

Inventarisatie communicatie VvE Gouden Leeuw

Resultaten, conclusies en aanbevelingen

Inhoudsopgave

Inleiding

I Bewonersenquête
Beschrijving van de onderzoeksopzet
Respons
Resultaten
Conclusies en aanbevelingen
Quotes

II Bewonersraad
Samenvatting
Conclusies en aanbevelingen
Quotes

III Extern betrokkenen
Samenvatting
Conclusies en aanbevelingen
Quotes

IV Diversen
Website VvE Gouden Leeuw
Free publicity
Conclusie en aanbeveling

Inleiding

Inventarisatie Communicatiecommissie

In het voorjaar 2016 is een enquête gehouden onder leden van de VvE Gouden Leeuw. Aanzet hiertoe was te toetsen of er binnen de VvE Gouden Leeuw behoefte was aan communicatie en in welke vorm, alvorens communicatiemiddelen in te zetten. Dit verslag is een beknopte weergave van de resultaten.

Er is op verschillende manieren onderzoek gedaan. Door middel van een vragenlijst met vragen toegespits op de bewonersraad; door middel van vragen aan externe partijen; door middel van een elektronische enquête onder de leden van de VvE.

De enquête is alleen in het Nederlands verspreid en via e-mail. De respons van de enquête onder bewoners was zeer hoog: van de 315 aangeschreven appartementeigenaren hebben er 124 gereageerd. Dat is een respons van bijna 40 procent.

Van de bewonersraad reageerden 4 van de 10 mogelijke deelnemers.

Er heeft 1 commissie deelgenomen. De Communicatiecommissie zelf nam geen deel.

Dit maakt de enquête representatief voor de VvE Gouden Leeuw.

Van de externe partijen hebben de gebiedsmakelaar, de buurtregisseur (politie), de voormalig voorzitter van de de Buurtcommissie en de voorzitter van de VvE Groenhoven zich uitgesproken over de communicatie met en door VvE Gouden Leeuw.

De volledige bewonersenquête is op verzoek verkrijgbaar bij de Communicatiecommissie (goudenleeuwcommuniqueert@gmail.com), echter in een geanonimiseerde versie.

Bij deze iedereen nogmaals heel erg bedankt voor de medewerking!

Namens de Communicatiecommissie
Marjolein Houweling
Amsterdam, 5 mei 2016

1. Bewonersenquête

1. Beschrijving van de onderzoeksopzet

De enquête is alleen in het Nederlands verspreid en via e-mail. De deelnemers waren allen appartementseigenaar.

2. Respons

De respons van de enquête onder bewoners was zeer hoog: van de 315 aangeschreven appartementseigenaren hebben er 124 aan de enquête deelgenomen. Dat is een respons van bijna 40 procent.

3. Resultaten

Alle huidige communicatiemiddelen binnen de VvE zijn bekend bij de deelnemers. Van de uitnodigingen voor de ALV en de mededelingen op het prikbord tot de twee blogs. Het merendeel van de deelnemers geeft de voorkeur aan een elektronische nieuwsbrief. Maar communicatie middels print wordt ook door een brede groep geprefereerd. Communicatie via sociale media wordt slechts door een kleine groep verkozen. De helft van de respondenten is zelf actief op met name Facebook en Twitter.

Voor wat de content betreft is er een voorkeur voor een combinatie van need to know en nice to know: een mix van de noodzakelijke informatie van de VvE met overige informatie in de sfeer van human interest. Ruim een derde van de respondenten geeft aan dat zij graag meer informatie zouden krijgen vanuit de VvE. De algemene indruk is dat men tijdig informatie krijgt. Bijna alle deelnemers (95%) geven aan dat bondige verslaglegging gewenst is. De flyer van de Communicatiecommissie, direct verspreid van de ALV van 3 december, blijkt een aansprekende vorm: de helft van de respondenten beoordeelt de flyer als goed. Daarvan vond een minderheid dat de informatie niet neutraal genoeg was gesteld.

