

Huurachterstand voorkomen door preventie en vroegsignalering

Een webpagina over huurachterstand is pas het begin

Rijk Willemse

Veel corporaties investeren in de begeleiding van huurders met financiële problemen. En met succes. Het aantal huisuitzettingen door huurachterstand is gedaald. Volgens Aedes, hebben vroegsignalering en preventie hebben hieraan een wezenlijke bijdrage geleverd. Het is tegen die achtergrond verrassend om vast te stellen dat woningcorporaties relatief weinig en relatief weinig efficiënt communiceren met hun huurders over dit onderwerp via hun website. Wij onderzochten twintig corporatiewebsites op dit aspect. De resultaten geven aan dat er nog veel te verbeteren is. Is dat meteen het moment om sociale media een plaats te geven in de eigen communicatie?

Het is slecht gesteld met de financiële intelligentie van de Nederlanders. "Een kwart van de Nederlanders spaart nooit en nog eens een kwart spaart alleen als er geld overblijft. De helft van de Nederlanders heeft onvoldoende geld achter de hand om tegenvallers te kunnen opvangen. Daarnaast maakt vier van de vijf Nederlanders geen overzicht van de toekomstige uitgaven en houdt een kwart van de Nederlanders nooit bij waar het geld blijft. Nog eens een kwart van de Nederlanders staat iedere maand rood en meer dan een derde heeft een (niet-hypothecaire) lening." (Uit: Nibud-onderzoek Geldzaken in de Praktijk)

Geen wonder dat woningcorporaties kampen met het probleem van de huurachterstand. De gevolgen van eenmaal ontstane huurachterstand zijn groot. Vaak komen de betreffende huurders niet zonder hulpverlening uit deze problematiek. "Als een huurder een huurachterstand heeft, kan er meer aan de hand zijn. Vaak is het overzicht op de financiële situatie verloren, opent de huurder de post niet meer en worden rekeningen dus niet meer betaald. Dit kan leiden tot hoge schulden, waardoor mensen in het ergste geval zelfs op straat kunnen komen te staan. Ook kan sprake zijn van complexe problematiek die leidt tot financiële problemen." (Bron: Aedes)

De rol van woningcorporaties bij dreigende huurachterstand

Het Nationaal Instituut voor Budgetvoorlichting (Nibud) is een onafhankelijke stichting die informeert en adviseert over financiën van huishoudens. Het Nibud richt zich vooral op consumenten, maar ook op professionals die werken bij de overheid en de financiële en maatschappelijke dienstverlening. Het Nibud adviseert woningcorporaties over huurachterstand en ondersteunt hen met de volgende materialen en diensten:

- de Nibud Geldkrant toesturen aan de huurders, een krant vol informatie, testjes en invulschema's om grip te krijgen op geldzaken.
- de huurders wijzen op informatiebladen Waar blijft het geld? Bewaren waarmee ze hun financiële administratie op orde kunnen brengen en houden.
- Het Nibud BudgetHandboek voor inzicht in de bestedingspatronen van huishoudens.
- de Huur/inkomensberekening die antwoord geeft op de vragen: wat is een 'verantwoorde' huur bij een bepaald inkomen? Wat is een 'verantwoord' inkomen bij een bepaalde huur?

