



# woonCompagnie

Rapportage 3<sup>e</sup> Bewonerspanel: communicatie

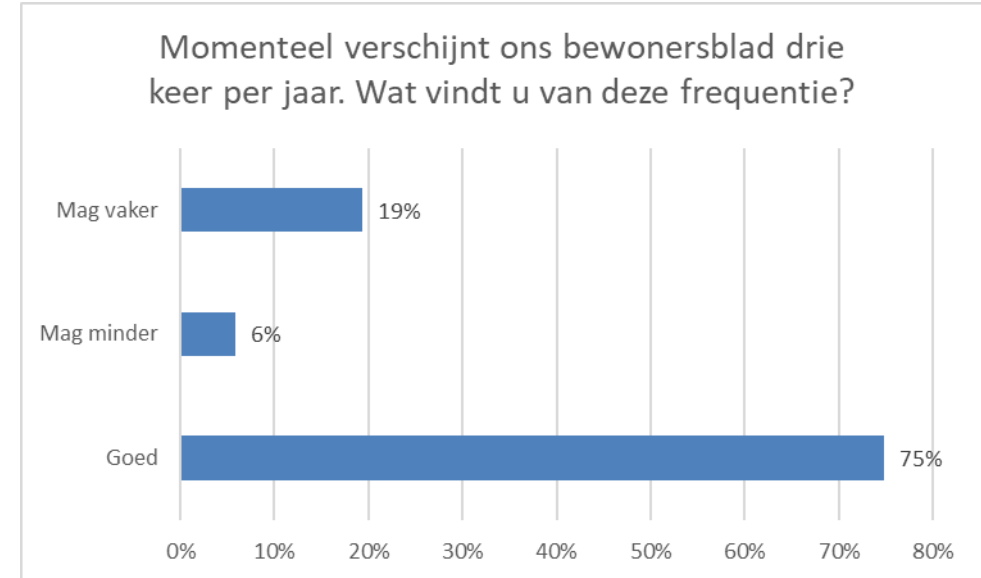
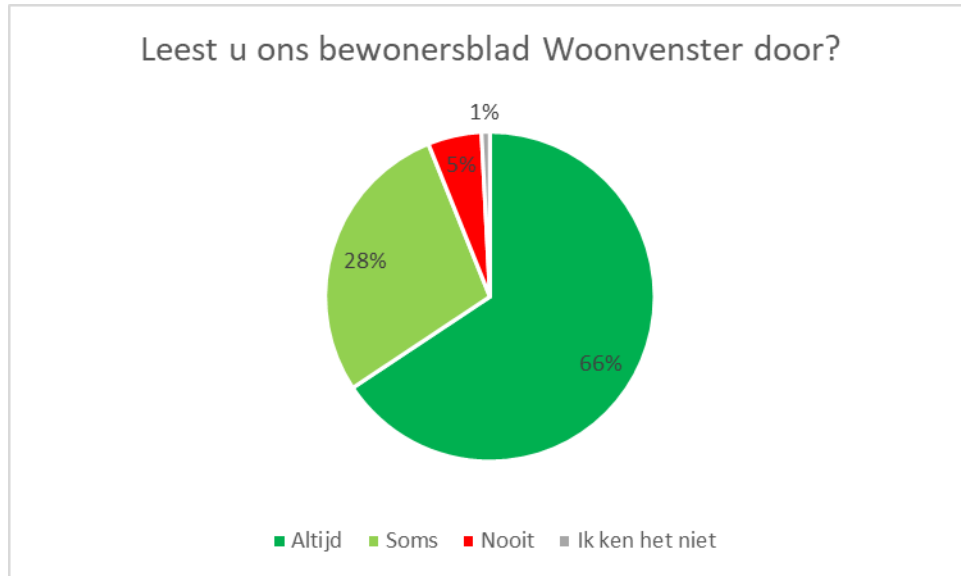
5 juni 2022

