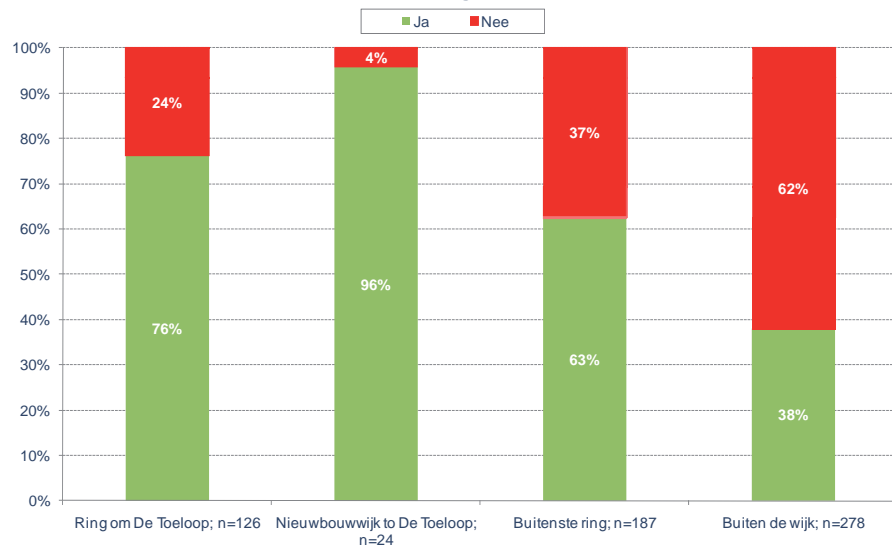
KENNEN



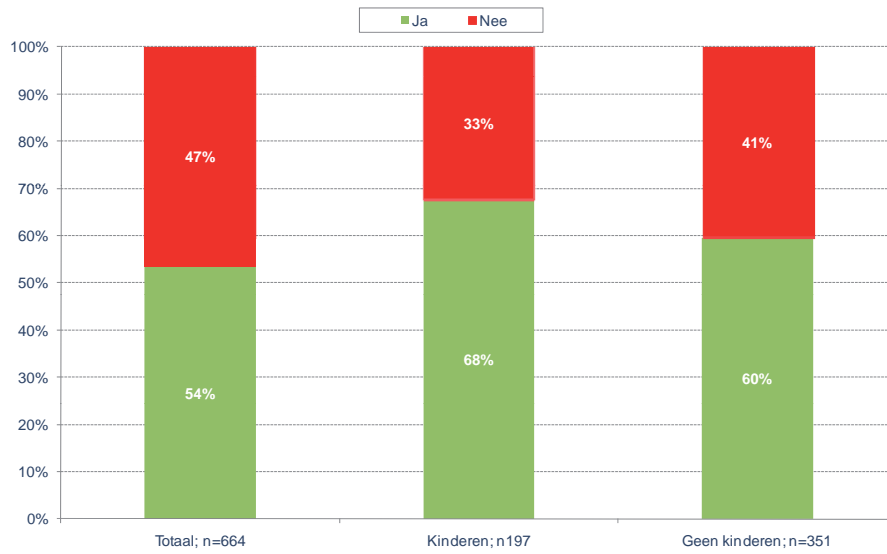
Kent u dit gebouw?



Kent u dit gebouw?



Kent u dit gebouw?

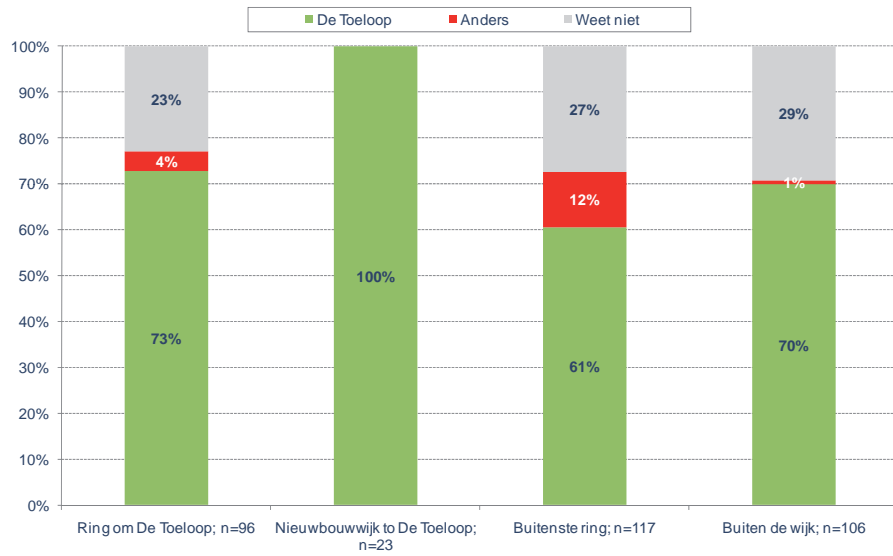


Hoe heet dit gebouw?

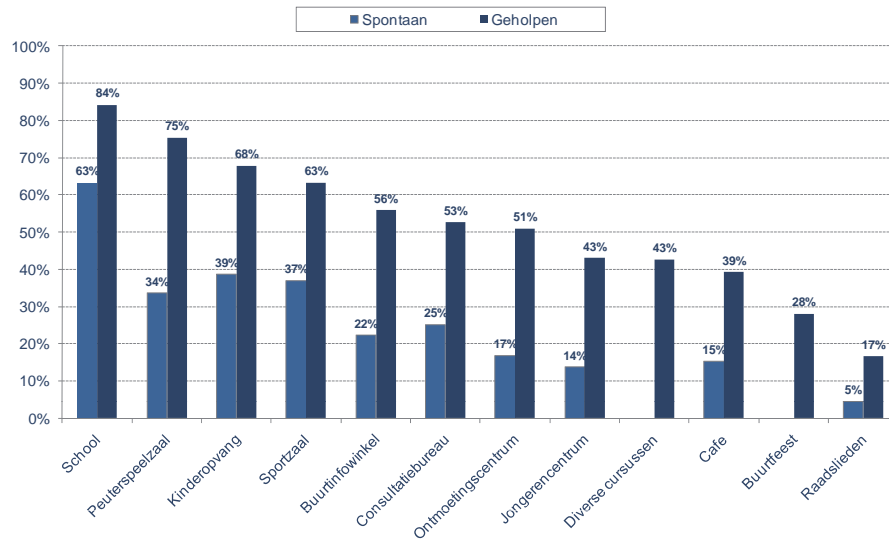


Anders:
"Bosakker", "De Akker", "Toekomst", "Speelcentrum", etc.