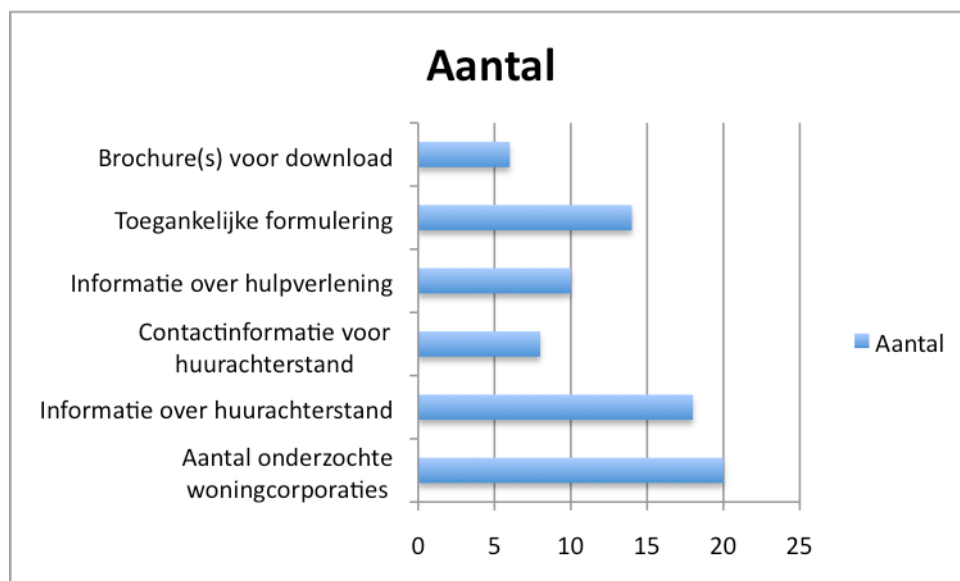
Woningcorporaties hebben uiteenlopende opvattingen over hun rol bij de problematiek van de huurachterstand. TBV Wonen uit Tilburg helpt huurders met een huurachterstand bij hun thuisadministratie. Een woordvoerder van deze woningcorporatie zegt hierover: "Door met bewoners in gesprek te gaan over de (woon)situatie, kan gericht hulp worden geboden en kan voorkomen worden dat (financiële) problemen uit de hand lopen", zegt de corporatie."

Een ander goed voorbeeld is het project Vroeg Eropaf waarin Amsterdamse woningcorporaties samenwerken met instanties voor maatschappelijke hulpverlening en de gemeente om mensen met een huurachterstand te helpen. Dit om huisuitzetting te voorkomen en te zorgen voor een regelmatige huurbetaling.

Maar niet alle woningcorporaties hebben de tijd en de middelen om de problematiek van de huurachterstand op deze wijze aan te pakken. Als we de websites van de woningcorporaties moeten geloven, zijn er vele en uiteenlopende wijzen mogelijk waarop (dreigende) huurachterstand wordt aangepakt.

Hoe communiceren woningcorporaties op hun website over huurachterstand?

Ons onderzoek bij de websites van twintig woningcorporaties levert het volgende beeld op.



Wij selecteerden de corporaties met een zoekopdracht naar het trefwoord "huurachterstand". De eerste twintig websites van woningcorporaties in de zoekresultaten dienden als onderzoeksmateriaal. Van de twintig websites geven er achttien informatie over huurachterstand, zes woningcorporaties zetten een of meerdere brochures over het onderwerp klaar om te downloaden.

De informatie over huurachterstand is het over het algemeen prettig en toegankelijk geschreven. Enkele schrijvers laten zich verleiden tot formele formuleringen (cursivering van mij): "U kunt *daartoe* vrijblijvend contact met ons opnemen" of "*De huurder dient* dan rekening te houden met het volgende."

Of een schrijver verliest het perspectief uit het oog: "*De huurder* is op grond van de huurovereenkomst verplicht de maandelijkse huur vooraf te betalen. Wanneer *u* dit niet of te laat doet, houdt *u* zich dus niet aan de huurovereenkomst" of "Neem dan contact op met *Woningstichting X*. Zij kunnen u doorverwijzen naar de juiste instantie op u te helpen."

Verder beschrijven veertien van de onderzochte woningcorporaties de stappen die volgen bij huurachterstand, zes doen dit niet. Slechts één van de onderzochte woningcorporaties meldt dat een van de corporatiemedewerkers zelf telefonisch contact opneemt bij een huurachterstand.