- Wooncompagnie heeft als ambitie vaker huurders te betrekken bij keuzes die gemaakt moeten worden in beleid en visie. Hiermee is gestart als input voor het nieuwe koersplan.
- Om de mening van huurders hiervoor op te halen, is in mei 2021 een digitaal onderzoek gehouden. Hiervoor zijn alle huurders benaderd waarvan een e-mailadres bekend was. Aan het einde van het onderzoek is aan hen gevraagd of men interesse heeft om vaker aan dit soort onderzoeken mee te doen. De groep van huurders hierop 'ja' antwoordde, is "het bewonerspanel" van Wooncompagnie geworden. Voor het derde onderzoek is dan ook deze groep, van inmiddels 925 bewoners, benaderd.
- In deze rapportage wordt verslag gedaan van de resultaten van het derde onderzoek. Hierin staat het onderwerp communicatie centraal.
- In de rapportage wordt hoofdzakelijk ingegaan op het totaal aan antwoorden die bewoners hebben gegeven. Verschillen naar leeftijdsklassen zullen alleen worden aangegeven indien deze relevant en significant zijn.
- Voor de onderzoeken onder de bewoners wordt gebruik gemaakt van SurveyMonkey, dit is een online enquête tool die ook intern wordt gebruikt.
- De onderzoeken zijn uitgevoerd en gerapporteerd door Maurice Caniels, een externe onderzoeksadviseur.



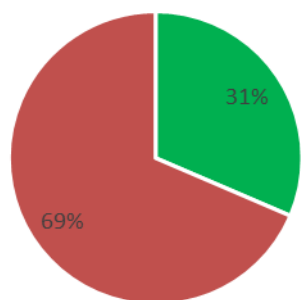
- Op vrijdag 20 mei 2022 zijn de 925 panelleden benaderd om mee te doen aan het derde bewonerspanelonderzoek. Op dinsdag 24 mei volgde een reminder om alsnog mee te doen of om de vragenlijst af te maken (97 panelleden hadden de vragenlijst tot dan toe gedeeltelijk ingevuld).
- Uiteindelijk hebben 500 huurders de vragenlijst volledig ingevuld. Nog eens 106 huurders vulden een (groot) gedeelte in. Zoals verwacht haakten de meesten van hen af bij het onderdeel "interactieve video's". De totale respons van 606 betekent een respons van 66%. Bij het tweede bewonerspanel was dit 60%.
- De huurders die dit derde onderzoek volledig invulden (500), zijn als volgt verdeeld naar leeftijdsklasse. Ook dit is vergelijkbaar met voorgaande onderzoeken. Van 3 respondenten is de leeftijd niet bekend.

Leeftijdsklasse	Aantal	In %
30 jaar en jonger	11	2%
31-40 jaar	28	6%
41-50 jaar	56	11%
51-60 jaar	95	19%
61-70 jaar	165	33%
71 jaar en ouder	142	29%