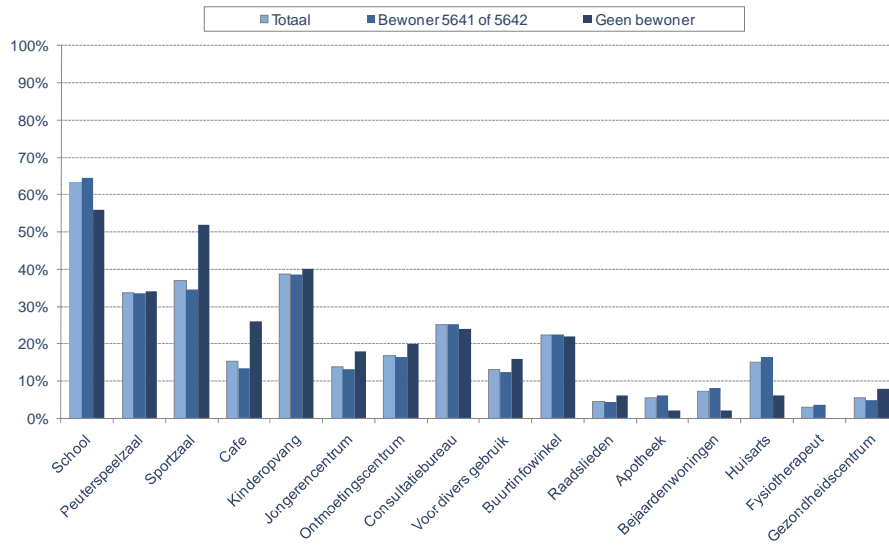
Hoe heet dit gebouw?



Wat is in De Toeloop gevestigd? (totale groep)

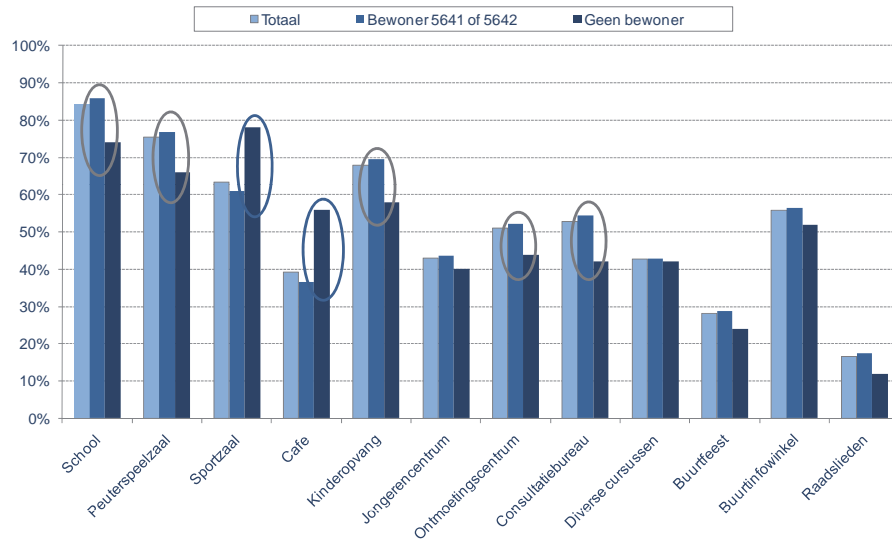


Wat is er gevestigd? (spontaan)

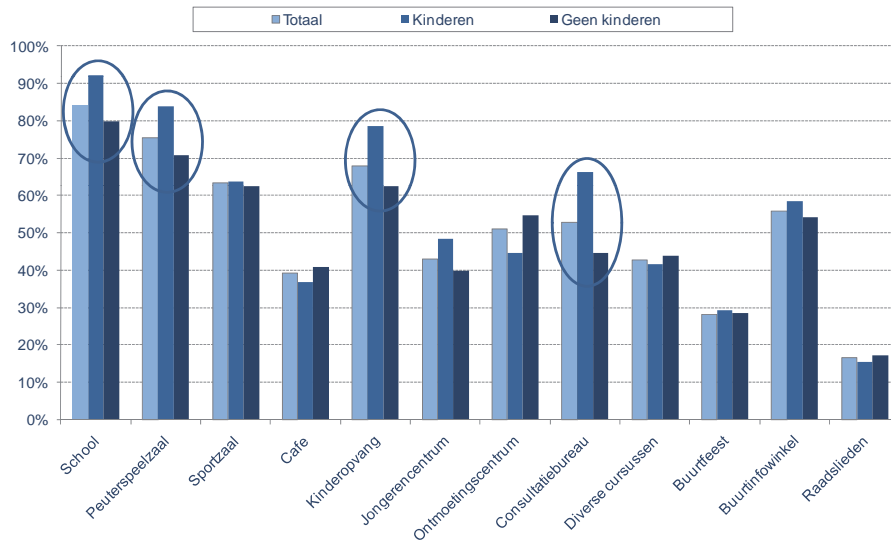


Anders: “woningen”, “appartementen”, “cursussen”, “politie”, “darts”, “therapeut”, “bijeenkomsten”, etc.

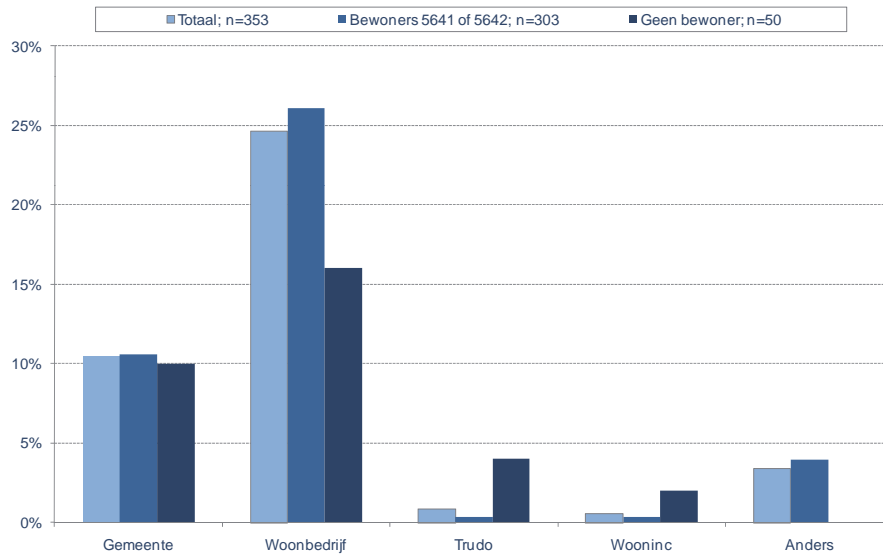
Wist u dat ... er gevestigd is? (geholpen)



Wist u dat ... er gevestigd is? (geholpen)

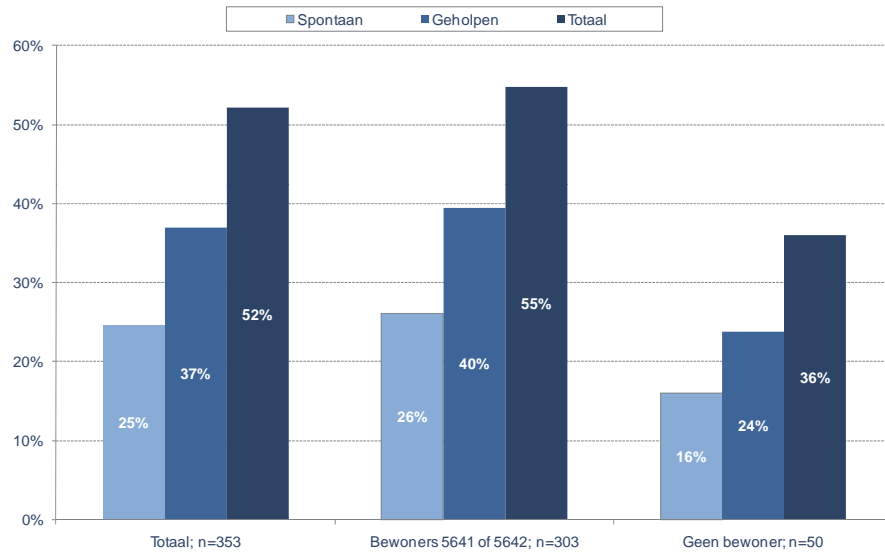


Wie is eigenaar van De Toeloop (spontaan)



Anders:
 "SWS", "Vitalis", etc.