Contactinformatie voor huurachterstand

Vrijwel alle websites moedigen de huurder aan om bij huurachterstand contact op te nemen. Dat vertrouwelijkheid daarbij van groot belang is, geeft een enkele woningcorporatie aan: "Praten over huurachterstand is niet prettig maar wel zinvol. U kunt uw betalingsprobleem geheel vertrouwelijk voorleggen aan onze medewerkers van de afdeling huurincasso." Maar slechts acht van de twintig onderzochte websites geven daarvoor ook een handvat in de vorm van een telefoonnummer of een e-mailadres, maar dat is in alle gevallen een algemeen nummer of e-mailadres.

Geen van de onderzochte woningcorporaties laat op de website zien dat ze begrijpen hoe hoog de drempel voor de betreffende huurder is. Een telefoonnummer en een aanmoediging zullen de schroom om te bellen niet wegnemen. De naam vermelden van degene die je aan de lijn krijgt, wat een enkele woningcorporatie doet, kan helpen. Maar de grootste belemmering zit hem erin dat je als 'achterstallige huurder' aan een vreemde moet uitleggen wat er aan de hand is. Een situatie die te vergelijken is met een telefonisch consult over een intiem medisch probleem.

Het zou de drempel om te bellen sterk verlagen wanneer de website ook vermeldt wat de procedure en de setting precies zijn bij het betreffende telefoongesprek. Bijvoorbeeld: "Dit telefoonnummer is speciaal voor mensen met een (dreigende) huurachterstand. Als u dit nummer belt, krijgt u een medewerker aan de lijn die weet waarvoor u belt. U hoeft dus niets aan een balie-medewerker of aan de centrale uit te leggen." Maar dat vraagt natuurlijk wel om een *back-office* die hierop kan inspelen.

Informatie over hulpverlening

Veertien van de twintig onderzochte website geven informatie over de hulpverleningsinstanties waarop de huurder een beroep kan doen. Twee van de onderzochte woningcorporaties geven aan dat ze de huurder direct doorverwijzen naar deze instanties en de zaak meteen uit handen geven, vier woningcorporaties geven aan dat de hulpverlenende instanties via hen ingeschakeld kunnen worden.

Acht van de onderzochte woningcorporaties geven aan dat zij kunnen bemiddelen bij het inschakelen van hulpverlening; slechts één van hen geeft daarbij ook directe links naar middelen die in deze situatie behulpzaam kunnen zijn (www.nibud.nl, www.zelfjeschuldenregelen.nl, www.berekenuwrecht.nl en www.regelhulp.nl).

Is er plek voor nieuwe communicatiemiddelen en -benaderingen?

Vroegsignalering en preventie zijn de sleutelwoorden voor een succesvolle benadering van (dreigende) huurachterstand. Ons onderzoek geeft aan dat woningcorporaties in de communicatie over huurachterstand via hun websites nog een flinke kwaliteitsslag kunnen maken. Is er dan bij de verbetering ook plaats voor de inzet van aanvullende digitale hulpmiddelen en social media?

Op de website van Aedes zijn enkele tientallen themagerichte communities ingericht voor haar leden. Geen van die communities gaat specifiek over het thema huurachterstand. We durven met ons onderzoek als achtergrond gerust te stellen dat woningcorporaties in Nederland baat hebben bij een beproefde benadering van huurachterstand. Een community over dit onderwerp bij hun branchevereniging over dit onderwerp is daarvoor een eerste stap.

Wij adviseren woningcorporaties de online communicatie met hun huurders over het onderwerp huurachterstand uit te bouwen in lijn met de aangetroffen kansen en om in de back-office bijpassende maatregelen te nemen. Denk daarbij aan de volgende tips:

