

# ***Imago-onderzoek Stichting Eemland Wonen 2013***

Rapport  
Stichting Eemland Wonen

USP

Marketing Consultancy bv

BMC  
april 2013  
ing. W. Vos (BMC)  
M. Verschoor (USP)  
Projectnummer: 046054  
Correspondentienummer: DH-2803-62695

# INHOUD

HOOFDSTUK 1	AANLEIDING	3
	1.1 Imago-onderzoek is input voor het nieuwe ondernemingsplan	3
	1.2 Opzet van het onderzoek	3
HOOFDSTUK 2	ONDERZOEKSVERANTWOORDING	5
	2.1 Toegepast imagomodel	5
	2.1 Respons en representativiteit	5
	2.2 Resultaten op vijfpuntsschaal	6
	2.3 Overige vragen	7
	2.4 SPSS-databestand	7
HOOFDSTUK 3	RESULTATEN: BEKENDHEID EN ASSOCIATIES	8
	3.1 Bekendheid	8
	3.2 Spontane associaties	8
HOOFDSTUK 4	RESULTATEN: IMAGO ONDER HUURDERS	10
	4.1 Imagoscore op aanjagerniveau	10
	4.2 Imagoscore op stellingenniveau	11
	4.3 Imagoscore uitgesplitst naar mate van kennen	13
	4.4 Huidige imagoscore versus gewenst imago	14
	4.5 Veranderend beeld over Eemland Wonen	15
HOOFDSTUK 5	RESULTATEN: IMAGO ONDER OVERIGE INWONERS	17
	5.1 Imagoscore op aanjagerniveau	17
	5.2 Huidige imagoscore versus gewenst imago	17
	5.3 Veranderend beeld over Eemland Wonen	18
HOOFDSTUK 6	RESULTATEN: IMAGO ONDER STAKEHOLDERS	20
	6.1 Imagoscore op aanjagerniveau	20
	6.2 Imagoscore op stellingenniveau	20
	6.3 Huidige imagoscore versus gewenst imago	22
	6.4 Veranderend beeld over Eemland Wonen	22

HOOFDSTUK 7	RESULTATEN: IMAGO ONDER EIGEN PERSONEEL	24
7.1	Imagoscoring op aanjagerniveau	24
7.2	Imagoscoring op stellingenniveau	24
7.3	Huidige imagoscoring versus gewenst imago	26
HOOFDSTUK 8	RESULTATEN: TOTAALBEELD	28
8.1	Imagoscoring op aanjagerniveau	28
8.2	Veranderend beeld over Eemland Wonen	30
HOOFDSTUK 9	RESULTATEN: BEWONERSBLAD	32
HOOFDSTUK 10	RESULTATEN: VERKOOP VAN BESTAANDE HUURWONINGEN	33
HOOFDSTUK 11	CONCLUSIES	34
BIJLAGE 1	ACHTERGRONDKENMERKEN STEEKPROEF	36
BIJLAGE 2	VERGELIJING MET DE BENCHMARK	38

# Hoofdstuk 1

## Aanleiding

### 1.1 Imago-onderzoek is input voor het nieuwe ondernemingsplan

Stichting Eemland Wonen is een woningcorporatie die circa 2.700 woningen verhuurt, vooral in de gemeente Baarn. De corporatie is actief in deze gemeente op alle terreinen van het wonen: beheer en onderhoud, nieuwbouw, leefbaarheid en het huisvesten van bijzondere doelgroepen.

De afgelopen paar jaar hebben zich op het gebied van wonen belangrijke wijzigingen voorgedaan, waarmee ook Eemland Wonen wordt geconfronteerd:

- Er verhuizen nog maar weinig mensen, als gevolg van een laag vertrouwen in de toekomst.
- De waarde van woningen is sterk gedaald.
- Woningcorporaties moeten door middel van de Verhuurdersheffing bijdragen aan het verkleinen van het overheidstekort.

Als gevolg van deze veranderingen heeft de directie van Eemland Wonen het gevoel op een 'kruispunt' te staan. Achter haar liggen de 'goede, oude' tijden en vóór haar ligt een 'nieuwe' tijd, die ongewis is maar waarin in elk geval de financiële mogelijkheden beperkt zijn. De directie van Eemland Wonen wil daarom een nieuw ondernemingsplan maken, waarin zij aangeeft wat haar missie en visie zijn en welke doelstellingen daaruit voortvloeien.

Om het nieuwe ondernemingsplan te kunnen schrijven is het belangrijk dat de directie van Eemland Wonen weet hoe haar huurders, stakeholders en eigen medewerkers het huidige functioneren van de corporatie ervaren en wat zij van Eemland Wonen verwachten. Eemland Wonen gebruikt deze informatie voor de koers die zij in het nieuwe ondernemingsplan wil uitzetten.

Eemland Wonen heeft BMC opdracht gegeven voor het imago-onderzoek. BMC heeft het onderzoek samen met USP Marketing Consultancy uitgevoerd.

### 1.2 Opzet van het onderzoek

#### *Doelstelling*

Het doel van dit onderzoek is om antwoord te geven op de volgende vragen:

- Welk beeld en welke verwachtingen (huidig imago) hebben de huurders, de overige inwoners van Baarn, de stakeholders en het eigen personeel van Eemland Wonen?
- In hoeverre komen deze beelden en verwachtingen in de buurt van het (volgens dezelfde doelgroep) 'idealiter' gewenste imago van Eemland Wonen en welke verbeteringen komen hieruit voort?
- Hoe verhouden deze beelden en verwachtingen zich tot de gewenste identiteit en voornemens van Eemland Wonen zelf?

### Doelgroepen

In het onderzoek worden vier groepen onderscheiden:

1. De huidige huurders van Eemland Wonen. Deze groep wordt gesplitst in twee subgroepen:
  - a. Sociale sector  
Dit zijn de huurders die zijn aangewezen op de sociale huursector. Deze subgroep wordt gedefinieerd als: de huishoudens met een verzamelinkomen tot € 34.000,— per jaar.
  - b. Vrije sector  
Dit zijn de huurders die vanwege de voordelen een woning huren, zoals het gemak en de flexibiliteit. Deze subgroep wordt gedefinieerd als: de huishoudens met een verzamelinkomen boven € 34.000,— per jaar.
2. Overige inwoners van de gemeente Baarn. Het gaat bij deze groep niet uitsluitend om huurwoningzoekenden, maar om alle huishoudens in Baarn die geen woning van Eemland Wonen huren, dus ook eigenaar-bewoners.
3. De stakeholders van Eemland Wonen. Dit zijn de partijen waarmee Eemland Wonen regelmatig samenwerkt.<sup>1</sup>
4. Het personeel van Eemland Wonen. De kans is groot dat Eemland Wonen op basis van de uitkomsten van het onderzoek een aantal maatregelen neemt. Het draagvlak onder de medewerkers voor dergelijke maatregelen – de wil om zaken (met zijn allen) te veranderen – zal groter zijn wanneer zij ook zelf worden betrokken bij het onderzoek.

### Onderzoeksmethoden

Voor het verkrijgen van de mening van de vier doelgroepen is een vragenlijst opgesteld, die via een telefonische enquête of via internet aan de doelgroepen is voorgelegd (zie tabel 1).

Tabel 1 Gebruikte onderzoeksmethoden

Doelgroep	Onderzoeksmethode	Omvang
Huurders	Telefonische enquête	220 geslaagde gesprekken
Overige inwoners	Telefonische enquête	220 geslaagde gesprekken
Stakeholders	Internetenquête	15 personen
Eigen personeel	Internetenquête	27 personen

USP heeft de steekproef onder de huurders aselekt getrokken op basis van het huurdersbestand van Eemland Wonen. De steekproef onder de overige inwoners is aselekt getrokken met behulp van de meest recente digitale telefoongids.

Alle respondenten hebben vooraf een brief (aan de huurders en de overige inwoners) of een e-mail (aan de stakeholders en het eigen personeel) ontvangen, waarin het doel van het onderzoek is vermeld en is gevraagd om aan het onderzoek mee te werken.

<sup>1</sup> Dit zijn: de Huurdersraad, de Baarnsche Courant, Stichting Welzijn, de gemeente Baarn, Zorgpalet Soest-Baarn, Zorginstelling Amaris, Politie Baarn, Vastbouw, De Bunte Vastgoed, Van Berkum Makelaars en Stichting Woningcorporaties Het Gooi en Omstreken.

## Hoofdstuk 2

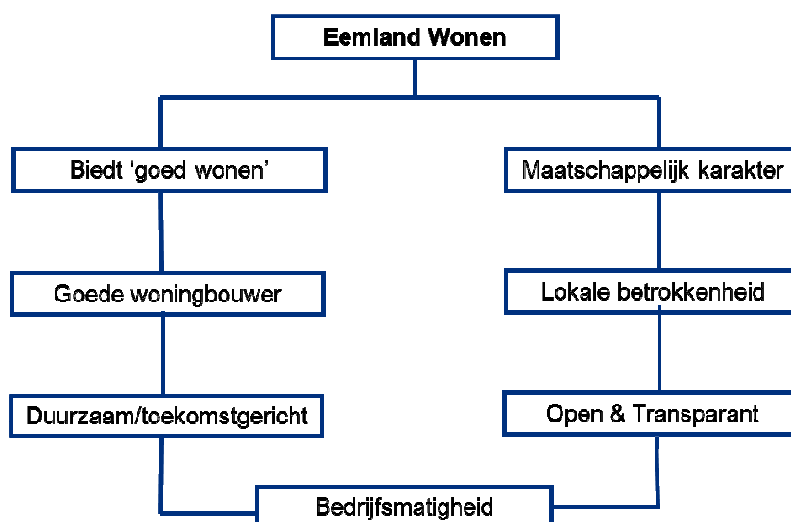
### Onderzoeksverantwoording

#### 2.1 Toegepast imagomodel

Definitie van 'imago':

*'Imago is het nettoresultaat van alle indrukken, ervaringen, kennis, verwachtingen en gevoelens van mensen over een persoon, een groep personen, een product, een dienst of een onderneming.'*  
(Blauw 2004, Van Riel 2001)

Tijdens een bijeenkomst met het managementoverleg (MO) van Eemland Wonen is voor het volgende imagomodel gekozen, waarbij zeven zogenoemde 'aanjagers' worden onderscheiden.



Figuur 1 Imagomodel met zeven 'aanjagers'

#### 2.1 Respons en representativiteit

In tabel 2 is per doelgroep de respons aangegeven. De respons van de doelgroepen huurders, overige inwoners en eigen personeel is voldoende groot om representatieve uitspraken te kunnen doen voor de groepen als geheel. De respons van de stakeholders is daarvoor te klein; de resultaten van deze groep moeten als indicatief worden beschouwd.

Tabel 2 Respons

	Huurders	Overige inwoners	Stakeholders	Eigen personeel
Totaal benaderd	881	2.211	15	27
Geslaagde interviews telefonisch	220	220		
Geslaagde interviews internet			14	24
Respons	25%	10%	93%	89%

## 2.2 Resultaten op vijfpuntsschaal

Per aanjager zijn in overleg met Eemland Wonen vier stellingen geformuleerd, waarbij aan de respondenten is gevraagd in hoeverre zij het eens zijn met de stelling dan wel in hoeverre zij de stelling van toepassing vinden op Eemland Wonen.<sup>2</sup> Hierbij is de volgende vijfpuntsschaal gehanteerd, met de daarbij behorende score (zie tabel 4).