De VvE kent enkele momenten van persoonlijk communicatie tussen beheerder, bewonersraad en bewoners zelf, zoals de ALV. Over de ALV stelt men dat de vergaderingen te lang duren. Wel onderschrijft men dat er belangrijke onderwerpen worden besproken. Bijna een derde geeft aan dat er niet goed wordt vergaderd.

Een kleine meerderheid wil graag meer contact met de beheerder, de huismeester, de bewonersraad. Ruim driekwart van de deelnemers is voorstander van een inloopspreekuur van de beheerder, de torenvertegenwoordigers en de huismeester, waarvan een meerderheid aangeeft dit in de avonduren te willen.

De woonproblemen die men ervaart zijn een goede indicator van het soort onderwerpen waarover men graag wordt geïnformeerd en zijn mening wil geven. Bijna eenderde van de respondenten geeft aan geen woonproblemen te ervaren. Tweederde ervaart problemen met onder andere geluidsoverlast, grof vuil, wietlucht, de trappenhuizen, slecht onderhoud, auto's op het maaiveld en hangjongeren. Ook worden de problemen met het beheer van de collectieve ruimte genoemd en de effecten hiervan op de sfeer.

Bij de gesuggereerde oplossingen springt betere communicatie met de beheerder er tussen uit.

De onderwerpen waaraan de VvE aandacht zou moeten besteden, en dus over zou moeten communiceren met de bewoners, hebben drie topics: verduurzaming, huur en verhuurbeleid en het (achterstallig) onderhoud.

37 Respondenten willen mee werken aan communicatiemiddelen ten behoeve van de VvE. Van fotografie en vormgeving, tot bloggen, teksten schrijven, meedenken en Facebookpagina's beheren.

Conclusies en aanbevelingen

Conclusies

Het grote aantal deelnemers aan de enquête duidt op grote belangstelling en betrokkenheid van de appartementseigenaren bij het reilen en zeilen binnen Gouden Leeuw.

Is er een voorkeur voor communicatie via een elektronische nieuwsbrief, in combinatie met print, wat de inhoud betreft gaat de voorkeur uit naar de mix van 'need to know' en 'nice to know'.

Onderwerpen die sterkst leven onder de appartementseigenaren zijn geluidsoverlast, ongewenste bezoekers, hangjongeren, (wisselende) verhuur - met name aan studenten, auto's op het maaiveld, slecht onderhoud, verkeerd geplaatst grof vuil, algemene verloedering van het complex.

Deze onderwerpen liggen veelal in elkaars verlengde, ze veroorzaken elkaar, zo geven bewoners aan. Door (wisselende) verhuur zijn er meer verhuizingen, meer auto's op het maaiveld, verbouwingen, grofvuil en geluidsoverlast.

De deelnemers geven aan dat communicatie over het (gewenste) gedrag in ons complex voor de oplossing hiervan een cruciale rol speelt.

Een fors aantal bewoners wil meewerken aan de totstandkoming van media voor VvE Gouden Leeuw.

Aanbevelingen

Meer 'live' contactmomenten met beheerder-huismeester-bewonersraad van hogere kwaliteit, in de vorm van een (inloop) spreekuur in de avonden.

Andere aanpak Algemene Ledenvergadering, waardoor meer bewoners worden aangemoedigd om te komen en er meer en effectievere informatieuitwisseling kan plaatsvinden.

Het vormen van een redactieteam op korte termijn, om gebruik te maken van het enthousiasme van bewoners om zich in te zetten voor media voor VvE Gouden Leeuw.

Dit redactieteam gaat werken op basis van een redactiestatuut, onder de regie van de Communicatiecommissie.

Eenduidige communicatie met nieuwe bewoners, zowel kopers en huurders.

Heldere communicatie over de regels en de naleving daarvan in het Reglement van Splitsing en het huishoudelijk reglement aan alle bewoners.

Quotes

'Niet alle communicatie moet via de prikboards; dan kan belangrijke informatie je ontgaan.'

