

Oplegnotitie

Flitspeiling maatschappelijke waarde woningcorporaties

Project 16111
januari 2010

Een onderzoek in opdracht van **Ministerie van VROM**, te 's Gravenhage.

AUTEURSRECHT MARKETRESPONSE NEDERLAND BV

Niets van deze uitgave mag worden veeelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke wijze ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van MarketResponse Nederland BV te Leusden.

Bij eventuele publicatie van het onderzoek, of een deel daarvan, in de nieuwsmedia of in de vakliteratuur, is de toestemming van MarketResponse Nederland BV en de in dit rapport vermelde opdrachtgever benodigd.

De gegevens uit dit rapport zijn uitsluitend bestemd voor kennisneming door werknemers en beroepsmatige adviseurs van de rechthebbende opdrachtgevers van MarketResponse Nederland BV.



Voorwoord

In opdracht van **Ministerie van VROM** heeft MarketResponse Nederland BV een onderzoek uitgevoerd met betrekking tot **Flitspeiling maatschappelijke waarde woningcorporaties**.

In de voorliggende oplegnotitie wordt verslag gedaan van de belangrijkste resultaten uit dit onderzoek.

Leusden, 18 januari 2010
MarketResponse Nederland BV

Drs. Caspar Overgaauw
(Accountmanager)

Shelly van Winden MSc.
(Research consultant)



Oplegnotitie

Flitspeiling maatschappelijke waarde woningcorporaties
Project 16111
januari 2010

Achtergrond

Het ministerie van VROM wenst middels onderzoek meer inzicht te krijgen in de door de burger gepercipieerde waarde van woningcorporaties. Dit mede tegen de achtergrond van de berichten over woningcorporaties in de pers.

Maatschappelijke waarde van woningcorporaties

De maatschappelijke waarde van woningcorporaties wordt enerzijds bepaald door het imago; wat vindt men van de corporaties en welke invloed hebben de recente gebeurtenissen hierop, en anderzijds de verwachtingen en resultaten van de taken en verantwoordelijkheden die zij hebben.

Uit de resultaten blijkt dat het beeld en de verwachtingen die men heeft ten aanzien van woningcorporaties bepaald worden door het feit of men huurder bij een corporatie is of niet. De significant grootste verschillen zijn namelijk te zien tussen huurders bij een corporatie en huurders bij particulieren of bezitters van koopwoningen. Huurders bij particulieren en bezitters van koopwoningen zitten dus vaker op één lijn.

Imago

Over het algemeen bestaat er een neutraal tot positief beeld van woningcorporaties.

Bij degenen bij wie dit beeld neutraal is komt dat met name voort uit de onbekendheid met woningcorporaties; slechts de helft van de Nederlanders weet welke woningcorporaties bij hen in de buurt actief zijn. Ongeveer een derde van de huurders bij een woningcorporatie¹ weet zelfs geen (andere) corporatie te noemen. Met name in de grote steden weet men niet welke corporaties actief zijn.

Mensen die hiermee wel bekend zijn hebben een positiever beeld. Mensen die aangeven zelf bij een woningcorporatie te huren en daarnaast ook ouderen zijn het best over woningcorporaties te spreken (54% en 37% (zeer) positief). Slechts één op de tien van de huisbezitters en 7% van de huurders heeft een negatief beeld.

Hoewel de meeste mensen op de hoogte zijn van de recente problemen bij woningcorporaties en/of het verscherpte toezicht (64%), is dit voor een minderheid (32 %) aanleiding daarin minder vertrouwen te hebben. Voor mensen die toch al neutraal of negatief waren over woningcorporaties is het vertrouwen (verder) afgenomen. Bij mensen met een positief oordeel is het vertrouwen nauwelijks afgenomen. Bij bezitters van een koopwoning is het vertrouwen meer gedaald dan bij huurders.

Mensen die een neutrale houding ten opzichte van woningcorporaties hebben, zijn ook vaker niet op de hoogte van de ontwikkelingen. In grote steden is men meer bekend is met de problemen dan in andere gebieden.

¹ Huurders van een woningcorporatie zijn alle personen die zelf aangeven bij een woningcorporatie te huren.



Taken en verantwoordelijkheden

Naast de oorspronkelijke kerntaak van woningcorporaties (sociale woningbouw voor huurders) zijn woningcorporaties volgens Nederlanders ook verantwoordelijk voor het verbeteren van de leefbaarheid (61%) en het neerzetten van maatschappelijk vastgoed (31%). Huurders bij een woningcorporatie houden deze corporaties daarbij vaker verantwoordelijk voor het renoveren van huizen en het verbeteren van de leefbaarheid.

Echter deze toegedichte maatschappelijke verantwoordelijkheid wordt nog niet altijd teruggezien in concrete resultaten. Zo ziet men wel de sociale woningbouw in de eigen buurt, maar worden andere projecten nauwelijks opgemerkt en ziet 28% helemaal geen concrete resultaten. Dit zijn met name mensen die al neutraal of negatief tegenover woningcorporaties staan. Huurders bij een corporatie zien op alle vlakken juist vaker concrete resultaten. Wellicht dat zij via de corporatie hiervan meer op de hoogte worden gehouden.

Ondanks het achterblijven van concrete maatschappelijke resultaten, doen woningcorporaties volgens een derde van de Nederlanders voldoende goed werk, zodat ze de samenleving nog altijd meer opleveren dan dat zij kosten. Vooral ouderen zijn dit van mening.

Belang taken van woningcorporaties

Ruim negen op de tien Nederlanders, met name huurders, vindt het (zeer) belangrijk dat woningcorporaties hun 'kerntaken' uitvoeren; hieronder wordt verstaan het energiezuinig maken van huurhuizen, het verkorten van wachtlijsten en natuurlijk het neerzetten en onderhouden van sociale huurhuizen.

De meer maatschappelijke taken worden door ruim driekwart ook als (zeer) belangrijk gezien. Men wil graag dat woningcorporaties werken aan het verbeteren van de veiligheid en gezelligheid in de buurt en dat zij de gemeente wijzen op mensen die ernstige betalingsachterstanden hebben. Bezitters van een koophuis zien daarnaast vooral het belang van het bouwen van koophuizen voor starters.

Woningcorporaties hoeven geen rol te spelen bij zaken als het meebetalen aan een buurtfeest, mensen helpen te zoeken naar een baan en het voorrang bieden aan studenten of mensen die tijdelijk in Nederland zijn.

Conclusies en aanbevelingen

Woningcorporaties zijn nog relatief onbekend onder een groot deel van de Nederlanders, en het beeld dat men heeft is neutraal tot positief. Waar er sprake is van negatieve oordelen hangt dit duidelijk samen met deze onbekendheid. Mensen die beter bekend zijn met woningcorporaties zijn duidelijk positiever. Het meest duidelijk is dit bij degenen die huurder zijn bij een woningcorporatie. Zij zijn over het algemeen het meest positief en ook beter op de hoogte van de maatschappelijke verdiensten van woningcorporaties.

Een grotere bekendheid met de feitelijke rol die woningcorporaties spelen kan waarschijnlijk het imago bij de Nederlanders verder verbeteren.

Met name door concrete resultaten (en met name maatschappelijke taken zoals veiligheid) meer uit te dragen richting bezitters van koopwoningen en huurders van particuliere verhuurders lijkt geschikt om dit doel dichterbij te brengen.