Tabel 3 Vijfpuntsschaal met scores

Vijfpuntsschaal		Score
Zeker niet mee eens	Zeker niet van toepassing	1
Niet mee eens	Niet van toepassing	2
Neutraal	Neutraal	3
Mee eens	Van toepassing	4
Zeer mee eens	Zeer van toepassing	5

Bij de presentatie van de resultaten (zie de hoofdstukken 3 tot en met 7) zijn de gemiddelde scores van de aanjagers en stellingen weergegeven. Hoe hoger dat gemiddelde is, des te meer men een bepaald element van toepassing vindt op Eemland Wonen. Uit eerder uitgevoerde imago-onderzoeken blijkt dat alle waarderingen onder een 3,5 aandacht vergen. In deze rapportage wordt daarom een 'norm' gehanteerd van 3,5.

Naast het *huidige* imago is het door de doelgroepen *gewenste* imago gemeten. Mogelijke verschillen hiertussen (gaps) kunnen aanleiding geven tot aanpassing van het beleid. Aan de hand van open vragen is kwalitatieve input verkregen over de vraag hoe deze mogelijke gaps zijn te dichten. Op deze manier wordt per doelgroep een compleet beeld verkregen van het imago van Eemland Wonen, welke onderdelen voor verbetering in aanmerking komen (gaps tussen huidig en gewenst imago per doelgroep) en hoe Eemland Wonen volgens de doelgroepen gericht kan werken aan het verkleinen van deze gaps.

In de tabellen zijn imagoscores van 3,4 of lager met **rood** aangeduid en scores van 4,0 of hoger met **groen**. 'Negatieve' verschillen tussen het huidige en het door de doelgroep gewenste imago van 0,2 of hoger zijn met **rood** aangeduid en 'positieve' verschillen van 0,2 of hoger zijn met **groen** aangeduid.

In de conclusies die op basis van de grafieken worden getrokken, worden de imagoscores vergeleken met de ambitie die het MO van Eemland Wonen voorafgaand aan het onderzoek heeft vastgesteld. Daarbij heeft het MO uitgesproken dat twee aanjagers het belangrijkste zijn: 'biedt "goed wonen"' en 'goede woningbouwer'.

<sup>2</sup> Aan de groep overige inwoners zijn niet de stellingen voorgelegd maar uitsluitend de aanjagers. omdat zij Eemland Wonen minder goed zullen kennen dan de andere drie groepen (huurders, stakeholders en het eigen personeel).

### **2.3 Overige vragen**

Naast vragen over het weergegeven imagomodel zijn ook enkele vragen opgenomen over:

- het bewonersblad *Huurcontract* van Eemland Wonen (doelgroep huurders);
- de verkoop van bestaande huurwoningen door Eemland Wonen (doelgroep huurders, overige inwoners en stakeholders).

### **2.4 SPSS-databestand**

USP heeft de antwoorden van de respondenten – onderscheiden naar de vier doelgroepen – in een SPSS-bestand gezet. BMC heeft dat bestand geanalyseerd. De resultaten van die analyse zijn opgenomen in deze rapportage.



## Hoofdstuk 3

### Resultaten: bekendheid en associaties

#### 3.1 Bekendheid

Aan de huurders, overige inwoners en stakeholders is gevraagd in hoeverre zij bekend zijn met Eemland Wonen. Zoals mocht worden verwacht, kennen de huurders en stakeholders van Eemland Wonen de corporatie beter dan de overige inwoners. Iets meer dan de helft van de overige inwoners (53%) kent Eemland Wonen van naam.

Tabel 4 Mate van kennen

	Huurders	Overige inwoners	Stakeholders
Ik ken Eemland Wonen niet	0%	0%	0%
Ik ken Eemland Wonen alleen van de aankondiging van dit onderzoek	0%	0%	0%
Ik ken Eemland Wonen van naam	3%	53%	0%
Ik ken Eemland Wonen redelijk	27%	24%	30%
Ik ken Eemland Wonen (zeer) goed	70%	23%	70%

#### 3.2 Spontane associaties

Als respondenten denken aan Eemland Wonen, welke termen en associaties komen dan als eerste in hen op (los van het zijn van een woningcorporatie, woningbouwer of woningverhuurder)? Hieronder staan per doelgroep het aantal positieve, neutrale en negatieve antwoorden en de meest genoemde termen en associaties. Opvallend is dat:

- meer overige inwoners (175) een term of associatie noemen dan huurders (150), terwijl uit tabel 5 blijkt dat huurders Eemland Wonen beter kennen dan de overige inwoners. De termen en associaties die huurders noemen zijn echter wel vaker positief dan die door overige inwoners worden genoemd. Beide groepen noemen de goede dienstverlening/service relatief vaak. Waar in de tabel een '-' staat, is de variatie in genoemde termen en associaties dermate groot dat daaruit geen algemene termen kunnen worden gehaald;
- de stakeholders en het eigen personeel niet of nauwelijks negatieve termen en associaties hebben genoemd.

Tabel 5 Termen en associaties

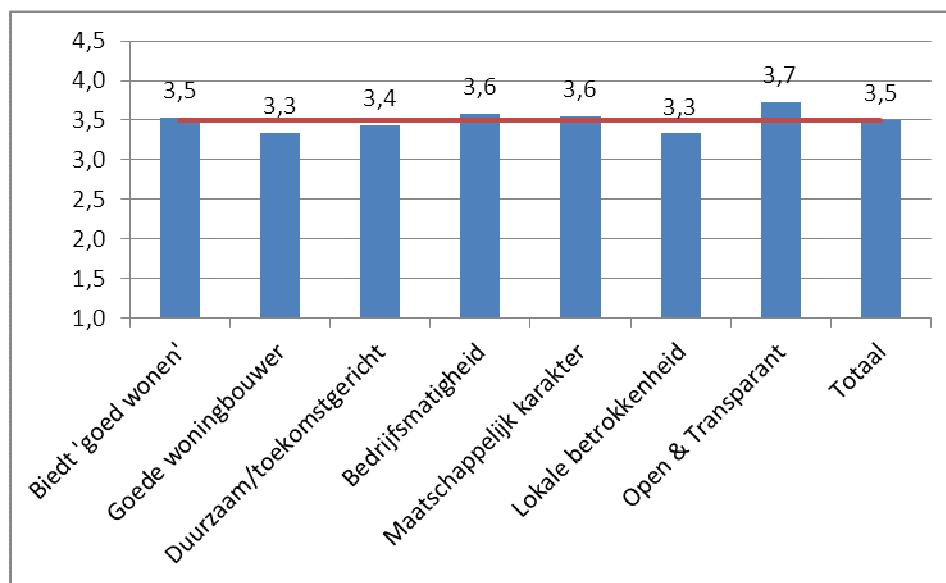
Doelgroep		Vaakst genoemde termen en associaties
Huurders (N = 150)	Positief (51%)	Klantvriendelijk (16) Goede dienstverlening/service (15) Betrouwbaar (6)
	Neutraal (36%)	Huurwoning (22)
	Negatief (13%)	Bureaucratisch/laks (5)
Overige inwoners (N = 175)	Positief (27%)	Goede corporatie (10) Goede dienstverlening/service (4)
	Neutraal (57%)	(Sociale) huurwoning (29)
	Negatief (16%)	Autoritair (3)
Stakeholders (N = 14)	Positief (79%)	Actief (2)
	Neutraal (21%)	-
	Negatief (0%)	-
Eigen personeel (N = 18)	Positief (61%)	Goede organisatie/werkgever (5)
	Neutraal (33%)	Werkgever (2)
	Negatief (6%)	-

## Hoofdstuk 4

### Resultaten: imago onder huurders

#### 4.1 Imagoscore op aanjagerniveau

Onderstaande grafiek (figuur 7) toont de scores van de huurders op de zeven aanjagers.



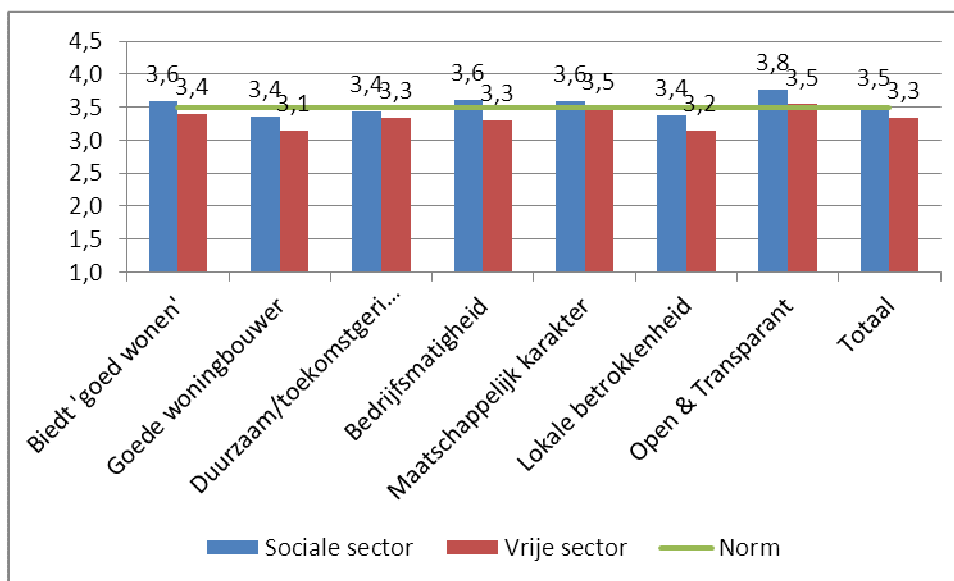
Figuur 2 Imago van huurders op aanjagerniveau

Uit deze grafiek kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- De huurders beoordelen het imago van Eemland Wonen met een gemiddelde totaalscore van 3,5 als 'voldoende'. Omdat Eemland Wonen relatief veel huurders heeft die 55 jaar of ouder zijn (59%, zie bijlage 1), van wie een groot deel al jarenlang een woning huurt van Eemland Wonen en dus de corporatie goed kent, zou een hogere score mogen worden verwacht.
- Er is tamelijk weinig variatie in de scores van de aanjagers: de scores liggen tussen de 3,3 en 3,7.
- Het hoogst scoort de aanjager 'Open & Transparant'.
- Het laagst scoren de aanjagers 'Goede woningbouwer' en 'Lokale betrokkenheid'. Deze en de aanjager 'Duurzaam/toekomstgericht' scoren lager dan de norm van 3,5.

De hiernavolgende grafiek (figuur 3) geeft diezelfde imagoscores, maar dan voor de twee subgroepen: de 'sociale sector' (huishoudens met brutojaarinkomen tot € 34.000,—, N = 159) en de 'vrije sector' (huishoudens met brutojaarinkomen meer dan € 34.000,—; N = 30).<sup>3</sup> Deze 'vrije sector' bestaat uit relatief veel respondenten in de leeftijdsklasse 36 tot 54 jaar.

<sup>3</sup> De 31 huurders (14%) die de vraag over hun inkomen niet hebben beantwoord, zijn buiten beschouwing gelaten.



Figuur 3 Imago van de subgroepen van de huurders op aanjagerniveau

Uit deze grafiek kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- De subgroep 'sociale sector' beoordeelt het imago van Eemland Wonen op alle aanjagers met een hogere score dan de subgroep 'vrije sector'.
- Het verschil is het grootst (0,3 punt) bij de aanjagers 'Goede woningbouwer', 'Bedrijfsmatigheid' en 'Open & Transparant'.