Bekendheid Woonbedrijf als eigenaar De Toeloop



Bekendheid en gebruik diensten

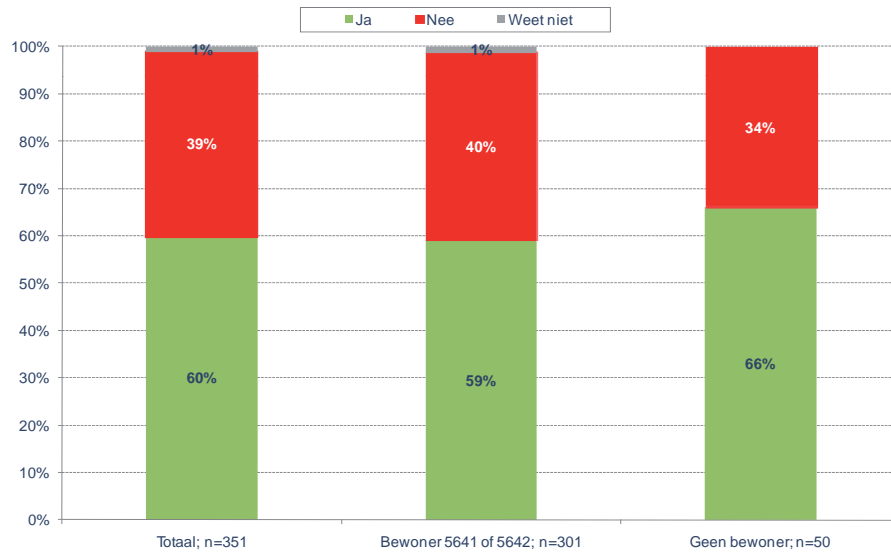
Gemiddeldes	Ring om De Toeloop	Nieuwbouwwijk to De Toeloop	Buitenste ring	Buiten de wijk
Spontane bekendheid diensten (aantal genoemd)	4,5	4,3	2,7	3,2
Geholpen bekendheid diensten (aantal genoemd)	7,3	7,0	6,3	4,8
Aantal verschillende diensten waarvoor De Toeloop is bezocht	1,5	1,7	1,3	1,2



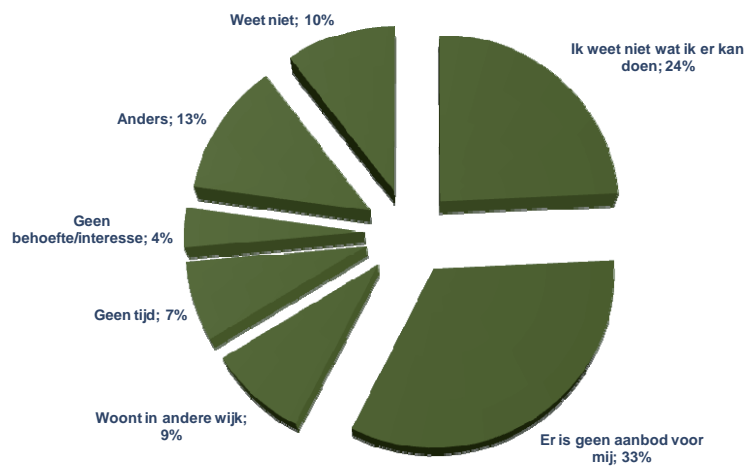
BEZOEKEN



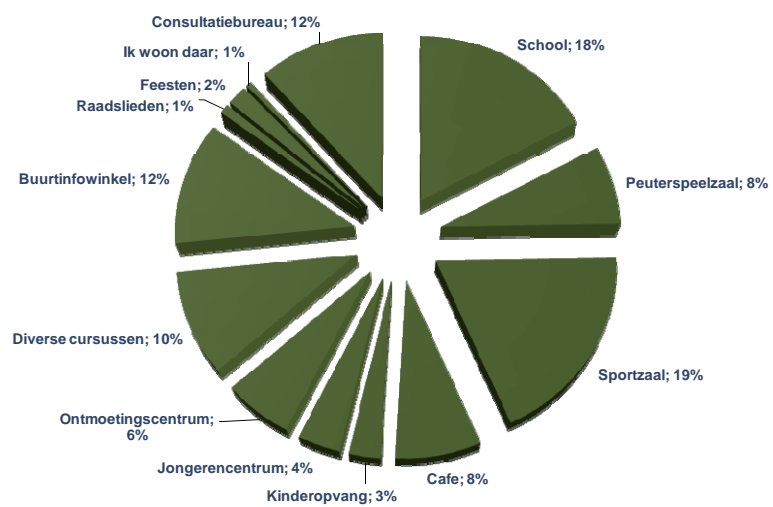
Komt u wel eens in De Toeloop?



Waarom komt u er niet? (n=136)

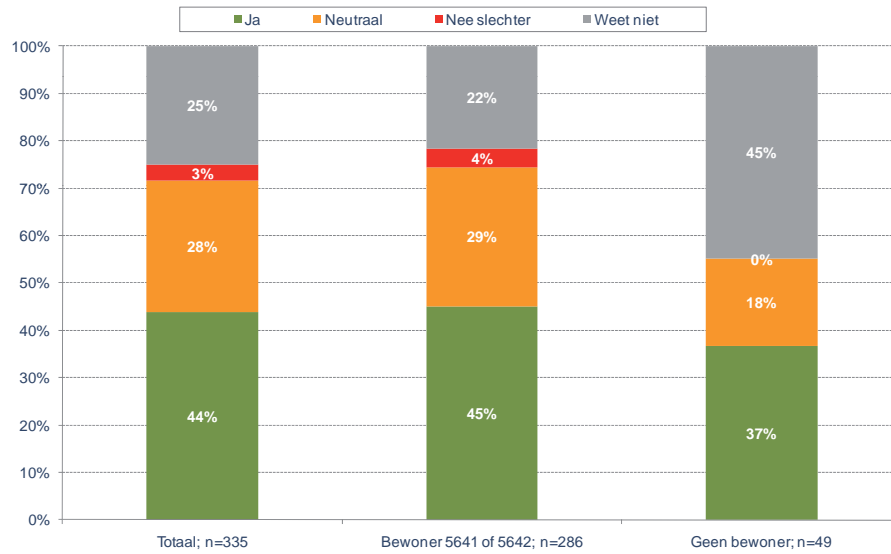


Waarvoor was u in De Toeloop? (n=211)