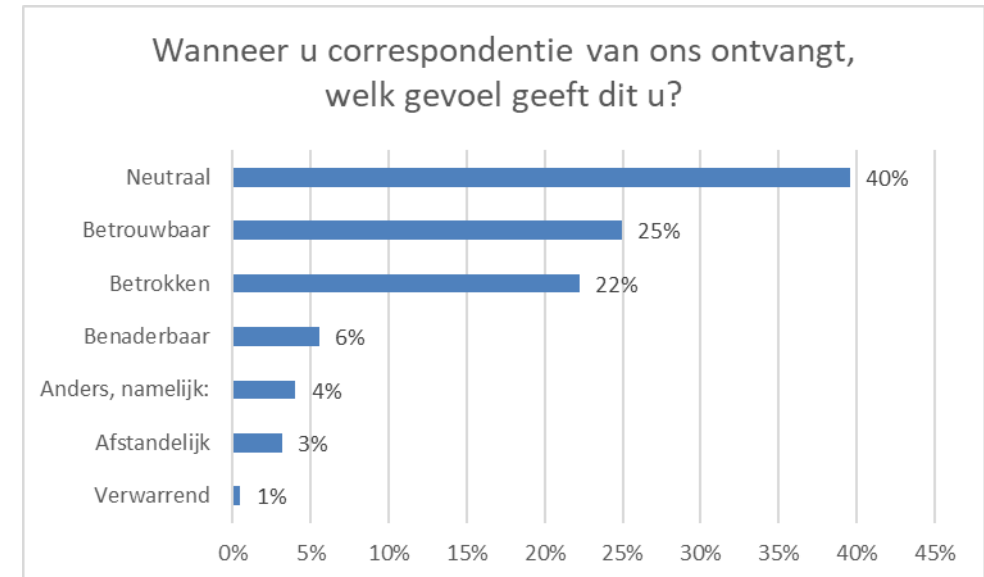
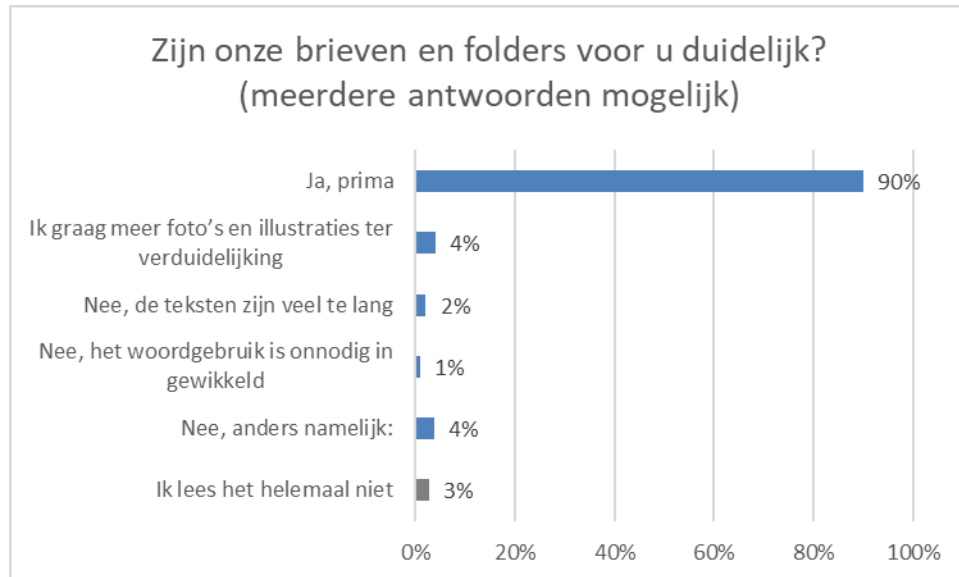
- Tweederde van de panelleden geeft aan het bewonersblad altijd te lezen. Dit percentage neemt fors toe naarmate de leeftijd van de bewoner hoger ligt (31-40 jaar: 36%, 41-50 jaar: 40%, 51-60 jaar: 55%, 61-70 jaar: 75%, 71 jaar en ouder: 82%). Slechts 6% van de panelleden leest het nooit of kent het überhaupt niet.
- De frequentie van verschijnen is voor driekwart van de panelleden die het blad lezen precies goed. Voor twee op de tien van deze panelleden mag de frequentie wel hoger. Van hen heeft 45% een gewenste frequentie van 6x, 31% 4x, 13% 12x en 10% 5x.

We hebben de lettergrootte in Woonvenster én onze brieven vergroot. Is dit u opgevallen?



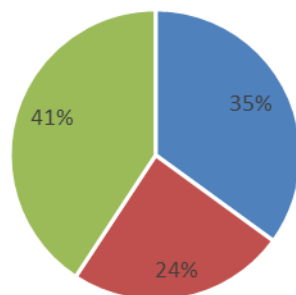
■ Ja, dat is mij opgevallen ■ Nee, is mij niet opgevallen

De meerderheid van de panelleden (69%) geeft aan dat de vergrote lettergrootte hen niet is opgevallen. De panelleden die dit wel is opgevallen, vinden het een prettige verbetering. Zeker voor de ouderen en slechtzienden is de leesbaarheid hiermee duidelijk verbeterd.