#### 4.2 Imagoscore op stellingenniveau

Als verdieping op de imagoscores op aanjagerniveau zijn in tabel 9 per aanjager de onderliggende imagoscores op de stellingen weergegeven.

Tabel 6 Imagoscore van huurders op stellingenniveau

Aanjager	Stelling	Gemiddeld	Sociale sector	Vrije sector
Biedt 'goed wonen'	De woningen van Eemland Wonen zijn van een goede prijs/kwaliteit	3,6	3,6	3,6
	Eemland Wonen renoveert haar woningen tijdig (indien nodig)	3,3	3,4	3,3
	Eemland Wonen verhelpt vakkundig reparatieverzoeken van huurders	3,7	3,7	3,4
	Eemland Wonen is een klantgerichte organisatie	3,6	3,7	3,3
'Goede woningbouwer'	De woningen die Eemland Wonen bouwt zijn van een goede kwaliteit	3,6	3,7	3,4
	Eemland Wonen bouwt voldoende woningen	3,1	3,1	3,0
	Eemland Wonen bouwt woningen voor de juiste doelgroep (lagere inkomens)	3,3	3,4	3,0*

Aanjager	Stelling	Gemiddeld	Sociale sector	Vrije sector
Duurzaam/ toekomstgericht	Eemland Wonen zet zich in voor duurzaamheid en milieu	3,5*	3,6	3,2*
	Eemland Wonen maakt haar bestaande woningen energiezuiniger (indien nodig)	3,2	3,2	3,1
	De nieuwbouwwoningen van Eemland Wonen zijn energiezuinig	3,6*	3,6*	3,7*
Bedrijfs- matigheid	Eemland Wonen is een efficiënte organisatie	3,6	3,6	3,3
	Bij Eemland Wonen werken deskundige mensen	3,7	3,7	3,5
	Eemland Wonen is een kostenbewuste organisatie	3,5*	3,6*	3,3*
	Eemland Wonen is een organisatie die doet wat ze zegt	3,5	3,6	3,1
Maatschappelijk karakter	Eemland Wonen houdt de huren betaalbaar	3,6	3,6	3,4
	Eemland Wonen biedt woningen voor senioren	3,7	3,7	3,6
	Eemland Wonen biedt woningen voor mensen met een beperking	3,5*	3,5*	3,6*
	Eemland Wonen biedt woningen voor starters	3,4	3,5	3,2
Lokale betrokkenheid	Eemland Wonen weet wat er speelt in de wijken	3,4	3,5	3,3
	De mensen en activiteiten van Eemland Wonen zijn zichtbaar in de wijken	3,2	3,2	3,1
	Eemland Wonen levert een bijdrage aan leefbare wijken	3,5	3,5	3,4
	Eemland Wonen signaleert problemen bij huurders en helpt huurders door hun door te verwijzen naar de juiste instanties	3,3*	3,3*	2,9*
Open & Transparant	Eemland Wonen communiceert tijdig	3,6	3,6	3,4
	Eemland Wonen is een degelijke organisatie	3,8	3,8	3,6
	Eemland Wonen is een toegankelijke organisatie	3,8	3,8	3,6
	Eemland Wonen is een betrouwbare organisatie	3,8	3,8	3,5
Gemiddeld		3,5	3,5	3,3

**Toelichting**

\* = 20% van de respondenten of meer heeft 'weet niet' geantwoord op deze stelling.

Scores van 4,0 of hoger zijn **groen** aangeduid. Scores van 3,4 of lager zijn **rood** aangeduid.

Uit deze tabel kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

Op het niveau van het gemiddelde:

- Geen enkele stelling scoort hoger dan 4,0.
- Acht van de 26 stellingen scoren lager dan de norm van 3,5; Drie van die stellingen vallen onder de aanjager 'Lokale betrokkenheid'.
- Vooral de aanjager 'Duurzaam/toekomstgericht' blijkt bij veel huurders een 'blinde vlek' te zijn, omdat bij twee van de drie stellingen meer dan 20% van de huurders hier 'weet niet' heeft geantwoord.
- In bijlage 1 zijn de stellingen van de huurders, waar mogelijk, vergeleken met de benchmark van USP.

Op het niveau van de subgroepen:

- Op vrijwel alle stellingen geeft de 'vrije sector' lagere scores dan de 'sociale sector'.
- De 'vrije sector' geeft op achttien van de 26 stellingen een lagere score dan de norm van 3,5. Positieve uitzondering is de aanjager 'Open & Transparant', met 'slechts' op één van de vier stellingen een rode score.
- De 'vrije sector' geeft de laagste score (2,9) aan de stelling 'Eemland Wonen signaleert problemen bij huurders en helpt huurders door hun door te verwijzen naar de juiste instanties.' De 'sociale sector' geeft aan deze stelling een wat hogere score (3,3).

#### 4.3 Imagoscore uitgesplitst naar mate van kennen

In tabel 10 is de relatie aangegeven tussen de scores van de huurders op de aanjagers en de mate waarin zij Eemland Wonen kennen.

Tabel 7 Imagoscore van huurders uitgesplitst naar mate van kennen

Aanjager	Gemiddeld	Kent Eemland Wonen van naam	Kent Eemland Wonen redelijk	Kent Eemland Wonen goed	Kent Eemland Wonen zeer goed
Biedt 'goed wonen'	3,5	3,3	3,4	3,7	3,7
'Goede woningbouwer'	3,3	3,1	3,2	3,3	3,3
Duurzaam/toekomstgericht	3,4	3,3	3,3	3,5	3,6
Bedrijfsmatigheid	3,6	3,3	3,6	3,7	3,5
Maatschappelijk karakter	3,6	3,1	3,5	3,6	3,7
Lokale betrokkenheid	3,3	3,4	3,2	3,4	3,5
Open & Transparant	3,7	3,3	3,7	3,9	3,8
Aantal respondenten	220	7	59	87	67

#### Toelichting

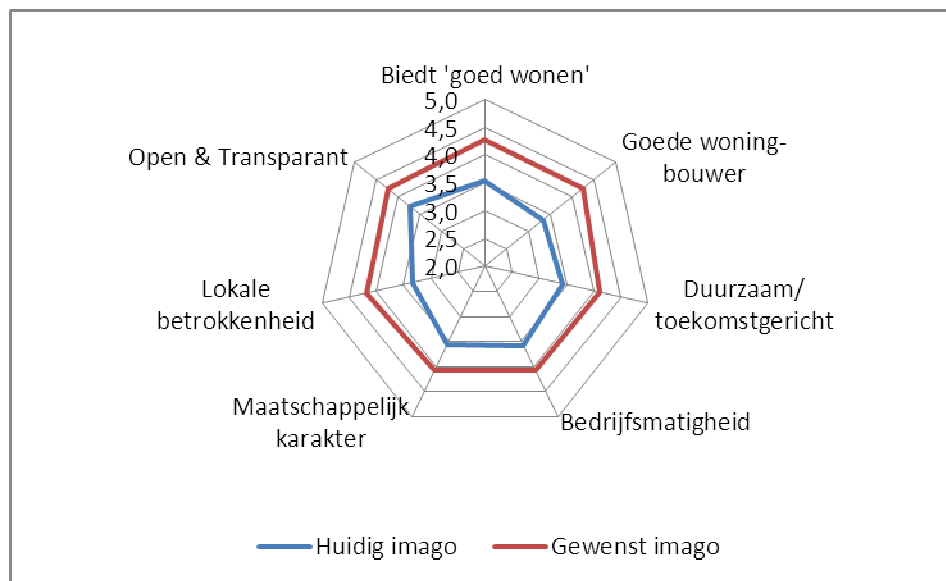
Scores van 0,2 punt of hoger vergeleken met het gemiddelde zijn **groen** aangeduid. Scores van 0,2 punt of lager vergeleken met het gemiddelde zijn **rood** aangeduid.

Uit deze tabel kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- Over het algemeen geven de huurders een hogere score naarmate zij Eemland Wonen beter kennen. Dat is een positieve uitkomst.
- Maar ook de huurders die Eemland Wonen zeer goed kennen, geven geen scores hoger van 4,0 of hoger.

#### 4.4 Huidige imagoscore versus gewenst imago

In de volgende grafiek (figuur 4) zijn zowel de huidige imagoscores van de huurders, als de gewenste imagoscores weergegeven.



Figuur 4 Huidige en gewenste imagoscore van huurders

Uit deze grafiek kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- Bij alle aanjagers is de door huurders gewenste imagoscore (veel) hoger dan de huidige imagoscores. Alle aanjagers laten dus een negatieve gap zien.
- De negatieve gap is het grootst bij de aanjagers 'Goede woningbouwer' (1,0) en 'Lokale betrokkenheid' (0,9).
- Als de huidige imagoscores worden vergeleken met de ambitie van het MO van Eemland Wonen, is te zien dat Eemland Wonen vooral op de aanjagers 'Open & Transparant', 'Lokale betrokkenheid' en 'Maatschappelijk karakter' hoger scoort dan de ambitie en vooral op de aanjagers 'Biedt "goed wonen"' en 'Goede woningbouwer' lager scoort dan de ambitie.
- Op alle aanjagers is het door de huurders gewenste imago van Eemland Wonen hoger dan de ambitie van het MO van Eemland Wonen, zelfs bij de twee aanjagers waar de ambitie van het MO het hoogst is ('Biedt "goed wonen"' en 'Goede Woningbouwer').

De verbeterkansen liggen volgens de huurders per aanjager vooral op vlakken die in tabel 8 zijn vermeld. Opvallend is dat 'Beter luisteren naar de huurders' een veelgenoemde verbeterkans is bij vier van de zeven aanjagers.

Tabel 8 Belangrijkste verbeterkansen volgende huurders

Aanjager	N	Verbeterkansen
Biedt 'goed wonen'	99	<ul style="list-style-type: none"> <li>Beter onderhoud plegen/renoveren (31)</li> <li>Beter luisteren naar de huurders (14)</li> </ul>
Goede woningbouwer	96	<ul style="list-style-type: none"> <li>Beter aansluiten bij de behoefte (40)</li> <li>Meer woningen bouwen (12)</li> </ul>
Duurzaam/toekomstgericht	77	<ul style="list-style-type: none"> <li>Woningen beter isoleren (39)</li> <li>Meer voorlichting geven (10)</li> </ul>
Bedrijfsmatigheid	64	<ul style="list-style-type: none"> <li>Afspraken nakomen (11)</li> <li>Beter luisteren naar de huurders (7)</li> <li>Meer/beter personeel aannemen (6)</li> </ul>
Maatschappelijk karakter	79	<ul style="list-style-type: none"> <li>Beter inspelen op de behoefte van doelgroepen, zoals jongeren en senioren (41)</li> <li>Beter communiceren met de huurders (7)</li> </ul>
Lokale betrokkenheid	72	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meer zichtbaar zijn in de wijken/meer contact met huurders (20)</li> <li>Beter communiceren met de huurders (14)</li> <li>Beter luisteren naar de huurders (8)</li> </ul>
Open & Transparant	48	<ul style="list-style-type: none"> <li>Beter communiceren met de huurders (17)</li> <li>Beter luisteren naar de huurders (5)</li> </ul>

#### 4.5 Veranderend beeld over Eemland Wonen

Aan de huurders die langer dan één jaar een woning van Eemland Wonen huren is gevraagd of hun beeld van de corporatie de afgelopen tijd is veranderd. In tabel 9 staan de antwoorden.

Tabel 9 Is het beeld van Eemland Wonen bij huurders de afgelopen tijd veranderd?