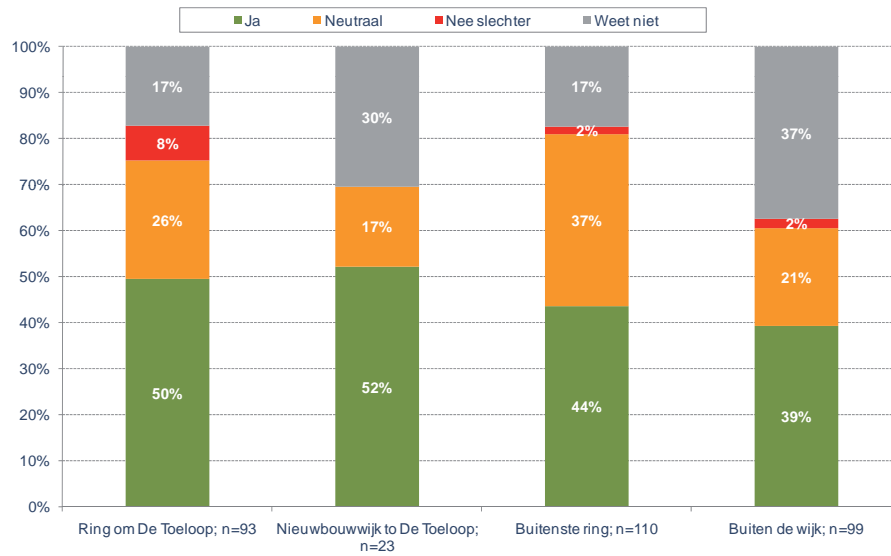


Anders: "prik", "stemmen", "open dag", "opening",
"countrydansen/linedancing", "wijkoverleg", etc.

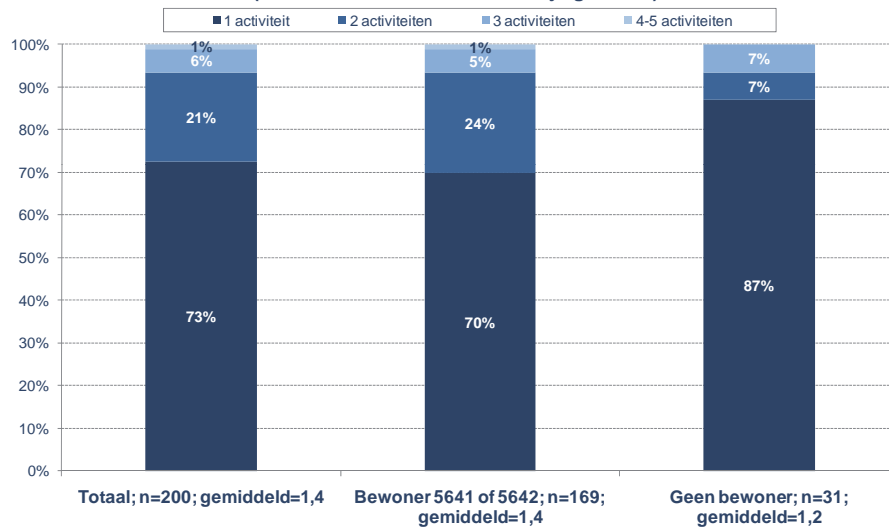
Is door de komst van De Toeloop het wonen in de wijk veranderd?



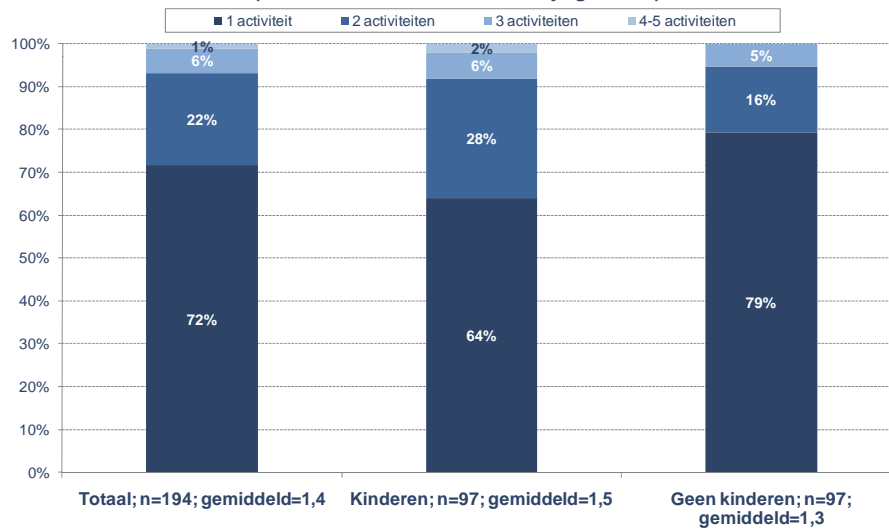
Is door de komst van De Toeloop het wonen in de wijk veranderd?



Aantal verschillende activiteiten waarvoor men bij De Toeloop is geweest
(van mensen die minimaal 1x zijn geweest)



Aantal verschillende activiteiten waarvoor men bij De Toeloop is geweest
(van mensen die minimaal 1x zijn geweest)



Wijk veranderd?

- ◆ Spilfunctie, ontmoetingsplaats, centraal punt ontstaan
- ◆ Levendiger, meer actie, meer georganiseerd
- ◆ Meer saamhorigheid en contact
- ◆ Brug met Doornakkers, oud en nieuw bij elkaar getrokken
- ◆ Netter, mooier
- ◆ Kaal veldje weg
- ◆ Meer parkeerproblemen
- ◆ Groen verdwenen
- ◆ Echte problemen nog niet opgelost