- Negen op de tien panelleden vinden de brieven en folders duidelijk. Qua duidelijkheid zijn er weinig panelleden die zaken anders willen. Wel wordt er door een aantal bewoners gewezen op het ontbreken van voor hen relevante informatie (bijv. wel een aankondiging van werkzaamheden, maar geen vervolg; geen info over toekomstplannen zoals nieuwbouw of zonnepanelen; beperkte informatie bij onderhoud en soms door een derde partij i.p.v. Wooncompagnie).
- De correspondentie van Wooncompagnie geeft de panelleden niet een duidelijk gevoel. Het vaakst wordt er dan ook gekozen voor een neutraal gevoel. Daarna worden betrouwbaar en betrokken duidelijk het vaakst genoemd. Slechts 4% van de panelleden houdt een negatief gevoel over (afstandelijk of verwarrend).

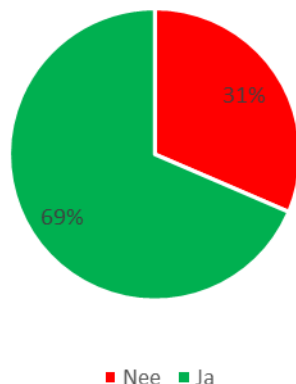
Als wij u informeren, heeft u een voorkeur voor digitale communicatie (e-mail) of op papier?



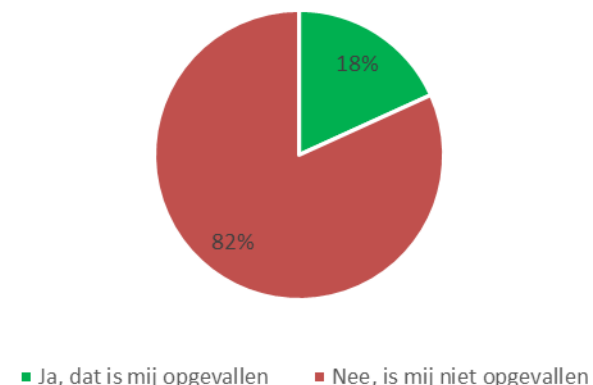
■ E-mail ■ Brief ■ Beiden (afhankelijk van welke informatie)

- De voorkeur voor papier of digitaal is erg persoonsafhankelijk en ook afhankelijk van het soort informatie. Naar leeftijd komt ook geen duidelijk voorkeur naar voren.
- Op papier ontvangt men het liefst: alle belangrijke zaken (vooral informatie over huurverandering en onderhoud), persoonlijke informatie, financiële informatie of informatie met eventuele financiële gevolgen en informatie met belangrijke datums.
- Per e-mail ontvangt men het liefst: afspraken/afpraakbevestigingen, algemene informatie (niet gekoppeld aan de bewoner of de woning), minder belangrijke zaken of nieuwsberichten.

Kijkt u wel eens op de website van Wooncompagnie?



We hebben de lettergrootte op de website vergroot. Is dit u opgevallen?