Antwoord	Percentage
Positiever geworden	19%
Hetzelfde gebleven	64%
Negatiever geworden	16%
Weet niet/geen mening	1%

De antwoorden van de huurders die hebben aangegeven dat hun beeld van Eemland Wonen positiever of negatiever is geworden, zijn opgenomen in paragraaf 8.2.

De corporatiesector is de laatste maanden negatief in het nieuws geweest. Aan de huurders is gevraagd of deze berichtgeving ook negatieve invloed heeft gehad op het beeld dat zij van Eemland Wonen hebben. Uit tabel 10 blijkt dat dit bij bijna negen van de tien huurders niet het geval is.



*Tabel 10 Heeft berichtgeving over de sector negatieve invloed gehad op beeld van Eemland Wonen bij huurders?*

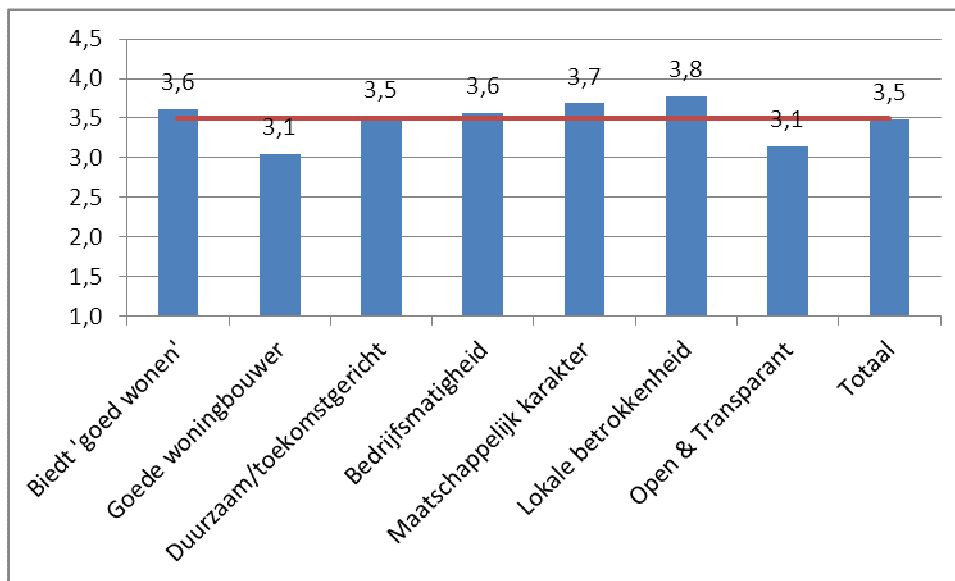
<b>Antwoord</b>	<b>Percentage</b>
Nee	89%
Ja, maar in (zeer) beperkte mate	4%
Ja, in redelijke mate	1%
Ja, in (zeer) grote mate	3%
Weet niet	3%

## Hoofdstuk 5

### Resultaten: imago onder overige inwoners

#### 5.1 Imagoscore op aanjagerniveau

Onderstaande grafiek (figuur 5) toont de scores van de overige inwoners op de zeven aanjagers.



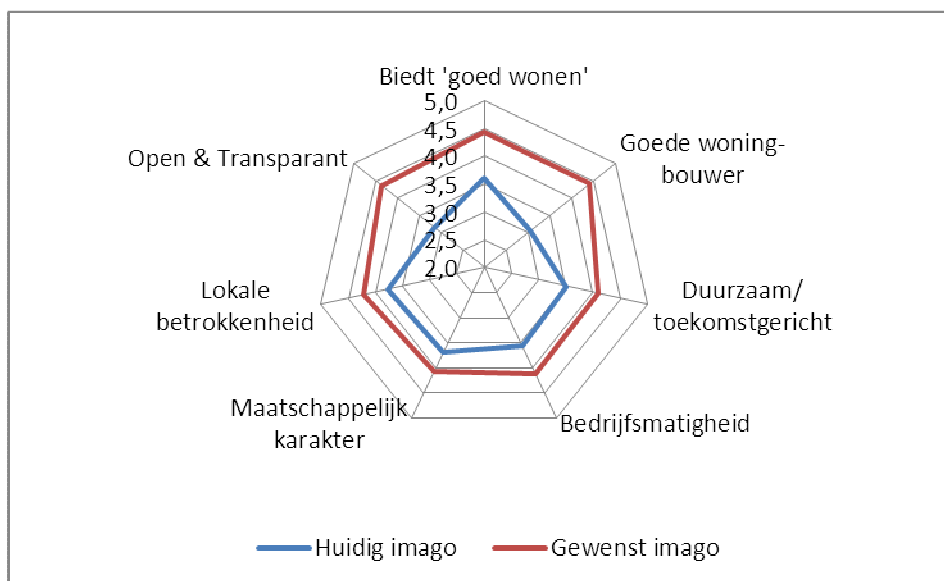
Figuur 5 Imago van overige inwoners op aanjagerniveau

Uit deze grafiek kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- De overige inwoners beoordelen het imago van Eemland Wonen met een gemiddelde totaalscore van 3,5 als 'redelijk'. Deze score komt overeen met die van de huurders.
- De aanjager 'Lokale betrokkenheid' scoort het hoogst (3,8). De huurders geven aan die aanjager juist de laagste score (3,3).
- De aanjagers 'Goede woningbouwer' en 'Open & Transparant' scoren het laagst (3,1). De huurders geven aan de aanjager 'Open & Transparant' juist de hoogste score (3,7).

#### 5.2 Huidige imagoscore versus gewenst imago

In de hiernavolgende grafiek (figuur 6) zijn zowel de huidige imagoscores van de overige inwoners als de gewenste imagoscores weergegeven.



Figuur 6 Huidige en gewenste imagoscore van overige inwoners

Uit deze grafiek kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- Bij alle aanbagers is de door overige inwoners gewenste imagoscore (veel) hoger dan de huidige imagoscores. Alle aanbagers laten dus een negatieve 'gap' zien.
- De negatieve 'gap' is het grootst bij de aanbager 'Goede woningbouwer' (1,3).
- Als de huidige imagoscores worden vergeleken met de ambitie van het MO van Eemland Wonen, is te zien dat Eemland Wonen vooral op de aanbagers 'Lokale betrokkenheid' en 'Maatschappelijk karakter' hoger scoort dan de ambitie en vooral op de aanbager 'Goede woningbouwer' lager scoort dan de ambitie.
- Op alle aanbagers is het door de overige inwoners gewenste imago van Eemland Wonen hoger dan de ambitie van het MO van Eemland Wonen.

### 5.3 Veranderend beeld over Eemland Wonen

Aan de overige inwoners die Eemland Wonen langer dan één jaar kennen is gevraagd of hun beeld over de corporatie de afgelopen tijd is veranderd. In tabel 17 staan de antwoorden.

Tabel 11 Is het beeld van Eemland Wonen bij overige inwoners de afgelopen tijd veranderd?

Antwoord	Percentage
Positiever geworden	20%
Hetzelfde gebleven	62%
Negatiever geworden	13%
Weet niet/geen mening	5%

De antwoorden van de overige inwoners die hebben aangegeven dat hun beeld van Eemland Wonen positiever of negatiever is geworden, zijn opgenomen in paragraaf 8.2. De corporatiesector is de laatste maanden negatief in het nieuws geweest. Aan de overige inwoners is gevraagd of deze berichtgeving ook een negatieve invloed heeft gehad op het beeld dat zij van Eemland Wonen hebben. Uit tabel 12 blijkt dat dit bij ruim acht van de tien overige inwoners niet het geval is.

*Tabel 12 Heeft berichtgeving over de sector negatieve invloed gehad op het beeld van Eemland  
Wonen bij overige inwoners?*

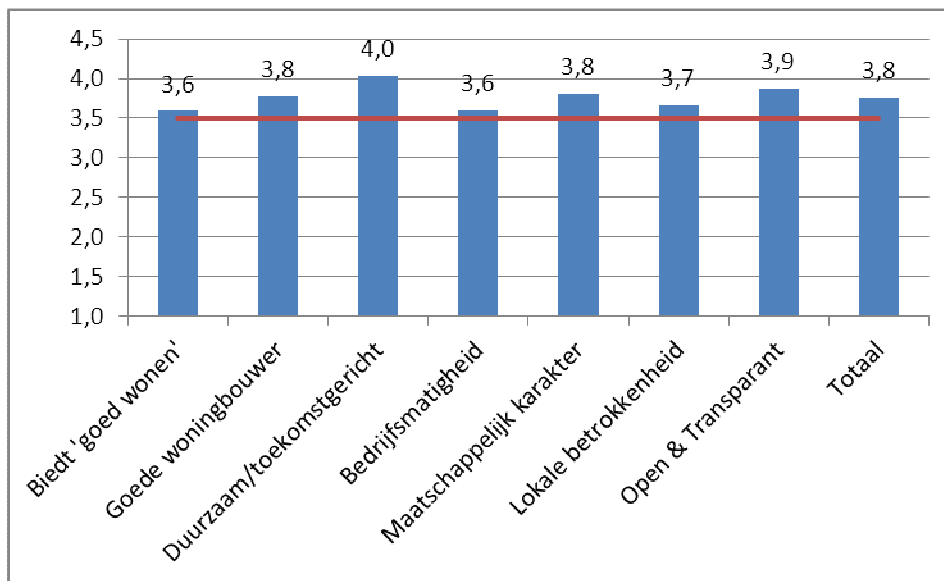
<b>Antwoord</b>	<b>Percentage</b>
Nee	81%
Ja, maar in (zeer) beperkte mate	5%
Ja, in redelijke mate	5%
Ja, in (zeer) grote mate	5%
Weet niet	4%

## Hoofdstuk 6

### Resultaten: imago onder stakeholders

#### 6.1 Imagoscore op aanjagerniveau

Onderstaande grafiek (figuur 7) toont de scores van de stakeholders op de zeven aanjagers.



Figuur 7 Imago van stakeholders op aanjagerniveau

Uit deze grafiek kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- De stakeholders beoordelen het imago van Eemland Wonen met een gemiddelde totaalscore van 3,8 als 'ruim voldoende'. Die score is hoger dan die van de huurders en overige inwoners (3,5).
- Alle aanjagers scoren boven de 'norm' van 3,5.
- Het hoogst scoort de aanjager 'Duurzaam/toekomstgericht' (4,0).
- Het laagst scoren de aanjagers 'Biedt "goed wonen"' en 'Bedrijfsmatigheid' (3,6), net boven de 'norm'.

#### 6.2 Imagoscore op stellingenniveau

Als verdieping op de imagoscores op aanjagerniveau zijn in tabel 13 per aanjager de onderliggende imagoscores op de stellingen weergegeven.