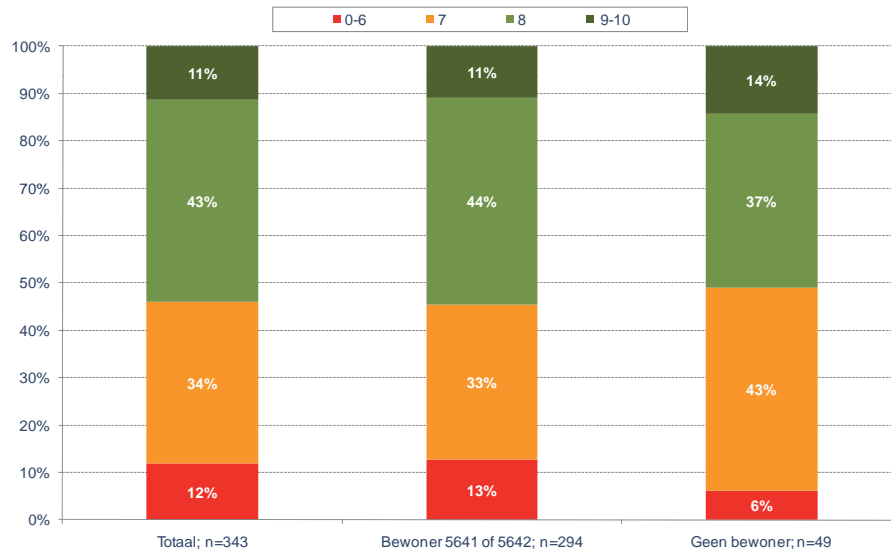
WAARDEREN



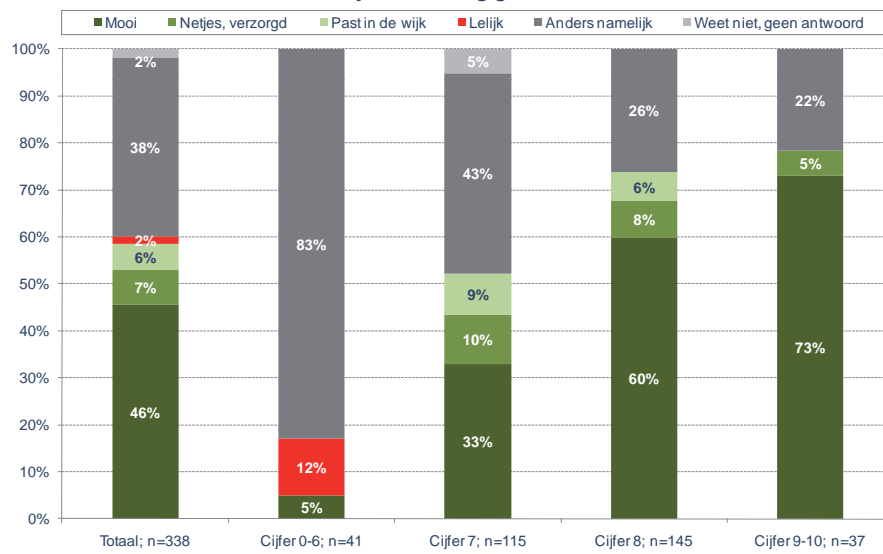
Gemiddeld rapportcijfer

◆ Totale groep	7,5
◆ Bewoners van postcode 5641 of 5642	7,5
◆ Geen bewoners	7,6
◆ Respondenten met kinderen	7,7
◆ Respondenten zonder kinderen	7,3

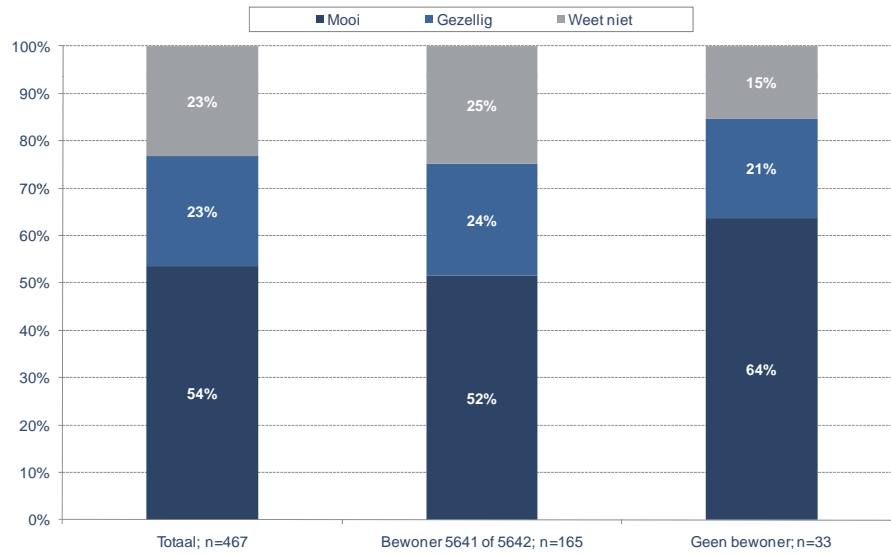
Cijfer uitstraling gebouw



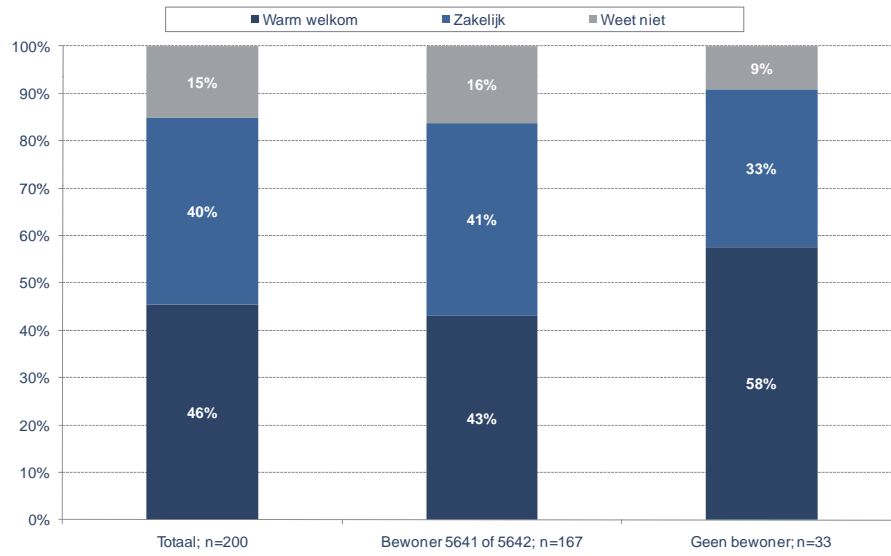
Cijfer uitstraling gebouw



Wat vindt u beter passen als u binnen bent: mooi of gezellig?



Wat vindt u beter passen als u binnen bent: warm welkom of zakelijk?



Meningen (positief)

- ◆ Modern, eigentijds
- ◆ Strak
- ◆ Keurig, netjes
- ◆ Schoon, fris
- ◆ (Multi-)functioneel
- ◆ Ruim
- ◆ Gezellig
- ◆ Leuk / Mooi / Goed / Prima

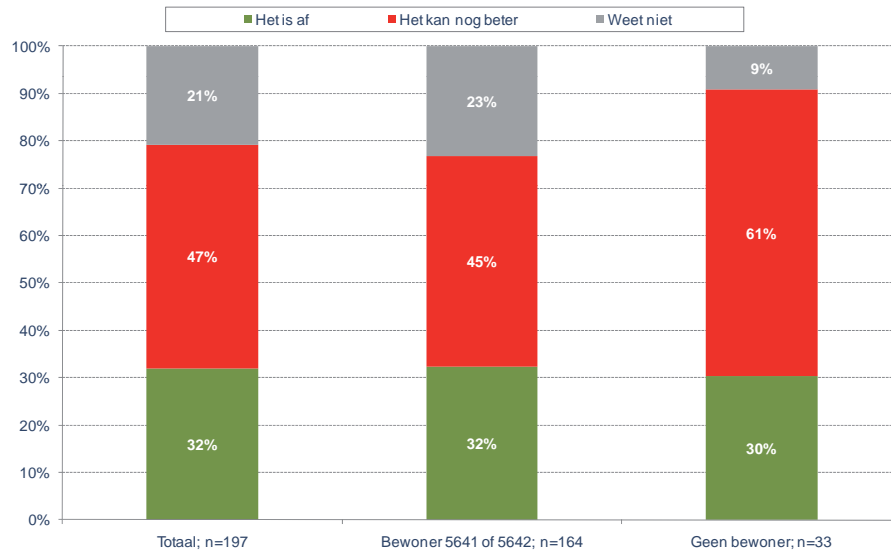
Meningen (negatief)

- ◆ Kil, koud
- ◆ Blokkerig
- ◆ Kaal, saai
- ◆ Donker, somber, zwart
- ◆ Geen uitstraling
- ◆ Onvoldoende open, je ziet niet wat er is
- ◆ Slecht parkeren (ook fietsen)
- ◆ Onduidelijk binnen, doolhof
- ◆ Lift/trap gevaarlijk, onprettig?