"In het Engels en nadere informatie hoe zaken zich ontwikkelen en/of afgehandeld worden."

"Het is nu onduidelijk in welke frequentie de informatie behoort te worden verstrekt. Het lijkt me dat een maandelijkse berichtgeving met de stand van zaken een goede periode is."

"Er moet beter contact komen met huurders en mensen uit andere culturen."

II Vragen bewonersraad

1. Samenvatting

De bewonersraad communiceert met de bewoners via persoonlijk contact, een blog, verslagen van vergaderingen en sinds enige tijd via aankondigingen op het prikbord. Ook worden er verkorte versies van de verslagen gepubliceerd op de prikborden. De verslagen van de bewonersraadvergaderingen worden geplaatst op de pagina's van VvE Gouden Leeuw in Twinq.

De vragen spitsten zich specifiek toe op de communicatie van de bewonersraad met de bewoners, en dus niet met externe partijen zoals de beheerder, huismeester en leveranciers.

Blog

De bewonersraad bechikt in principe over een eigen blog. Deze blog is gestopt in november 2014.

De blog wordt gezien als een mogelijk platform voor voorstellen, maar niet voor discussies. Men is beducht op een negatief neveneffect van sociale media.

Tevens wordt als nadeel van een blog gezien dat de bewoner zelf actief op zoek moet naar informatie.

Niemand van de deelnemende BR-leden heeft de blog gebruikt of is van plan het platform te gaan gebruiken.

Prikborden

Het plaatsen van aankondigingen op de prikborden en een kort verslag bleek in de ervaring van de BR-leden een goede zet om bewoners meer te betrekken bij de BR. Onder druk van actualiteit zou een elektronische mededeling de voorkeur hebben.

Persoonlijk contact

Enkele torenvertegenwoordigers zijn vaak pro actief in de zin dat ze klachten inventariseren en bemiddelen in conflicten voor dat een burenruzie uit de hand loopt.

Tegelijkertijd stelt een deel dat het initiatief tot communicatie van bewoners zelf uit moet gaan en dat bewoners dit ook doen.

Vergaderingen

In het algemeen constateert men dat er weinig belangstelling is onder bewoners voor de BR/ALV/VvE. De redenen hiervoor verschillen: de een wijt het aan de stroperige vergaderingen, de ander stelt dat bewoners weinig belangstelling hebben als 'persoonskenmerk'.

Verslagen-notulen

De verslagen verschijnen na goedkeuring door de BR op de website van Twinss, zodat de bewoners er kennis van kunnen nemen. De goedkeuring volgt minstens een maand na de vergadering en de publicatie laat nog langer op zich laat wachten.

2. Conclusies

De bewonersraad stelt in het algemeen dat men, ieder voor zich, voldoende communiceert met de bewoners.

De leden van de bewonersraad stellen unaniem dat meer betrokkenheid vanuit bewoners gewenst is.

De bewonersraad zelf en de verschillende commissies zouden elk eigen plek moeten krijgen in de communicatie door middel van rubrieken/rubricering.

Om de betrokkenheid te verhogen wordt een andere aanpak van de vergaderingen gesuggereerd.

Op commissieniveau wordt aangegeven dat de banden met externe partijen zoals de gebiedsmakelaar en architectenbureau's voor onderwerpen ten aanzien van de woonomgeving zijn opgepakt en waar nodig verbeterd.

3. Aanbevelingen

De bewonersraad zou aanmerkelijk sneller met berichtgeving moeten zijn dan een of meerdere maanden na de vergadering.

Communicatie met de bewoners zou laagdrempelig, makkelijk toegankelijk, duidelijk en aansprekend moeten zijn.

Quotes

"Communicatie met de beheerder en huismeester moet op structurele basis.
Communicatie met bewoners en leveranciers alleen op basis van behoefte en noodzaak"

"Volgens mij is de communicatie richting de bewoners doeltreffend. Wellicht zou er meer achtergrondinformatie kunnen worden verstrekt over onderhoud en werkzaamheden."