Tabel 13 Imagoscore van stakeholders op stellingenniveau

Aanjager	Stelling	Score
Biedt 'goed wonen'	De woningen van Eemland Wonen zijn van een goede prijs/kwaliteit	3,6*
	Eemland Wonen renoveert haar woningen tijdig (indien nodig)	3,3*
	Eemland Wonen verhelpt vakkundig reparatieverzoeken van huurders	3,7*
	Eemland Wonen is een klantgerichte organisatie	3,8
Goede woningbouwer	De woningen die Eemland Wonen bouwt zijn van een goede kwaliteit	4,3*
	Eemland Wonen bouwt voldoende woningen	3,3
	Eemland Wonen bouwt woningen voor de juiste doelgroep (lagere inkomens)	3,8
	Eemland Wonen beheert en onderhoudt haar woningvoorraad vanuit een doordachte visie	3,7*
Duurzaam en toekomstgericht	Eemland Wonen zet zich in voor duurzaamheid en milieu	4,1
	Eemland Wonen maakt haar bestaande woningen energiezuiniger (indien nodig)	4,4*
	De nieuwbouwwoningen van Eemland Wonen zijn energiezuinig	4,3*
	Eemland Wonen anticipeert tijdig op (markt)ontwikkelingen	3,4
Bedrijfs-matigheid	Eemland Wonen is een efficiënte organisatie	3,4*
	Bij Eemland Wonen werken deskundige mensen	3,9
	Eemland Wonen is een kostenbewuste organisatie	3,6*
	Eemland Wonen is een organisatie die doet wat ze zegt	3,5
Maatschappelijk karakter	Eemland Wonen houdt de huren betaalbaar	3,5*
	Eemland Wonen biedt woningen voor senioren	4,1
	Eemland Wonen biedt woningen voor mensen met een beperking	4,0
	Eemland Wonen biedt woningen voor starters	3,7*
Lokale betrokkenheid	Eemland Wonen weet wat er speelt in de wijken	3,8*
	De mensen en activiteiten van Eemland Wonen zijn zichtbaar in de wijken	3,5
	Eemland Wonen levert een bijdrage aan leefbare wijken	3,9
	Eemland Wonen signaleert problemen bij huurders en helpt huurders door hun door te verwijzen naar de juiste instanties	3,5*
Open & Transparant	Eemland Wonen communiceert tijdig	3,4
	Eemland Wonen is een degelijke organisatie	4,2
	Eemland Wonen is een toegankelijke organisatie	4,0
	Eemland Wonen is een betrouwbare organisatie	3,9
Gemiddeld		3,8

**Toelichting**

\* = 20% van de respondenten of meer heeft 'weet niet' geantwoord op deze stelling.

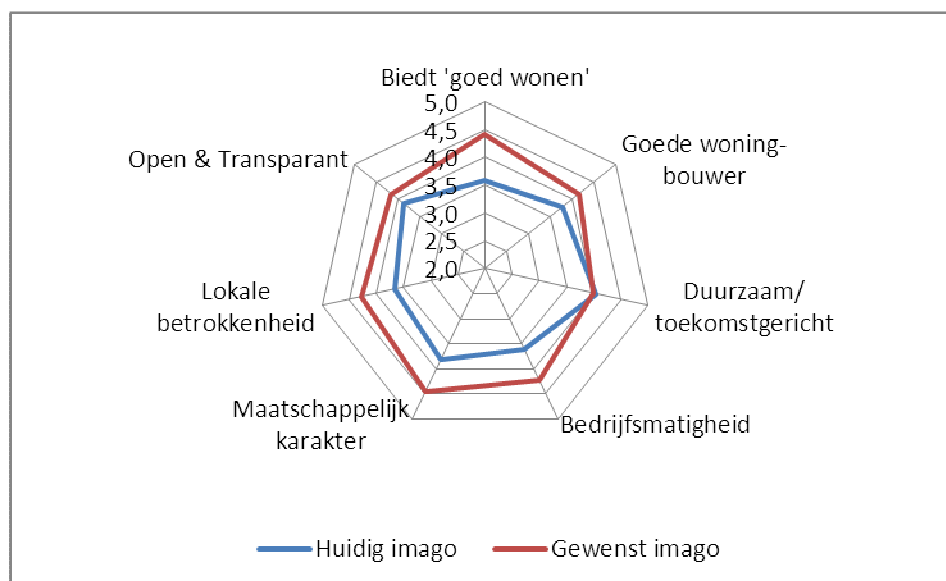
Scores van 4,0 of hoger zijn **groen** aangeduid. Scores van 3,4 of lager zijn **rood** aangeduid.

Uit deze tabel kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- Zeven van de 28 stellingen scoren een 4,0 of hoger. Drie van die stellingen vallen onder de aanjager 'Duurzaam/toekomstgericht'.
- Vijf van de 28 stellingen scoren lager dan de norm van 3,5. Deze rode scores hebben betrekking op vijf verschillende aanjagers.
- Er zijn veel stellingen (13) waarbij 20% of meer van de stakeholders 'weet niet' heeft geantwoord.

### 6.3 Huidige imagoscore versus gewenst imago

In grafiek 21 zijn zowel de huidige imagoscores van de stakeholders, als de gewenste imagoscores weergegeven.



Figuur 8 Huidige en gewenste imagoscore van stakeholders

Uit deze grafiek kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- Bij alle aanjagers is de door stakeholders gewenste imagoscore hoger dan de huidige imagoscores, behalve bij 'Duurzaam/toekomstgericht'. Bijna alle aanjagers laten dus een negatieve gap zien.
- De negatieve gap is het grootst bij de aanjager 'Biedt "goed wonen"' (0,8).
- Als de huidige imagoscores worden vergeleken met de ambitie van het MO van Eemland Wonen, is te zien dat Eemland Wonen op vijf aanjagers hoger scoort dan de ambitie en op de aanjagers 'Biedt "goed wonen"' en 'Goede woningbouwer' lager scoort dan de ambitie.
- Op alle aanjagers is het door de stakeholders gewenste imago van Eemland Wonen hoger dan de ambitie van het MO van Eemland Wonen, vooral op de aanjagers 'Lokale betrokkenheid' en 'Maatschappelijk karakter' is er sprake van een gap.

### 6.4 Veranderend beeld over Eemland Wonen

Aan de stakeholders die langer dan één jaar met Eemland Wonen samenwerken is gevraagd of hun beeld van de corporatie de afgelopen tijd is veranderd. In tabel 14 staan de antwoorden.

*Tabel 14 Is het beeld van Eemland Wonen bij stakeholders de afgelopen tijd veranderd?*

<b>Antwoord</b>	<b>Percentage</b>
Positiever geworden	36%
Hetzelfde gebleven	64%
Negatiever geworden	0%
Weet niet/geen mening	0%

De antwoorden van de stakeholders die hebben aangegeven dat hun beeld over Eemland Wonen positiever of negatiever is geworden, zijn opgenomen in paragraaf 8.2.

De corporatiesector is de laatste maanden negatief in het nieuws geweest. Aan de stakeholders is gevraagd of deze berichtgeving ook negatieve invloed heeft gehad op het beeld dat zij van Eemland Wonen hebben. Uit tabel 15 blijkt dat dit bij bijna negen van de tien stakeholders niet het geval is. Dit is een heel positieve score, omdat de goede relatie die Eemland Wonen blijktbaar heeft met haar stakeholders, haar 'beschermt' in moeilijke tijden, zoals bij negatieve berichtgeving.

*Tabel 15 Heeft berichtgeving over de sector negatieve invloed gehad op het beeld van Eemland Wonen bij stakeholders?*

Nee	86%
Ja, maar in (zeer) beperkte mate	7%
Ja, in redelijke mate	7%
Ja, in (zeer) grote mate	0%
Weet niet	0%

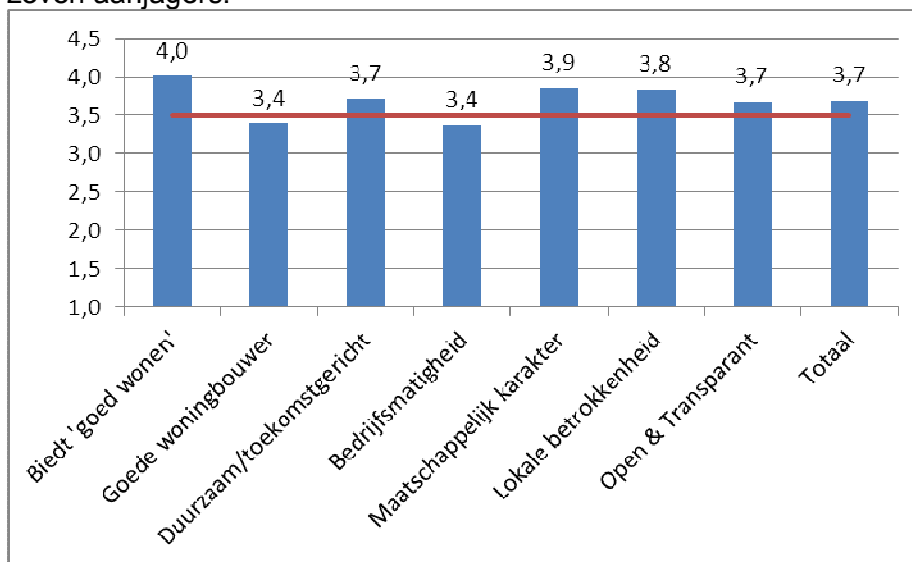


## Hoofdstuk 7

### Resultaten: imago onder eigen personeel

#### 7.1 Imagoscore op aanjagerniveau

Onderstaande grafiek (figuur 9) toont de scores van het eigen personeel op de zeven aanjagers.



Figuur 9 Imago van eigen personeel op aanjagerniveau

Uit deze grafiek kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- Het eigen personeel beoordeelt het imago van Eemland Wonen met een gemiddelde totaalscore van 3,7 als 'voldoende'.
- Het hoogst scoort de aanjager 'Biedt "goed wonen"' (4,0).
- Het laagst scoren de aanjagers 'Goede woningbouwer' en 'Bedrijfsmatigheid' (3,4). Dit laatste betekent dat het eigen personeel van mening is dat de efficiency van Eemland Wonen kan verbeteren. Dit inzicht is belangrijk als de directie van Eemland Wonen veranderingen wil doorvoeren.

#### 7.2 Imagoscore op stellingenniveau

Als verdieping op de imagoscores op aanjagerniveau zijn in tabel 16 per aanjager de onderliggende imagoscores op de stellingen weergegeven.

Tabel 16 Imagoscore van eigen personeel op stellingenniveau

Aanjager	Stelling	Score
Biedt 'goed wonen'	De woningen van Eemland Wonen zijn van een goede prijs/kwaliteit	4,1
	Eemland Wonen renoveert haar woningen tijdig (indien nodig)	3,9
	Eemland Wonen verhelpt vakkundig reparatieverzoeken van huurders	4,3*
	Eemland Wonen is een klantgerichte organisatie	3,9

Aanjager	Stelling	Score
Goede woningbouwer	De woningen die Eemland Wonen bouwt zijn van een goede kwaliteit	4,3
	Eemland Wonen bouwt voldoende woningen	2,6
	Eemland Wonen bouwt woningen voor de juiste doelgroep (lagere inkomens)	3,4
	Eemland Wonen beheert en onderhoudt haar woningvoorraad vanuit een doordachte visie	3,3
Duurzaam/ toekomstgericht	Eemland Wonen zet zich in voor duurzaamheid en milieu	3,5
	Eemland Wonen maakt haar bestaande woningen energiezuiniger (indien nodig)	3,8
	De nieuwbouwwoningen van Eemland Wonen zijn energiezuinig	4,3
	Eemland Wonen anticipeert tijdig op (markt)ontwikkelingen	3,3
Bedrijfs- matigheid	Eemland Wonen is een efficiënte organisatie	3,2
	Bij Eemland Wonen werken deskundige mensen	3,8
	Eemland Wonen is een kostenbewuste organisatie	3,2
	Eemland Wonen is een organisatie die doet wat ze zegt	3,4
Maatschappelijk karakter	Eemland Wonen houdt de huren betaalbaar	3,8
	Eemland Wonen biedt woningen voor senioren	4,2
	Eemland Wonen biedt woningen voor mensen met een beperking	4,1
	Eemland Wonen biedt woningen voor starters	3,3
Lokale betrokkenheid	Eemland Wonen weet wat er speelt in de wijken	4,0
	De mensen en activiteiten van Eemland Wonen zijn zichtbaar in de wijken	3,7
	Eemland Wonen levert een bijdrage aan leefbare wijken	3,6
	Eemland Wonen signaleert problemen bij huurders en helpt huurders door hun door te verwijzen naar de juiste instanties	4,1
Open & Transparant	Eemland Wonen communiceert tijdig	3,1
	Eemland Wonen is een degelijke organisatie	3,8
	Eemland Wonen is een toegankelijke organisatie	4,1
	Eemland Wonen is een betrouwbare organisatie	3,7
Gemiddeld		3,7

**Toelichting**

\* = 20% van de respondenten of meer heeft 'weet niet' geantwoord op deze stelling.