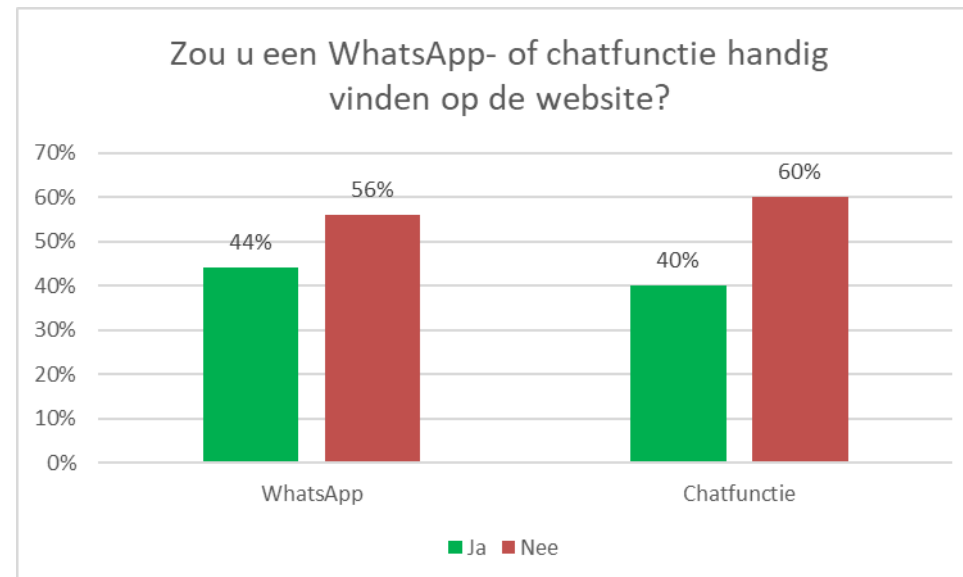
- Ruim tweederde van de panelleden kijkt wel eens op de website van Wooncompagnie. Bij de groep bewoners van 71 jaar en ouder is dit 58%.
- Redenen om de website niet te bekijken/gebruiken zijn: alleen in het geval men specifiek iets moet weten (gericht op zoek naar bepaalde info), 'nooit bij stil gestaan', belangrijke zaken komen vanzelf wel per post of e-mail, geen interesse/reden, niet nodig (geweest), liever niet alles online/digitaal willen.
- Bij ruim acht op de tien panelleden die de website wel eens bezoeken, is de vergrote lettergrootte op de website niet opgevallen. De panelleden die het wel opviel, geven aan dat dit prima en prettig leesbaar is.



### Waarvoor bezoekt u onze website met name?

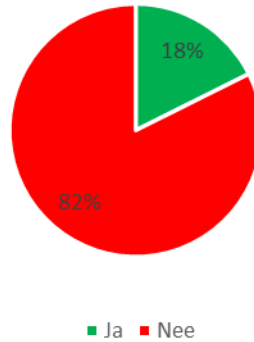
De volgende zaken worden hierbij het vaakst genoemd (in aflopende volgorde):

- Reparatieverzoek doen
- Woningaanbod bekijken
- Nieuws / algemene informatie
- Zomaar, even kijken (niet op zoek naar specifieke informatie)
- Contactinformatie: telefoonnummers, e-mailadressen
- Onderhoud
- Huur betalen
- Informatie over projecten die op komst zijn



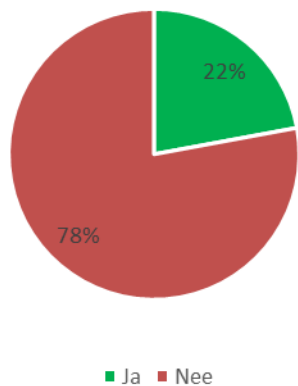
- De vindbaarheid van de informatie wordt door bijna alle panelleden die de website wel eens bezoeken als positief beoordeeld: 91% geeft aan makkelijk te kunnen vinden waar men naar op zoek was. Voor een aantal panelleden is de gewenste informatie niet te vinden of soms (diep) verstopt op de website.
- 85% geeft aan geen informatie op de website te missen. Informatie dat bij de andere groep van panelleden (15%) wel gemist wordt: planning met wanneer er wat met de woningen gaat gebeuren, contactpersonen voor specifieke problemen/vragen, planning voor de toekomst per wijk, informatie over zonnepanelen (voor wie en welke woningen).
- Voor een chatfunctie of WhatsApp op de website lopen de panelleden nog niet massaal warm. Bij de groep bewoners van 40 jaar en jonger is er duidelijk meer animo voor WhatsApp. De behoefte aan een chatfunctie neemt af naarmate de leeftijd van de bewoner hoger is.

Volgt u onze communicatie op de Social media kanalen, zoals bijvoorbeeld Facebook, Twitter, Instagram of LinkedIn?