- Zorg voor een overzichtelijke en goed toegankelijke webpagina over huurachterstand; zorg voor voldoende verwijzingen naar hulpmiddelen en -instanties.
- Formuleer zorgvuldig en ontvangergericht, niet te joviaal ("je") maar ook niet te formeel ("u dient"); en test uw communicatie met een lezersonderzoek.
- Open een apart kanaal voor huurders met betalingsproblemen; dat kan een speciaal telefoonnummer zijn of een speciaal e-mailadres.
- Zorg voor een 'open deur' voor mensen met (dreigende) huurachterstand en geef precies aan wie en wat ze kunnen verwachten als ze contact opnemen.
- Communiceer over meerdere kanalen tegelijkertijd (magazine, website, social media, aan de balie) en gelijklopend; coördineer deze communicatie.
- Geef ook de huurdersvereniging een actieve rol bij de communicatie over (dreigende) huurachterstand.
- Voer een campagne over voorkoming van huurachterstand; dat kan zowel via de traditionele als via de nieuwe media.
- Activeer de huurders met eenvoudige en aantrekkelijke middelen om hun eigen financiële situatie in ogenschouw te nemen.

Voor vroegsignalering door de huurders zelf kunnen woningcorporaties op hun corporatiewebsite wijzen op bijvoorbeeld de volgende online gereedschappen:

- online huishoudboekjes als www.yunoo.nl, www.cashflow.nl et cetera;
- bankgerelateerde huishoudboekjes als Tim (ING) en www.bankingtools.nl (diverse banken);
- checklist en online tools als te vinden op bijvoorbeeld www.wijzeringeldzaken.nl, www.nibud.nl, www.zelfjeschuldenregelen.nl, www.berekenuwrecht.nl, www.regelhulp.nl.

[Begin kader]

"Hou jij aan het einde van je loon ook altijd een stuk maand over?" (Loesje)

"Uit ons onderzoek blijkt dat grip, inzicht en overzicht op de financiën de financiële zelfredzaamheid van consumenten verhoogt. Door grip komen ze beter rond en hun welzijn wordt verhoogd. Ze voelen zich gelukkiger als de financiën op orde zijn." (Uit: Nibud-onderzoek Geldzaken in de Praktijk)

[Einde kader]

Een toegankelijke en efficiënte webpagina over huurachterstand op de eigen corporatiewebsite is echter nog maar het begin van een succesvolle communicatie over huurachterstand. Uit onderzoek van het Nibud blijkt dat bijna een op de tien huishoudens de huur te laat betaalt. Een passende benadering van dit probleem kan woningcorporaties dus veel opleveren.

Om de problemen van huurders met een (dreigende) huurachterstand - en de gereedschappen die zij kunnen toepassen - onder de aandacht te brengen, adviseren wij woningcorporaties om ook sociale media als Twitter en Facebook in te zetten, om het onderwerp met een relatief beperkte investering structureel en campagnematig onder de aandacht te brengen.

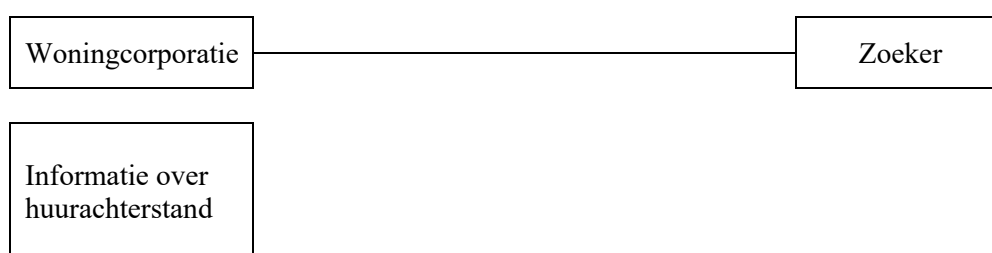
De zendergerichte website: wie komt er in mijn huisje?

De websites van de onderzochte woningcorporaties zijn stuk voor stuk te karakteriseren als zendergericht. Het zijn eigenlijk niet meer dan online catalogi. Interactie is alleen mogelijk

via e-mail. Van echte interactie en het activeren van betrokkenheid is geen sprake. Dat hoeft ook geen probleem te zijn, tenzij we een probleem als huurachterstand onder de aandacht willen brengen. Daarom zetten we nu de zendergerichte en de interactieve benadering kort naast elkaar.