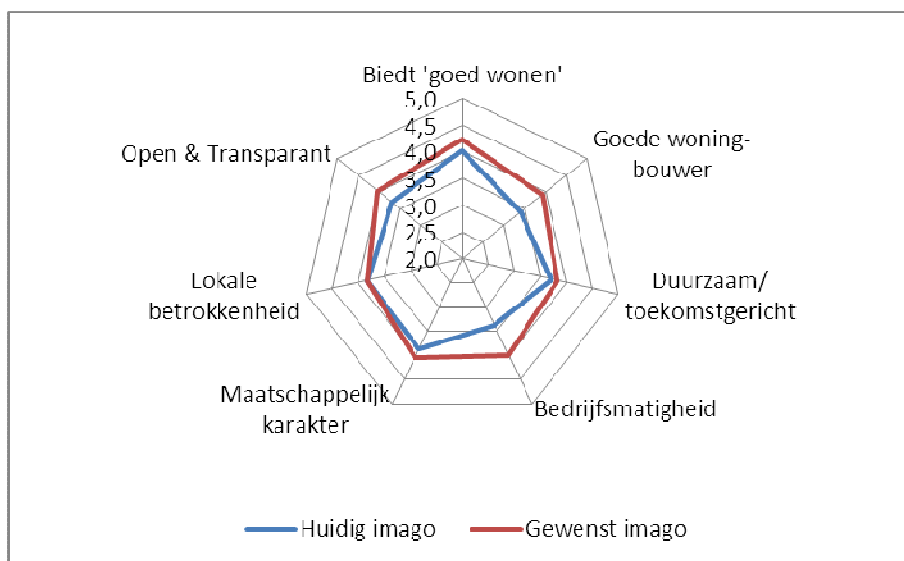
Scores van 4,0 of hoger zijn **groen** aangeduid. Scores van 3,4 of lager zijn **rood** aangeduid.

Uit deze tabel kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- Acht van de 28 stellingen scoren een 4,0 of hoger.
- Negen van de 28 stellingen scoren lager dan de norm van 3,5. Drie van die stellingen vallen onder de aanjagers 'Goede woningbouwer' en 'Bedrijfsmatigheid'.
- Er is één stelling waarbij 20% of meer van het eigen personeel 'weet niet' heeft geantwoord: 'Eemland Wonen verhelpt vakkundig reparatieverzoeken van huurders'.
- Als deze uitkomsten worden vergeleken met de scores die de huurders hebben gegeven (zie tabel 8), blijkt dat het eigen personeel over de volgende stellingen veel positiever is dan de huurders (verschil van 0,6 punten of meer):
  - Eemland Wonen renoveert haar woningen tijdig (huurders 3,3; eigen personeel 3,9).
  - Eemland Wonen verhelpt vakkundig reparatieverzoeken van huurders (huurders 3,7; eigen personeel 4,3).
  - De woningen die Eemland Wonen bouwt zijn van een goede kwaliteit (huurders 3,6; eigen personeel 4,3).
  - Eemland Wonen maakt haar bestaande woningen energiezuiniger (huurders 3,2; eigen personeel 3,8).
  - De nieuwbouwwoningen van Eemland Wonen zijn energiezuinig (huurders 3,6; eigen personeel 4,3).
  - Eemland Wonen biedt woningen voor mensen met een beperking (huurders 3,5; eigen personeel 4,1).
  - Eemland Wonen weet wat er speelt in de wijken (huurders 3,4; eigen personeel 4,0).
  - Eemland Wonen signaleert problemen bij huurders en helpt huurders door hun door te verwijzen naar de juiste instanties (huurders 3,3; eigen personeel 4,1).

### 7.3 Huidige imagoscore versus gewenst imago

In de onderstaande grafiek (figuur 10) zijn zowel de huidige imagoscores van het eigen personeel als de gewenste imagoscores weergegeven.



Figuur 10 Huidige en gewenste imagoscore van eigen personeel

Uit deze grafiek kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- Bij alle aanbagers is de door het eigen personeel gewenste imagoscore hoger dan de huidige imagoscores, behalve bij 'Lokale betrokkenheid'. Bijna alle aanbagers laten dus een negatieve gap zien, de grootste bij 'Bedrijfsmatigheid' (0,6).
- Als de huidige imagoscores worden vergeleken met de ambitie van het MO van Eemland Wonen, dan is te zien dat Eemland Wonen op vier aanbagers hoger scoort dan de ambitie en vooral op de aanbager 'Goede woningbouwer' lager scoort dan de ambitie.
- Op alle aanbagers is het door het eigen personeel gewenste imago van Eemland Wonen hoger dan de ambitie van het MO van Eemland Wonen. Vooral op de aanbagers 'Open & Transparant', 'Lokale betrokkenheid' en 'Maatschappelijk karakter' is sprake van een grote gap.

De verbeterkansen liggen volgens het eigen personeel per aanbager vooral op de volgende vlakken.

*Tabel 17 Belangrijkste verbeterkansen volgens het eigen personeel*

<b>Aanbager</b>	<b>N</b>	<b>Verbeterkans</b>
Biedt 'goed wonen'	7	• Meer (planmatig) onderhoud plegen (3)
Goede woningbouwer	13	• Beter aansluiten bij de behoefte (5)
Duurzaam en toekomstgericht	7	• Duurzaamheid van woningen vergroten (3)
Bedrijfsmatigheid	10	• Afspraken nakomen (3)
Maatschappelijk karakter	7	• -
Lokale betrokkenheid	4	• -
Open & Transparant	5	• -

## Hoofdstuk 8

### Resultaten: totaalbeeld

#### 8.1 Imagoscore op aanjagerniveau

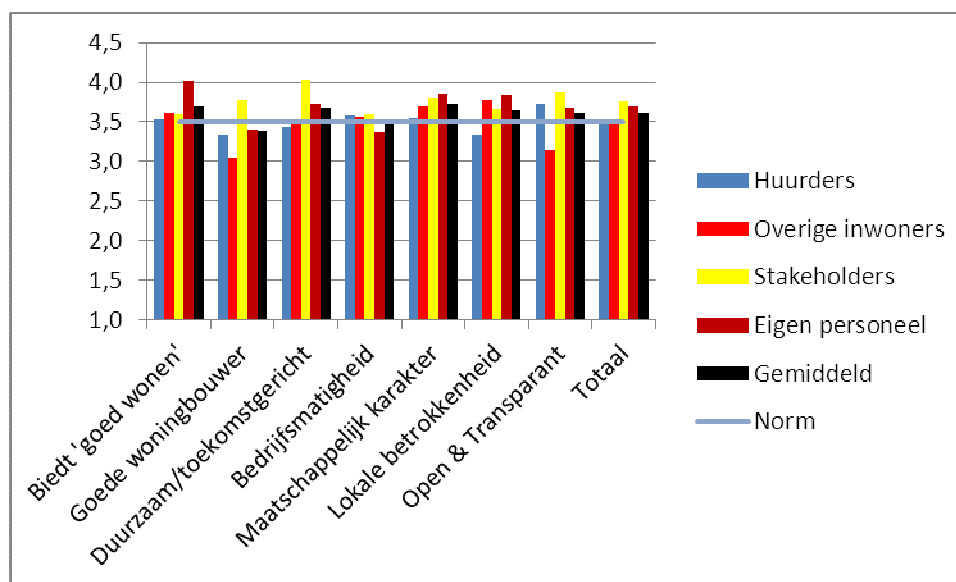
In tabel 17 en de grafieken in figuur 11 en 12 zijn de huidige imagoscores van de vier doelgroepen bij elkaar gezet.

Tabel 17 Imago van de vier doelgroepen op aanjagerniveau

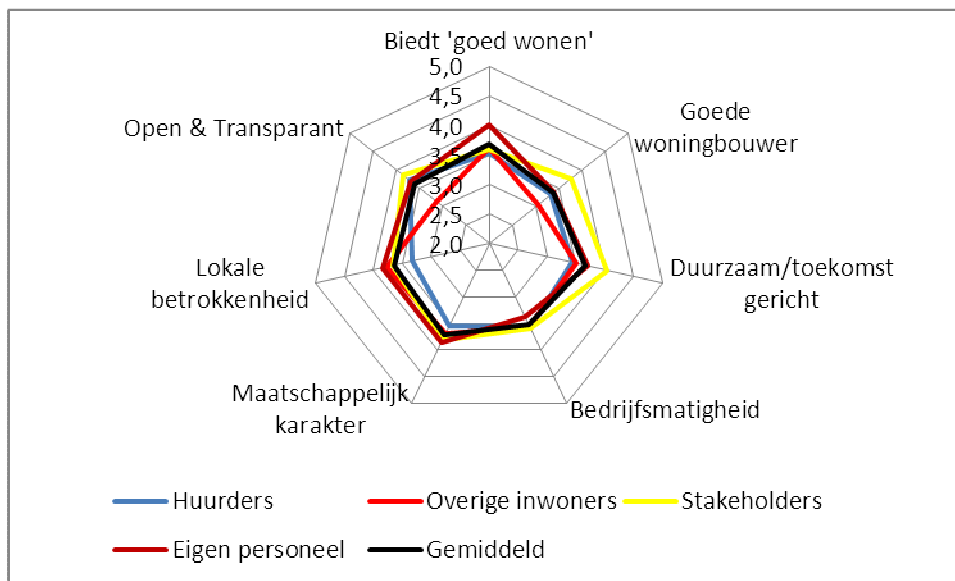
Aanjager	Gemiddeld	Huurders	Overige inwoners	Stakeholders	Eigen personeel
Biedt 'goed wonen'	3,7	3,5	3,6	3,6	4,0
Goede woningbouwer	3,4	3,3	3,1	3,8	3,4
Duurzaam/toekomstgericht	3,7	3,4	3,5	4,0	3,7
Bedrijfsmatigheid	3,5	3,6	3,6	3,6	3,4
Maatschappelijk karakter	3,7	3,6	3,7	3,8	3,9
Lokale betrokkenheid	3,7	3,3	3,8	3,7	3,8
Open & Transparant	3,6	3,7	3,1	3,9	3,7
Totaal	3,6	3,5	3,5	3,8	3,7

#### Toelichting

Scores van 0,2 punt of hoger dan het gemiddelde zijn **groen** aangeduid. Scores van 0,2 punt of lager dan het gemiddelde zijn **rood** aangeduid.