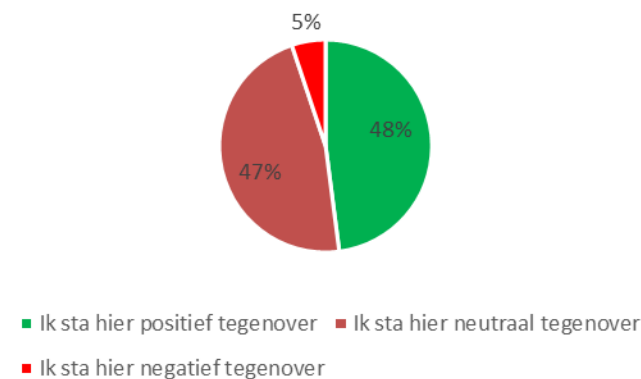


- Slechts 18% van de panelleden geeft aan de communicatie van Wooncompagnie op social media te volgen. Bij de groep bewoners van 40 jaar en jonger ligt dit percentage beduidend hoger (tussen 40 en 50 procent).
- Door de panelleden die deze kanalen wel volgen, wordt een aantal verbeteruggesties gedaan: überhaupt meer informatie posten via deze kanalen, overweeg ook zaken in het Engels te posten en misschien aandacht hebben voor zaken betreffende de leefomgeving.

Had u al eens eerder een interactieve video van Wooncompagnie bekeken?



Hoe staat u tegenover onze interactieve video's over het Service abonnement en/of Hinder & overlast?



- De panelleden werd vervolgens gevraagd onderstaande twee video's te bekijken: [Service Abonnement \(wooncompagnie.nl\)](https://www.wooncompagnie.nl) [Video hinder / overlast \(wooncompagnie.nl\)](https://www.wooncompagnie.nl)
- Ruim driekwart van de panelleden gaf hierbij aan nog nooit een soortgelijke interactieve video van Wooncompagnie te hebben bekeken.
- De video's worden door een grote groep panelleden als iets positiefs gezien (48%), de andere panelleden staan hier vooral neutraal in. Slechts 5% is hier niet zo over te spreken.
- Een aantal panelleden geeft aan de video's een beetje kinderachtig te vinden. Verder worden er vraagtekens geplaatst bij de realiteitsgehalte van de video over hinder/overlast en hebben bewoners liever persoonlijk contact met een medewerker bij dit soort onderwerpen. De video's worden vooral ook als positief gezien voor mensen die de Nederlandse taal minder machtig zijn of dyslectisch zijn.



Als onderwerp voor eventuele volgende interactieve video's springen er twee duidelijk uit: “Energiebesparing verwijzen naar installatie” en “Renovatie”. Ruim een derde heeft geen behoefte aan andere video's.

Een aantal panelleden deed andere suggesties:

- Wat mag je wel veranderen in de huurwoning en wat niet? En wat moet in overleg?
- Zonnepanelen
- Tips voor energiebesparende oplossing in huis en voor klimaatbestendig maken van de tuin
- Leefomgeving / buurtverbetering
- Informatie over welk onderhoud des verhuurders is en welk des huurders

	Bewonersblad Woonvenster	Folders	Informatieboekjes	Brieven	Website	Social media
Rapportcijfer	7,7	7,4	7,4	7,6	7,6	6,9
# reacties	475	348	315	470	409	196

- Tot slot vroegen we alle panelleden de verschillende communicatiemiddelen/kanalen te beoordelen. Ze konden hierbij een rapportcijfer (1-10) geven of eventueel kiezen voor 'weet niet / n.v.t.'. Zo is het aantal reacties voor de communicatie via social media kanalen van Wooncompagnie een stuk lager dan voor de communicatie via het bewonersblad.
- De scores ontlopen elkaar niet veel en zijn prima (tussen 7,4 en 7,7), alleen de social media als communicatiekanaal scoort iets lager. Hier zit dus nog wel verbeterpotentieel.
- Als laatste vraag vroegen we de panelleden naar tips voor de (schriftelijke) communicatie naar bewoners. Op de volgende sheets wordt een overzicht van alle (relevante) antwoorden gegeven.