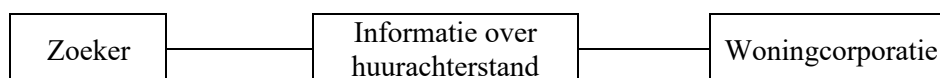
Het probleem van een zendergerichte benadering is dat de 'zoeker' het probleem (in dit geval huurachterstand) eigenlijk al moet kennen om er informatie over te vinden. En we weten dat velen met een huurachterstand hun eigen probleem liever ontkennen dan actief naar oplossingen op zoek te gaan. Wie de vraag kan formuleren, heeft de helft van de oplossing al in handen.

Bovendien is de koppeling van de corporatiewebsite met de geboden oplossingen voor huurachterstand slecht of afwezig. De situatie verbetert slechts minimaal door de betreffende pagina over huurachterstand nog beter in te richten.



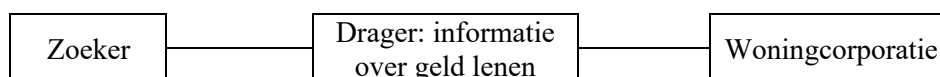
Als de woningcorporatie echter de interactieve benadering zou hanteren zijn de benodigde inspanningen en investeringen anders van aard en zeker niet groter. De resultaten (vindbaarheid en *leads*) zijn echter vele malen beter.

In deze benadering identificeert de woningcorporatie haar diensten (waaronder de dienstverlening bij huurachterstand) en deelt ze hierover zoveel mogelijk informatie, via beproefde kanalen als (eigen) kleine themawebsites – voor elke dienst één - met een voor de zoeker herkenbare naam, url en portolio van voorbeeldcases, LinkedIn-groepen, blogs, Twitter-accounts, Facebook-groepen, alle met voor de zoeker herkenbare namen van de beoogde diensten.



Nu wordt een andere koppeling geactiveerd: die van de geboden diensten met de woningcorporatie. De zoeker komt via zijn vraag vanzelf terecht bij de betreffende woningcorporatie, als hij of zij inhoudelijk geïnteresseerd is.

Het is dan wel zaak om de informatie over het probleem zodanig te presenteren dat de zoeker zich hierin herkent. Dat kan bijvoorbeeld door een generieker probleem zoals 'geld lenen?' als drager te gebruiken. De zoeker hoeft het eigenlijke probleem (huurachterstand) dus niet te kennen om de betreffende informatie en de woningcorporatie te vinden.