Figuur 11 Imago van de vier doelgroepen op aanjagerniveau

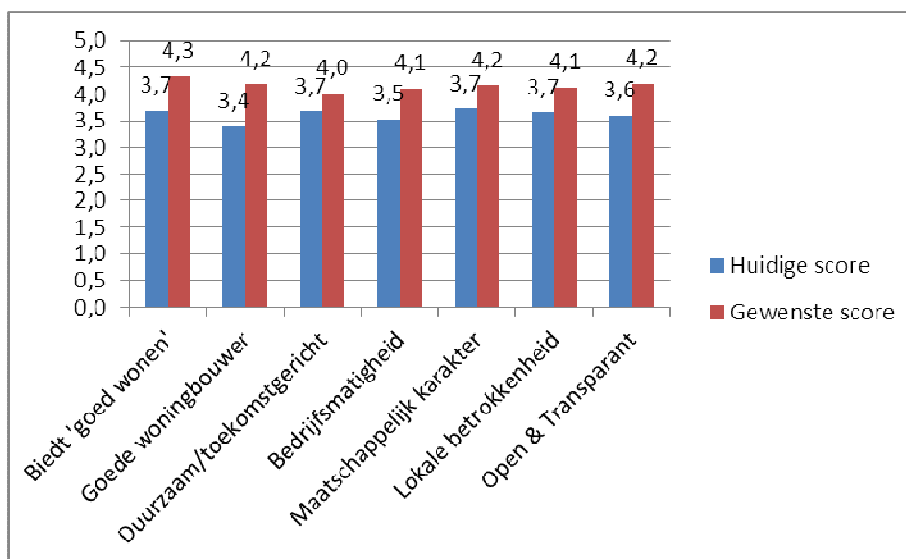


Figuur 12 Imago van de vier doelgroepen op aanjagerniveau

Uit de tabel en de grafieken kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- De gemiddelde score per aanjager varieert van 3,4 tot 3,7. Er zit dus weinig variatie in de imagoscores.
- De stakeholders en het eigen personeel hebben het meest positieve beeld van Eemland Wonen. De relatief hoge scores (groene cijfers) hebben geen betrekking op één of enkele aanjagers, maar zijn verspreid over de meeste aanjagers.
- De huurders en overige inwoners hebben een negatiever beeld. Ook daar is het beeld per aanjager verschillend, alhoewel beide groepen een relatief lage score (rode cijfers) geven aan de aanjager 'Duurzaam/toekomstgericht'.

In onderstaande grafiek (figuur 13) is de gemiddelde, huidige en gewenste imagoscore weergegeven (voor alle doelgroepen samen).



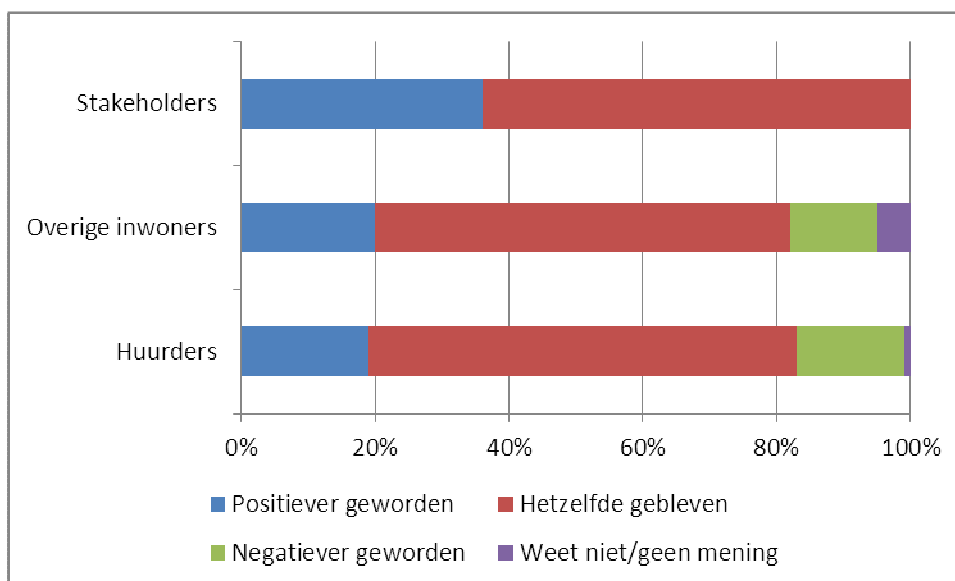
Figuur 13 Huidige en gewenste imagoscores

Uit deze grafiek kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- Op alle aanjagers is de gewenste imagoscore hoger dan de huidige score.
- De gap is het grootst bij 'Goede woningbouwer' (0,8). Dit is, samen met de aanjager 'Biedt "goed wonen"' de aanjager waarop het MO van Eemland Wonen de meeste ambitie heeft.

## 8.2 Veranderend beeld over Eemland Wonen

Aan alle respondenten van de groepen huurders, overige inwoners en stakeholders, die Eemland Wonen langer kennen dan één jaar, is gevraagd of het imago dat ze van Eemland Wonen hebben, de afgelopen tijd is veranderd. Onderstaande grafiek (figuur 14) geeft een beeld van de wijzigingen.



Figuur 14 Is het beeld van Eemland Wonen bij respondenten de afgelopen tijd veranderd?

Uit deze grafiek kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

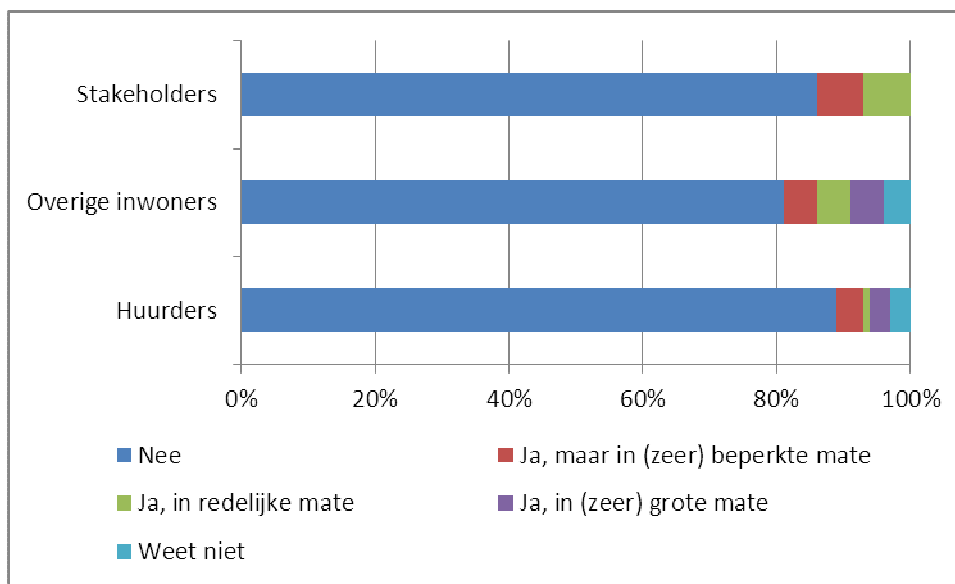
- De meeste respondenten (gemiddeld 63%) zijn van mening dat het imago van Eemland Wonen de afgelopen tijd hetzelfde is gebleven.
- Voor alle doelgroepen geldt dat de groep die een *positieve* verandering ziet groter is dan de groep die een *negatieve* verandering ziet. Vooral relatief veel stakeholders vinden dat het imago van Eemland Wonen de afgelopen tijd positiever is geworden.

In tabel 18 zijn de meestgenoemde redenen vermeld voor een positiever of negatiever beeld.

Tabel 18 Redenen voor een positiever of negatiever beeld van Eemland Wonen

Positiever, want:	Negatiever, want:
Huurders (N = 42) <ul style="list-style-type: none"> <li>Goede dienstverlening (10)</li> <li>Snelle/goede service (7)</li> </ul>	Huurders (N = 34) <ul style="list-style-type: none"> <li>Eemland Wonen luistert te weinig naar de huurders (3)</li> <li>Afspraken worden niet nagekomen (3)</li> </ul>
Overige inwoners (N = 42) <ul style="list-style-type: none"> <li>Eemland Wonen is actiever geworden (21)</li> <li>Er is meer publiciteit (7)</li> </ul>	Overige inwoners (N = 27) <ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> </ul>
Stakeholders (N = 5) <ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> </ul>	Stakeholders (N = 0) <ul style="list-style-type: none"> <li>-</li> </ul>

De corporatiesector is de laatste maanden negatief in het nieuws geweest. Aan alle respondenten van de groepen huurders, overige inwoners en stakeholders is gevraagd of deze berichtgeving ook negatieve invloed heeft gehad op het beeld dat de respondenten hebben van Eemland Wonen. Onderstaande grafiek (figuur 15) geeft een beeld van die invloed.



Figuur 15 Heeft berichtgeving over de sector negatieve invloed gehad op beeld van Eemland Wonen bij respondenten?

Uit deze grafiek kunnen de volgende conclusies worden getrokken:

- Voor verreweg de meeste respondenten (gemiddeld 86%) heeft de berichtgeving geen invloed gehad op het imago dat zij van Eemland Wonen hebben.
- Voor zover de berichtgeving wél invloed heeft gehad, is die beïnvloeding bij de overige inwoners groter dan bij de huurders en stakeholders.



## Hoofdstuk 9

### Resultaten: bewonersblad

Drie keer per jaar verschijnt het bewonersblad *Huurcontract* van Eemland Wonen. Aan de huurders is gevraagd hoe vaak zij dat blad lezen. De antwoorden staan in tabel 35. Meer dan de helft van de huurders (55%) leest het blad altijd. Uit nadere analyse blijkt dat het blad vaker wordt gelezen naarmate de respondenten ouder zijn.

Tabel 19 Hoe vaak leest u *Huurcontract*?

Antwoord	Percentage
Altijd	55%
Meestal	7%
Geregeld	8%
Soms	16%
Nooit	12%
Ik ken het blad niet	1%
Weet niet/geen mening	1%

Een optie is om *Huurcontract* voortaan niet meer in papieren vorm maar digitaal te verspreiden. Voorwaarde daarvoor is dat de huurders (en overige inwoners van Baarn) beschikken over internet. In tabel 20 is aangegeven in hoeverre men thuis toegang heeft tot internet. Meer dan acht van de tien respondenten beschikt thuis inderdaad over internet. Uit nadere analyse blijkt dat huurders gemiddeld iets vaker thuis internet hebben dan de overige inwoners.

Tabel 20 Hebben huurders en overige inwoners thuis toegang tot internet?

Antwoord	Percentage
Ja	82%
Nee	18%

Aan de bewoners die thuis toegang hebben tot internet, is gevraagd of zij het eens zijn met de stelling: 'Ik vind het prima wanneer Eemland Wonen haar bewonersblad *Huurcontract* alleen nog digitaal (per e-mail) zou verspreiden en niet meer per post.' In tabel 21 staat de reactie op deze stelling. Meer dan de helft van de bewoners (54%) wil *Huurcontract* graag per post blijven ontvangen. Die groep is dus groter dan de groep die *Huurcontract* liever digitaal wil ontvangen. Een nadere analyse laat zien dat relatief meer oudere respondenten (55 jaar of ouder) *Huurcontract* het liefst per post willen blijven ontvangen dan de jongere respondenten (tot 35 jaar).

Tabel 21 *Huurcontract* voortaan digitaal verspreiden?

Antwoord	Percentage
(Zeer) mee eens	39%
Niet mee eens maar ook niet mee oneens	7%
(Zeer) mee oneens	54%

## Hoofdstuk 10

### Resultaten: verkoop van bestaande huurwoningen

Eemland Wonen verkoopt bestaande huurwoningen. Aan de huurders, overige inwoners en stakeholders is gevraagd of zij dit een goede zaak vinden.

Tabel 22 geeft de antwoorden.