"De weinige interesse kan het gevolg zijn van te weinig informatie."

III Externe betrokkenen

1. Samenvatting

De communicatie binnen VvE Gouden Leeuw wordt verspreid in 'controlled circulation'; externe partijen behoren in principe niet de doelgroep.

Echter, een uitgave als Voor de Leeuwen maar ook e-mails vanuit de VvE en/of de beheerder en ook mededelingen op het prikbord en in de lift, komen onder ogen van bezoekers, potentiële kopers, makelaars en huurders. Ook komt onze interne communicatie op het bureau terecht van de gebiedsmakelaar, de buurtregisseur en andere overheidsinstanties.

Het kan voor hen van belang zijn om te weten wat er speelt in ons complex.

Daarom zijn ook aan enkele van deze partijen in een persoonlijk gesprek en/of per e-mail, vragen voorgelegd over de communicatie van en door VvE Gouden Leeuw.

2. Conclusie

Alle betrokkenen geven aan graag goed en tijdig geïnformeerd te willen worden over wat er speelt binnen Gouden Leeuw op financieel en/of sociaal gebied.

De buurtregisseur wordt met name graag tijdig geïnformeerd over zogenaamde probleemadressen.

Groenhoven wil graag meer samenwerking met de VvE Gouden Leeuw om de krachten waar mogelijk te bundelen. Tegelijkertijd wordt gesteld dat de werkwijze van de bewonersraad van Groenhoven ('hands on') sterk verschilt van die bij Gouden Leeuw (bureaucratisch).

Onze communicatiemiddelen bepalen mede het imago van Gouden Leeuw en het beeld dat derden van ons hebben.

3. Aanbeveling

Eenduidige, heldere communicatie met in acht neming van (journalistieke) normen draagt bij aan een beter imago van VvE Gouden Leeuw. Van officiële media tot aan mededelingen in de lift, zouden moeten beantwoorden aan deze normen.

Quote

"Ik denk dat onderwerpen zoals verhuur, zwerfvuil, kwaliteit woonomgeving en veiligheid relevant zijn om over in contact te blijven met stadsdeel cq gemeente.

Communicatiemiddelen zoals nieuwsbulletins maar ook Facebook, twitter zijn vormen die stadsdeel/gemeente zelf ook hanteert."

IV Diversen

1. Website VvE Gouden Leeuw

VvE Gouden Leeuw beschikt over een eigen website, die zowel voor interne als externe communicatie wordt ingezet.

Deze website is een informatiebron voor intern en extern gebruik. Er is momenteel sprake van onvolledige en verouderende informatie; gedateerde vormgeving, interface en tone of voice.

Conclusie en aanbeveling

De website zou in vorm, techniek, inhoud en tone of voice kunnen worden aangepast aan de eisen van de tijd.

2. Externe communicatie

Free publicity

In 2014-2015 hebben de heren Ramaekers (Pilaster), Van Riet en Nijhof diverse interviews gegeven aan (vak)media, in het kader van het verduurzamingsproject.

De problematiek rond de parkeergarage is door bewoners onder de aandacht gebracht bij AT5.

Conclusie en aanbeveling

Over de aanpak en wijze van communiceren met media is geen overleg vooraf geweest met andere betrokkenen of professionals op het gebied van communicatie. Dat lijkt logisch, mede gezien de aard van de communicatie en de persoonlijke betrokkenheid. In het geval van de parkeergarage heeft de media-aandacht geleid tot onmiddellijke actie van de gemeente cq de politiek betrokkenen. (De parkeergarage valt niet onder verantwoordelijkheid van de VvE, maar er staat wel met grote letters Gouden Leeuw op.)

De Communicatiecommissie wel graag ter overweging meegeven dat het verstandig kan zijn om in contact met externe media een beeld te schetsen van Gouden Leeuw dat bijdraagt aan een versterking van het positieve imago van onze VvE en het complex, maar dat overeenstemt met de werkelijkheid. Een overdreven positief of negatief beeld is later lastig bij te stellen.