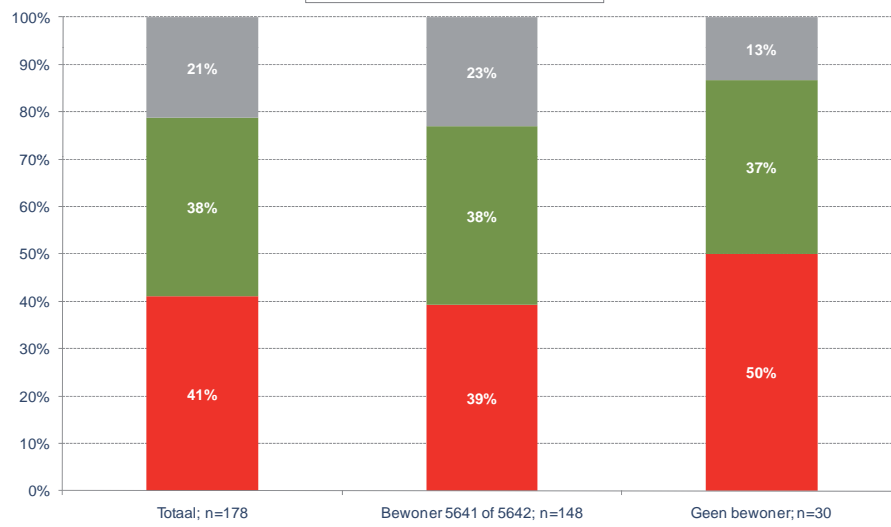
VERBETEREN

Wat vindt u beter passen als u binnen bent: het is af of het kan nog beter?



Moet er iets veranderen binnen?

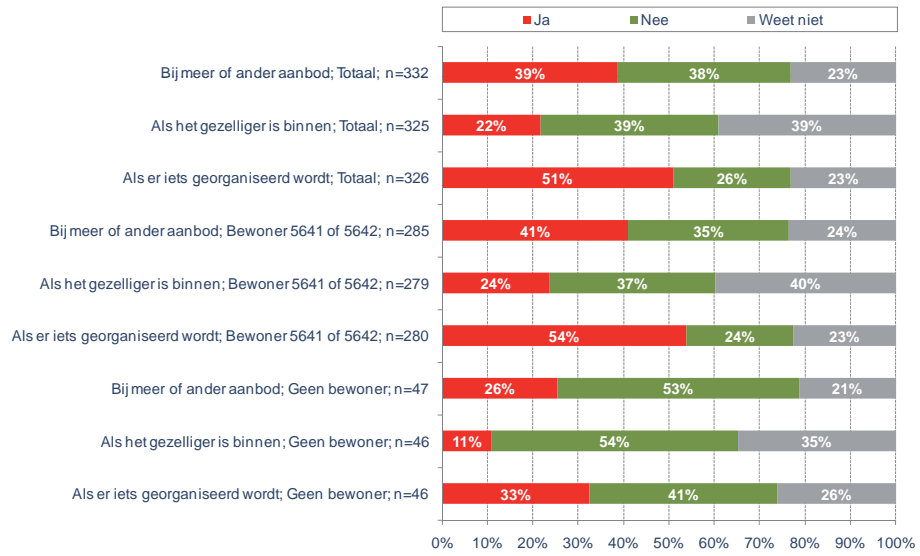
■ Ja ■ Nee ■ Weet niet



Wat kan er beter?

- ◆ Betere bewegwijzering
- ◆ Betere indeling binnen, duidelijker
- ◆ Herkenbaarheid pand buiten 's avonds (verlichting naam)
- ◆ Buiten duidelijk aangeven wat er binnen te doen is
- ◆ Entree duidelijker zichtbaar
- ◆ Fietsenstalling
- ◆ Betere parkeergelegenheid
- ◆ Groenvoorziening, meer groen om het gebouw
- ◆ Meer sfeer / Warmte
- ◆ Decoratie / Meer aankleding (bijv. kunst of planten)
- ◆ Meer kleur, vrolijker
- ◆ Receptie / Ontvangst
- ◆ Trap niet mooi (te steil?) / Vluchtrap ongeschikt voor ouderen
- ◆ Beveliging
- ◆ Voorzieningen bij de school (keuken / bel)
- ◆ Veiligheid (wel/niet binnenlopen bij bijv. school of kinderopvang)
- ◆ Meer reclame maken voor alles wat er is / kan!

Wanneer zou u vaker naar De Toeloop gaan?



Ideeën voor nieuwe activiteiten

- ◆ Supermarkt / winkel
- ◆ Carnaval
- ◆ Biljart
- ◆ Bieb
- ◆ Bingo
- ◆ Fitness
- ◆ Buurfeest
- ◆ Aanbod voor alle leeftijden (van peutergym tot bejaardengym en van basketbal tot overblijf)



MARKETWING
PRINS HENDRIKWEG 14
3962 EL WIJK BIJ DUURSTEDEN
TELEFOON (0343) 593394





MarketWing marketing & innovatie
i.s.m. Stichting Woonbedrijf SWS.Hhvl

drs. Hans van Vucht
Menno Karsenborg

januari-maart 2010

MarketWing
Nachtegaal 28
3962 TM Wijk bij Duurstede
tel. 06 55 755 321
www.marketwing.nl

Inhoudsopgave

Pagina

1.	Inleiding	4
1.1.	Achtergrond	4
1.2.	Onderzoeksopzet	4
1.3.	Rapportage	4
2.	De resultaten	5
2.1.	Wijkbewoners en bezoekers	5
2.2.	Huurders	8
3.	Conclusies & aanbevelingen	10
3.1.	Samenwerking organisaties de toeloop	10
3.2.	Aanbevelingen	11



1. Inleiding

1.1. Achtergrond

Deze rapportage beschrijft de uitkomsten van het onderzoek dat in de periode januari-maart 2010 is gehouden onder wijkbewoners en gebruikers/huurders van de toeloop.

1.2. Onderzoeksopzet

Het onderzoek bestond uit twee delen.

- Een **kwantitatief** deel: 664 straatinterviews, afgenomen onder wijkbewoners en bezoekers van de toeloop.
- Een **kwalitatief** deel: een discussiebijeenkomst met vertegenwoordigers van de organisaties die deel uitmaken van de toeloop (huurders van ruimtes).

1.3. Rapportage

Deze rapportage is een beknopte samenvatting van de uitkomsten van de beide delen van het onderzoek en bevat overall conclusies en aanbevelingen.

Als bijlage bij deze rapportage treft u aan:

- De volledige weergave van de onderzoeksresultaten van de straatinterviews.
- De dvd met de opname van de discussiebijeenkomst.

2. De resultaten

2.1. Wijkbewoners en bezoekers

Hoe kijken wijkbewoners en bezoekers naar de toeloop? We geven de hoofdlijnen van het kwantitatieve onderzoek weer.

De algehele conclusies zijn:

- De naamsbekendheid van de toeloop is goed te noemen. Zeker bij de mensen die in het gebied rond de toeloop wonen.
- De (geholpen) productbekendheid is vooral hoog als het gaat om 'schoolse activiteiten'.
- Men staat over het algemeen positief tegenover de toeloop en men is vaak ook bereid om gebruik te maken van het gebouw. Wel wordt veel opgemerkt dat het gebouw nog niet af is.
- Veel mensen maken slechts gebruik van één soort dienst. Het gaat vooral om de 'schoolse activiteiten' en sportactiviteiten.