Tabel 22 Vindt u het een goede zaak dat Eemland Wonen bestaande woningen verkoopt?

Antwoord	Huurders	Overige inwoners	Stakeholders
Ja	64%	72%	72%
Nee	23%	16%	7%
Geen mening	13%	12%	21%

Uit deze tabel blijkt dat verreweg de meeste respondenten (gemiddeld 69%) het een goede zaak vinden dat Eemland Wonen bestaande huurwoningen verkoopt. De belangrijkste argumenten voor 'Ja' en 'Nee' zijn weergegeven in tabel 39. Het meest genoemde argument vóór verkoop is dat dit een goede manier is om een betaalbare woning te kunnen kopen; het meest genoemde argument tegen is dat door de verkoop te weinig huurwoningen over blijven. De stakeholders noemen als belangrijkste reden voor de verkoop dat Eemland Wonen hierdoor andere woningen kan bouwen of andere investeringen kan doen. Ook veel huurders noemen dit als reden.

Tabel 23 Redenen vóór en tegen verkoop van bestaande woningen door Eemland Wonen

Ja, omdat:	Nee, omdat:
<b>Huurders (N = 141)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• het een goede manier is om een betaalbare woning te kunnen kopen (26)</li> <li>• Eemland Wonen daardoor andere woningen kan bouwen/reoveren (20)</li> <li>• er behoefte aan is (16)</li> <li>• Eemland Wonen het geld nodig heeft (10)</li> </ul>	<b>Huurders (N = 50)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• er daardoor te weinig huurwoningen over blijven (23)</li> <li>• er geen behoefte aan is (5)</li> </ul>
<b>Overige inwoners (N = 158)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• het een goede manier is om een betaalbare woning te kunnen kopen (44)</li> <li>• Eemland Wonen daardoor andere woningen kan bouwen/reoveren (24)</li> <li>• het de doorstroming bevordert (15)</li> <li>• Eemland Wonen het geld nodig heeft (10)</li> </ul>	<b>Overige inwoners (N = 36)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• er daardoor te weinig huurwoningen over blijven (20)</li> </ul>
<b>Stakeholders (N = 10)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eemland Wonen daardoor andere woningen kan bouwen of andere investeringen kan doen (7)</li> </ul>	<b>Stakeholders (N = 1)</b> -

## Hoofdstuk 11

### Conclusies

Op basis van dit onderzoek worden de volgende conclusies getrokken. Separaat hebben BMC en USP aan de directie van Eemland Wonen aanbevelingen gedaan.

#### Algemeen

1. De meeste huurders (51%) en stakeholders (79%) van Eemland Wonen hebben een positieve associatie bij de corporatie. De huurders noemen vooral de klantvriendelijkheid en de goede dienstverlening/service.
2. Van de overige inwoners heeft de grootste groep (57%) een neutrale associatie met Eemland Wonen.
3. De berichtgeving over de sector heeft geen negatieve invloed gehad op het beeld dat respondenten hebben van Eemland Wonen.

#### Huurders

4. De huurders beoordelen het imago van Eemland Wonen met een 3,5 als 'voldoende'. De hoogste score geven zij aan de aanjager 'Open & Transparant', de laagste aan 'Goede woningbouwer' en 'Lokale betrokkenheid'.
5. Huurders met een lager brutojaarincome (tot € 34.000,—) geven hogere scores aan het imago van Eemland Wonen dan huurders met een hoger inkomen.
6. Naarmate de huurders Eemland Wonen beter kennen, geven zij een hogere imagoscore.
7. Op alle aanjagers is de gewenste imagoscore hoger dan de huidige imagoscore. De huurders hebben veel verbeterkansen genoemd.
8. Het beeld dat huurders van Eemland Wonen hebben is de afgelopen tijd nagenoeg hetzelfde gebleven.

#### Overige inwoners

9. De overige inwoners beoordelen het imago van Eemland Wonen met een 3,5 als 'voldoende'. De hoogste score geven zij aan de aanjager 'Lokale betrokkenheid', de laagste aan 'Goede woningbouwer' en 'Open & Transparant'.
10. Op alle aanjagers is de gewenste imagoscore (veel) hoger dan de huidige imagoscore.
11. Het beeld dat de overige inwoners van Eemland Wonen hebben is de afgelopen tijd nagenoeg hetzelfde gebleven.

#### Stakeholders

12. De stakeholders beoordelen het imago van Eemland Wonen met een 3,8 als 'ruim voldoende'. De hoogste score geven zij aan de aanjager 'Duurzaam/toekomstgericht', de laagste aan 'Biedt "goed wonen"' en 'Bedrijfsmatigheid'.
13. Op bijna alle aanjagers is de gewenste imagoscore hoger dan de huidige imagoscore.
14. Het beeld dat de stakeholders van Eemland Wonen hebben is de afgelopen tijd nagenoeg hetzelfde gebleven.

### **Eigen personeel**

15. Het eigen personeel beoordeelt het imago van Eemland Wonen met een 3,7 als 'voldoende'. De hoogste score geven zij aan de aanbieder 'Biedt "goed wonen"', de laagste aan 'Goede woningbouwer' en 'Bedrijfsmatigheid'.
16. Op bijna alle aanbidders is de gewenste imagoscore hoger dan de huidige imagoscore, maar de verschillen zijn veel minder groot dan bij de huurders, overige inwoners en stakeholders.

### **Bewonersblad**

17. Meer dan de helft van de huurders (55%) leest het bewonersblad *Huurcontract* altijd.
18. Alhoewel de grote meerderheid van de bewoners (82%) thuis toegang tot internet heeft, wil maar 39% *Huurcontract* voortaan digitaal (per e-mail) ontvangen, terwijl meer dan de helft van de bewoners (54%) *Huurcontract* in papieren vorm wil blijven ontvangen.

### **Verkoop van bestaande woningen**

19. Verreweg de meeste respondenten (gemiddeld 69%) vinden het een goede zaak dat Eemland Wonen bestaande huurwoningen verkoopt.
20. Het meestgenoemde argument vóór verkoop is dat dit een goede manier is om een betaalbare woning te kunnen kopen; het meestgenoemde argument tegen is dat er door de verkoop te weinig huurwoningen overblijven.

**Bijlage 1****Achtergrondkenmerken steekproef****Achtergrondkenmerken van huurders**

<b>Leeftijd</b>	
35 jaar of jonger	9%
36 tot en met 54 jaar	32%
55 jaar of ouder	59%
<b>Inkomen (bruto gezinsinkomen per jaar)</b>	
Tot € 34.000,—	72%
Meer dan € 34.000,—	14%
Wil niet zeggen	14%
<b>Aantal jaren huurder van Eemland Wonen</b>	
Korter dan 1 jaar	1%
Tussen de 1 en 3 jaar	8%
Tussen de 3 en 5 jaar	4%
Tussen de 5 en 10 jaar	14%
10 jaar of langer	72%
Weet niet/geen mening	1%

**Achtergrondkenmerken van overige inwoners**

<b>Aantal jaren dat men Eemland Wonen kent</b>	
Korter dan 1 jaar	1%
Tussen de 1 en 3 jaar	5%
Tussen de 3 en 5 jaar	16%
Tussen de 5 en 10 jaar	74%
10 jaar of langer	3%
Weet niet/geen mening	1%

**Achtergrondkenmerken van stakeholders**

<b>Aantal jaren dat men samenwerkt met Eemland Wonen</b>	
Korter dan 1 jaar	0%
Tussen de 1 en 3 jaar	21%
Tussen de 3 en 5 jaar	29%
Tussen de 5 en 10 jaar	21%
10 jaar of langer	29%
Weet niet/geen mening	0%

**Achtergrondkenmerken van eigen personeel**

<b>Aantal jaren dat men al bij Eemland Wonen werkt</b>	
Korter dan 1 jaar	12%
Tussen de 1 en 3 jaar	13%
Tussen de 3 en 5 jaar	21%
Tussen de 5 en 10 jaar	25%
10 jaar of langer	25%
Wil niet zeggen	4%

## Bijlage 2 *Vergelijking met de benchmark*

Aanjager	Stelling	Huurders	Benchmark	Verschil
Biedt 'goed wonen'	De woningen van Eemland Wonen zijn van een goede prijs/kwaliteit	3,6	3,5	0,1
	Eemland Wonen renoveert haar woningen tijdig (indien nodig)	<b>3,3</b>	-	-
	Eemland Wonen verhelpt vakkundig reparatieverzoeken van huurders	3,7	-	-
	Eemland Wonen is een klantgerichte organisatie	3,6	3,8*	<b>-0,2*</b>
Goede woningbouwer	De woningen die Eemland Wonen bouwt zijn van goede kwaliteit	3,6	3,5	0,1
	Eemland Wonen bouwt voldoende woningen	<b>3,1</b>	-	-
	Eemland Wonen bouwt woningen voor de juiste doelgroep (lagere inkomens)	<b>3,3</b>	3,7*	<b>-0,4*</b>
Duurzaam en toekomstgericht	Eemland Wonen zet zich in voor duurzaamheid en milieu	3,5	3,3	0,2
	Eemland Wonen maakt haar bestaande woningen energiezuiniger (indien nodig)	<b>3,2</b>	3,8*	<b>-0,6*</b>
	De nieuwbouwwoningen van Eemland Wonen zijn energiezuinig	3,6	3,8*	<b>-0,2*</b>
	Eemland Wonen is een efficiënte organisatie	3,6	3,4	0,2
Bedrijfsmatigheid	Bij Eemland Wonen werken deskundige mensen	3,7	3,3	0,4
	Eemland Wonen is een kostenbewuste organisatie	3,5	3,5*	0,0*
	Eemland Wonen is een organisatie die doet wat ze zegt	3,5	3,7	<b>-0,2</b>
	Eemland Wonen houdt de huren betaalbaar	3,6	3,4	0,2
Maatschappelijk karakter	Eemland Wonen biedt woningen voor senioren	3,7	3,9*	<b>-0,2*</b>
	Eemland Wonen biedt woningen voor mensen met een beperking	3,5	3,9*	<b>-0,4*</b>
	Eemland Wonen biedt woningen voor starters	<b>3,4</b>	3,3	0,1

Aanjager	Stelling	Huurders	Benchmark	Vershil
Lokale betrokkenheid	Eemland Wonen weet wat er speelt in de wijken	3,4	3,3	0,1
	De mensen en activiteiten van Eemland Wonen zijn zichtbaar in de wijken	3,2	3,3	-0,1
	Eemland Wonen levert een bijdrage aan leefbare wijken	3,5	3,4	0,1
	Eemland Wonen signaleert problemen bij huurders en helpt huurders door hun door te verwijzen naar de juiste instanties	3,3	-	-
Open & Transparant	Eemland Wonen communiceert tijdig	3,6	3,3	0,3
	Eemland Wonen is een degelijke organisatie	3,8	-	-
	Eemland Wonen is een toegankelijke organisatie	3,8	3,6	0,2
	Eemland Wonen is een betrouwbare organisatie	3,8	3,9	-0,1
Gemiddelde		3,5	-	-

#### Toelichting

Scores van 4,0 of hoger zijn **groen** aangeduid. Scores van 3,4 of lager zijn **rood** aangeduid.

Verschillen van 0,2 of hoger met de benchmark zijn **groen** aangeduid. Verschillen van 0,2 of lager zijn **rood** aangeduid.

\* = Indicatief omdat de benchmark is gebaseerd op slechts een aantal waarnemingen.

- = Geen benchmarkgegevens beschikbaar omdat de stelling niet eerder is gemeten.