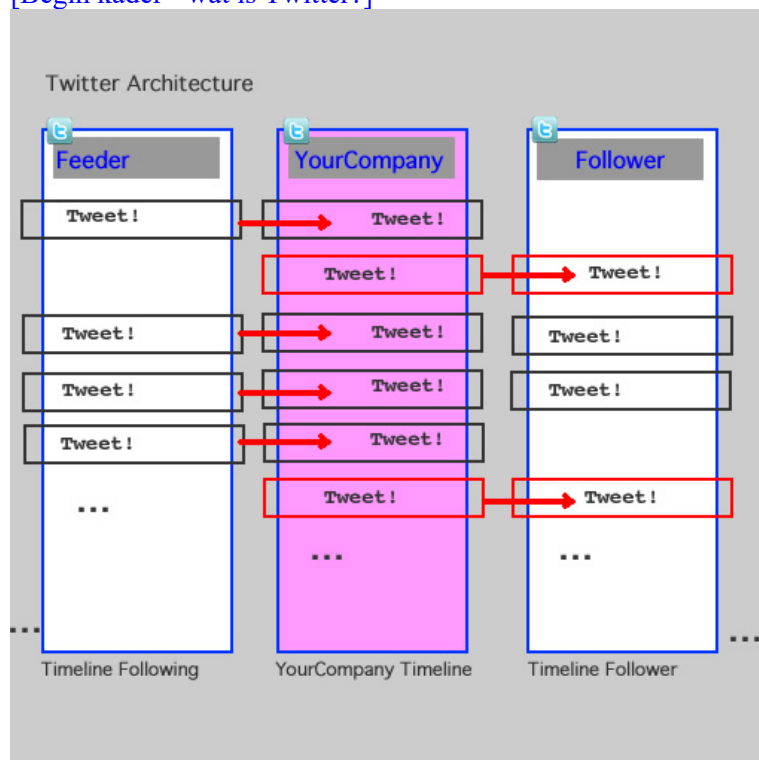


Dit is een principiële andere en effectievere benadering. Immers, de vindbaarheid van de pagina's van LinkedIn, blogs, Tweets, Facebook-berichten en cetera is spectaculair, en gratis. Links naar de site van de woningcorporatie en naar de betreffende kleine themasites, in de berichten, waarborgen de link naar de informatie over huurachterstand en naar de woningcorporatie. Elke uiting op deze kanalen zorgt voor een pagina die hoog in de rankings en de zoekresultaten verschijnt bij mensen die zoeken naar de beoogde 'drager' van het probleem.

De investering van de woningcorporatie zit nu niet meer in het upgraden van de eigen website, maar in het communitymanagement: het opzetten en gaande houden van berichten op de genoemde online kanalen. Offline-bijeenkomsten en -uitingen versterken de beoogde koppeling nog meer. Om een indruk te geven van wat er speelt bij de nieuwe, sociale media gaan we kort in op Twitter, een representatieve vertegenwoordiger van deze media.

Een voorbeeld: Twitter voor woningcorporaties

[Begin kader - wat is Twitter?]



[Bijschrift]

Tweet: een bericht van maximaal 140 tekens, waarin ook urls en links naar foto's mogen voorkomen.

Timeline: de reeks van tweets die een twitteraar verkiest te zien, inclusief de eigen tweets.

Followers: diegenen die jouw twitteraccount volgen. Zij kunnen ook jouw timeline bekijken.

Following: een twitteraar maakt een selectie van andere twitteraars die hij wenst te volgen.

Deze worden aangeduid als 'Following'. We noemen ze hier 'feeders'.

Op de timeline van YourCompany verschijnen alle eigen tweets en alle tweets van de 'feeders'. Op de timeline van alle 'followers' van Yourcompany verschijnen alle tweets van Yourcompany, naast de andere tweets die zij volgen.

- 1) De keuze van de feeders en de eigen tweets bepalen de inhoud van de eigen timeline.
- 2) De followers genieten van de tweets die Yourcompany schrijft.

[Einde kader]

Bij particulieren staat Twitter bekend als effectief medium om onder meer:

- kennis te delen (wat doe jij nu?),
- elkaar te ontmoeten.
- berichtgeving te filteren,
- met elkaar te communiceren.

Voor bedrijven en organisaties heeft Twitter aanvullende, aantrekkelijke eigenschappen:

- het vergroot gratis de presentie op het web en de vindbaarheid;
- gratis content, te verzamelen voor bijvoorbeeld onderzoek of eigen website;
- gratis doorverwijzen naar de eigen website;
- campagnes, te voeren over welk thema dan ook.

Sleutelwoord voor bedrijven en organisaties: communitymanagement. Daarbij worden veelal ook andere social media ingezet, zoals LinkedIn (groepen), Facebook, Youtube, Flickr...

Conclusie en aanbeveling

Ons onderzoek geeft aan dat het met de online informatie over huurachterstand niet al te best is gesteld. Als woningcorporaties besluiten om hun website op dit onderdeel aan te passen aan de hand van de gesignaleerde aandachtspunten, adviseren wij om daarnaast sociale media in te zetten waarmee zij gerichte aandacht en betrokkenheid kunnen genereren voor onderwerpen als huurachterstand. Huurders met problemen zullen dan eerder met de oplossing in aanraking komen. Het is dan bovendien eenvoudig om via deze nieuwe kanalen gerichte campagnes te voeren, bijvoorbeeld over de preventie van huurachterstand. Dan kunnen woningcorporaties de winst van vroegsignalering en preventie van huurachterstand echt gaan incasseren.