De interviews werden in en om de toeloop afgenomen, maar ook verspreid over de gehele wijk

Aan de hand van 'kennis', 'houding' en 'gedrag' van de respondenten maken we de onderzoeksuitkomsten wat meer inzichtelijk.

Voordat de buurtbewoners gebruik gaan maken van de toeloop moeten ze de toeloop kennen en er een goed gevoel bij hebben (positieve houding). Als we kijken naar de resultaten op hoofdlijnen, zien we dat veel mensen de toeloop kennen. Ze kennen vooral de schoolse activiteiten. Woonbedrijf kan in samenwerking met de andere gebruikers de overige activiteiten beter promoten.

De buurtbewoners staan positief t.o.v. de toeloop en willen best gebruik maken van de diensten die er aangeboden worden. Men wordt echter te weinig geprikkeld om er naar toe te gaan. Nieuwe diensten, ontwikkeld voor en door buurtbewoners zullen ons inziens beter afgenomen worden.

Kennis

- | | |
|---|-------------------|
| - Naamsbekendheid | goed: behouden |
| - Productbekendheid schoolse activiteiten | goed: behouden |
| - Productbekendheid overige activiteiten | verbetering nodig |

Houding

goed: behouden

Gedrag

verbetering nodig

Onderzoeksresultaten 'Kennis'

- 64% van de respondenten kent het gebouw.
- In het gebied rondom de toeloop is de bekendheid 86%.
- Aan de buitenkant van de wijk neemt de bekendheid af tot 63%.
- Van de groep die het gebouw kent, weet 64% de juiste naam te noemen
- De groep die het gebouw kent, is vooral bekend met schoolse activiteiten
 - 85% kent de basisschool (geholpen bekendheid)
 - 75% kent de peuterspeelzaal (geholpen bekendheid)
 - 68% kent de kinderopvang (geholpen bekendheid)
- Men is minder bekend met de 'buurtactiviteiten', zoals cursussen en het ontmoetingscentrum. Vooral de spontane bekendheid (dus ongeholpen) is bij deze categorie erg laag.

Onderzoeksresultaten 'Houding'

- Van de groep die het gebouw kent, denkt 45% dat door de komst van de toeloop het wonen in de wijk in positief opzicht verandert.
- 29% denkt dat de toeloop een positieve, noch een negatieve bijdrage aan de wijk levert.
- 4% denkt dat de toeloop een negatieve invloed heeft op de wijk. Dit zijn voornamelijk respondenten die overlast van de toeloop ondervinden.
- Respondenten beoordelen de uitstraling van het gebouw (de buitenkant) gemiddeld met het rapportcijfer 7,5.



- Met betrekking tot de binnenkant van het gebouw vindt bijna de helft van de respondenten (45%) de toeloop nog niet af.
- 41% van de respondenten geeft aan meer gebruik te zullen maken van de toeloop bij een ander aanbod.
- 54% van de respondenten verwacht meer gebruik te maken van de toeloop wanneer er iets georganiseerd wordt.

Onderzoeksresultaten 'Gedrag'

- Van de mensen die de toeloop kennen, heeft 60% wel eens gebruik gemaakt van het gebouw.
- In bijna de helft van de gevallen (48%) maakte men gebruik van schoolse activiteiten of sportactiviteiten.
- Bezoekers van de toeloop nemen gemiddeld 1,5 dienst af.

2.2. Huurders

Deelnemers

Aan de discussiebijeenkomst namen de volgende partijen deel:

■ Buurinfowinkel Doornakkers	
■ De Inloop	sport- en ontmoetingscentrum
■ Korein Kinderplein	kinderopvang
■ SKPO BoschAkker	basisschool
■ Sportbedrijf De Karpen (gemeente)	sportzaal
■ Welzijn Eindhoven	jongeren centrum
■ ZuidZorg	consultatiebureau

Er namen negen personen deel aan de bijeenkomst. De buurinfowinkel en De Inloop werden beide vertegenwoordigd door twee personen. De overige organisaties hadden één deelnemer afgevaardigd.

Ook Peuterplaza Boschakker ontving een uitnodiging, maar deze organisatie was niet in de mogelijkheid een medewerker deel te laten nemen aan de bijeenkomst.



Het huurders in actie tijdens de discussiebijeenkomst

Resultaten

De huurders zijn tevreden omdat zij beschikken over een gloednieuw onderkomen. Verschillende aanwezigen merken op dat zij er flink op vooruit zijn gegaan. Niet alleen in de kwaliteit van het gebouw, maar ook als het gaat om de hoeveelheid ruimte die beschikbaar is. Men ervaart de toeloop als een prettig gebouw om in te werken, met veel mogelijkheden.

Op de functionaliteit van het gebouw (en de omgeving) heeft men echter nog aardig wat aan te merken. Zo is het trapveldje (boven) nog niet gereed, de parkeervoorziening laat nog te wensen over en ook het park bij de toeloop is nog niet ingericht.



Bovendien vertoont de binnenkant van het gebouw verschillende mankementen. Zo is de stroomvoorziening niet optimaal en de temperatuur in het gebouw is slecht te regelen bij warm weer (o.a. in de sportzaal). Bovendien ontbreken belangrijke zaken als de bewegwijzering en beveiligingscamera's nog.

Klachten en opmerkingen kunnen de gebruikers goed kwijt. Zij vinden dat o.a. voor storingen een goed meldsysteem bestaat. De opvolging van meldingen en klachten vindt men echter te lang duren in sommige gevallen.

Al met al concluderen de deelnemers dat de toeloop een goede start heeft gemaakt, maar men ziet nog wel (veel) ruimte voor verbetering en verdere ontwikkeling van het gebouw, van de samenwerking tussen de verschillende gebruikers onderling en van de functie die de toeloop binnen de wijk heeft.

3. Conclusies en aanbevelingen

Op basis van de uitkomsten van beide onderzoekvormen concluderen en adviseren we als volgt.

3.1. Samenwerking organisaties de toeloop

SPIL-centrum

Vooral de organisaties die deel uitmaken van het SPIL-centrum zien de toegevoegde waarde van 'het concept' de toeloop. Doordat zij nu letterlijk onder één dak werken, zijn de onderlinge communicatielijnen kort en bovendien heeft men de klant een totaalconcept te bieden. Ook zien de deelnemers veel mogelijkheden om gezamenlijk activiteiten te organiseren (binnen het SPIL-centrum).

Ook de klanten van deze organisaties zien deze meerwaarde van het multifunctionele gebouw, zo hebben de gebruikers ervaren. Een klant kan nu immers een bezoek aan het consultatiebureau combineren met het ophalen van de kinderen, of in één moeite een kind naar school en een ander kind naar het kinderdagverblijf brengen.

Overige organisaties

De andere organisaties, bijvoorbeeld de horeca en het gemeentelijk sportbedrijf, vertonen weinig tot geen samenhang met de overige gebruikers. Zij 'staan op zich' bleek duidelijk tijdens de discussiebijeenkomst.

De partijen gedogen elkaar en hebben hier en daar met elkaar te maken op operationeel gebied. Men gebruikt immers hetzelfde gebouw en loopt bijvoorbeeld tegen dezelfde problemen aan. Daarbuiten zoeken deze partijen elkaar echter niet of nauwelijks op om samen aanvullende diensten aan te bieden of om samen naar buiten te treden.

Op sommige punten 'concurrert' men zelfs met elkaar. Een voorbeeld dat tijdens het klantenpanel naar voren kwam is het gratis kopje koffie van de buurtinfowinkel dat omzet wegneemt bij de horecaondernemer. Ook op het gebied van veiligheid is er sprake van 'concurrentie'. Vanwege jongerenoverlast sluit de ene organisatie bijvoorbeeld de centrale deur af, waardoor bezoekers van een andere organisatie (activiteiten) het gebouw niet in kunnen.

Kortom, de conceptgedachte sluit het beste aan bij de organisaties die actief zijn binnen het SPIL-centrum. Bij de overige organisaties is er veel minder sprake van 'conceptueel denken'. Hoewel dit soms wel het streven is, bewijst de realiteit dat er in de praktijk niet vanuit het concept de toeloop gedacht en gehandeld wordt.

3.2. Aanbevelingen

Volg de verbeteringen m.b.t. de infrastructuur op.

- a. Veiligheid
- b. Bewegwijzering
- c. Etc.

Ontwikkel nieuwe diensten. Er zijn ons inziens twee ontwikkelrichtingen:

- 1 de toeloop als verzamelgebouw (huidige situatie). Ieder ontwikkelt diensten vanuit zijn eigen organisatie zonder (veel) samenhang met anderen.
- 2 'Concept' de toeloop. De organisaties ontwikkelen samen nieuwe diensten die het concept de toeloop versterken. Hiervoor is het nodig om de toeloop als concept verder te ontwikkelen (bijvoorbeeld voor en door Doormakkers) en dit ook zo te promoten.

Het beleid van Woonbedrijf is altijd geweest om de toeloop als concept in de markt te zetten. In de huidige situatie zien wij de toeloop echter vooral als 'verzamelgebouw'.

1) De toeloop als verzamelgebouw gericht op de buurt

Door de aangedragen verbeterpunten op te pakken en knelpunten te verhelpen wordt (blijft) de toeloop een verzamelgebouw met voorzieningen en activiteiten die gericht zijn op de buurt. Het onderzoek onder huurders, buurtbewoners en gebruikers van de toeloop biedt voldoende aanknopingspunten ter optimalisering van de toeloop. Het gebruikersoverleg in stand houden is voldoende om de toeloop te laten functioneren naar tevredenheid van de huurders.

De naamsbekendheid van de toeloop zal stijgen. De productbekendheid zal bij een gelijkblijvend aanbod ook stijgen, zij het in mindere mate.

Indien voor deze richting gekozen wordt, is het de vraag welke toegevoegde waarde de toeloop precies voor de wijk heeft.

2) De toeloop als buurtcentrum voor en door de buurt

Hiervoor moeten niet alleen de genoemde verbeterpunten gerealiseerd worden, maar ook moet de toeloop meer als concept neergezet worden. Dit vergt een betere (intensieve) samenwerking van de betrokken partijen en een andere denkwijze.

Ter illustratie, tijdens het klantenpanel werd het voorbeeld genoemd van de bridgeclub die nu uitwijkt naar de tenniskantine omdat het gebruik van de toeloop voor hen te duur is. Wanneer de toeloop als concept voor en door de buurt neergezet wordt, is er welk plek voor de bridgeclub.

De betrokken partijen regelen dit met elkaar. Bijvoorbeeld door de koffie te laten schenken door een vrijwilliger (buurtbewoner) of door voor de koffie of de zaalhuur een (mede) financierende partij te vinden. Zo werden er nog meer voorbeelden van verenigingen, clubs e.d. genoemd die nu eigenlijk niet in de wijk terecht kunnen, waar er vroeger wel plek voor hen was. De toeloop kan hierin de oplossing bieden, waardoor de maatschappelijke waarde voor de buurt enorm toe zal nemen.

Binnen dit 'concept' de toeloop ontwikkelen de partijen door onderlinge samenwerking nieuwe producten/diensten. Zowel de naamsbekendheid als de productbekendheid zal toenemen. De toeloop sluit beter aan op de wensen van de buurt.

De markt vraagt om meer diensten. Binnen een concept is dit veel makkelijker te realiseren. Een concept is makkelijker te 'vermarkten' en voor de huurders is de meerwaarde van een conceptuele aanpak dat men elkaar de bal (oftewel de klant) makkelijker toespeelt. Zo kan de school, vanwege de vele contacten met kinderen, ouders en gezinnen, de klant 'binnenhalen' en binnen het concept kunnen de andere organisaties hiervan profiteren.

Het is wel aannemelijk dat de horeca binnen dit concept anders ingezet moet worden, mede doordat de trend is dat de bestedingen van mensen na het sporten afnemen. De horeca kan bijvoorbeeld (meer) bij andere activiteiten ingezet worden. Ook kan de horecaruimte binnen het concept voor andere activiteiten gebruikt worden.

Tot slot

Bij het 'concept' de toeloop is er sprake van een samenhangend geheel tussen de (nu nog) 'losse' activiteiten. Om de buurtbewoners beter te kunnen bedienen, is het gewenst om de huidige situatie om te buigen naar het genoemde concept, zodat herkenbaarder wordt waar de toeloop voor staat. Op basis van het onderzoek is onze verwachting dat buurtbewoners dan meer gebruik zullen maken van de toeloop.

Colofon

Opdrachtgever	Stichting Woonbedrijf SWS.Hhvl
Auteurs	Dr. Freek de Meere (Verwey-Jonker Instituut)
Met medewerking van	Hamid Dardour (Woonbedrijf), Ron Jeuriëns (Woonbedrijf) en Ellis Kluijt (Woonbedrijf)
Uitgave	Verwey-Jonker Instituut Kromme Nieuwegracht 6 3512 HG Utrecht T (030) 230 07 99 E secr@verwey-jonker.nl www.verwey-jonker.nl

De publicatie is te bestellen via www.verwey-jonker.nl

ISBN 978-90-5830-472-8

© Verwey-Jonker Instituut, Utrecht 2011.

Het auteursrecht van deze publicatie berust bij het Verwey-Jonker Instituut.

Gedeeltelijke overname van teksten is toegestaan, mits daarbij de bron wordt vermeld.

The copyright of this publication rests with the Verwey-Jonker Institute.

De toeloop is een wijkcentrum in het stadsdeel Tongelre in Eindhoven. Het gebouw is geopend in 2009 en verbindt een krachtwijk en een nieuwbouwwijk in ontwikkeling. In december 2004 maakte de woningcorporatie Woonbedrijf een plan van aanpak voor de toeloop. Daarin werd een succesvol gebruik centraal gesteld. Deze nadruk past in de doelstellingen van Woonbedrijf. Het beleid is gericht op een goede woning in een goede buurt. In deze rapportage willen we inzicht geven in hoe de toeloop in het eerste jaar gebruikt werd en welke meerwaarde dit heeft gegeven voor de samenwerkende partijen in het gebouw, voor de wijkbewoners en Woonbedrijf.

Voor dit onderzoek verzamelden we informatie uit verschillende bronnen. Daaruit komt het beeld naar voren dat de toeloop een positief verschil weet te maken voor Doornakkers en Berckelbosch. Bewoners van beide wijken kennen de toeloop, maken er gebruik van en waarderen het. De woningen in de onmiddellijke nabijheid van de toeloop zijn meer gewild. De publicatie bevat aandachtspunten voor de komende jaren.

