

Column

Vrije jongens



ALDERT DREIMÜLLER

Het is een misverstand dat Heerma met zijn beleid de volkshuisvesting op zijn kop heeft gezet. Heerma vatte de tijdgeest goed samen. Vandaar dat tien jaar later zijn ideeën grotendeels werkelijkheid zijn geworden. Corporaties zijn zelfstandiger dan ooit, investeren zonder subsidies forse bedragen in leefbaarheid en nieuwbouw. Corporaties worden ondernemers. Meer dan sommigen wellicht wensen, maar toch. Vanuit een andere positie, met andere doelstellingen en met voldoende middelen, dat wel. Maar zonder ervaring en met het hart van een volkshuisvester, dat ook.

DE MDW-DISCUSSIE komt niet uit de lucht vallen. Al tien jaar zijn corporaties – aangespoord door Heerma – op zoek naar nieuwe markten en klanten. En met succes. Verzekeringen, hypotheeken, koopwoningen, zorg op maat, VvE's, onderhoudspakketten, de rij van nieuwe activiteiten is eindeloos. Beperkte het verwijt van concurrentievervalsing zich tien jaar geleden tot de vaklieden van corporaties (die zogenaamd brood uit de mond van eerbare ondernemers stootten), heden ten dage wordt met afgunsten ge-

keken naar de niet aflatende stroom nieuwe activiteiten van corporaties.

EEN VOORBEELD is de projectontwikkeling. Ten koste van traditionele ontwikkelaars realiseren de corporaties nu een substantieel deel van de nieuwbouw. Het Economisch Instituut Bouwnijverheid constateert al in 1996 een sterke stijging van het aantal ontwikkelende corporaties. Was in 1994 slechts 6 procent actief, in 1996 ontwikkelde al een kwart van de corporaties woningen buiten de sociale huursector. Hun aandeel in de bouw van duurdere huuren koopwoningen beliep toen 20 procent en is alleen maar verder gestegen, zoals ook blijkt uit de bedrijfstakinformatie 1998.

OOK OP ANDERE terreinen worden corporaties steeds actiever. Volgens de bedrijfstakinformatie 1997 onderneemt één op vier corporaties activiteiten die niet rechtstreeks met de verhuur hebben te maken. Een jaar later is dat al één op de drie. En als die trend zich heeft doorgezet dan doet bijna elke zichzelf respecterende corporatie momenteel ervaring op met dienstverlening buiten de sector.

Helaas blijken die nieuwe activiteiten niet altijd winstgevend te zijn. Menige corporatie die begon met dienstverlening aan VvE's komt daar nu van terug. De marge is klein, de concurrentie van plaatselijke administratiekantoor-tjes groot en de omzet te laag om winstgevend te zijn. Laat staan dat de innovatiekosten worden terugverdiend! Ander voorbeeld is het verkopen van verzekeringen. De introductie is niet eenvoudig, vergt nieuwe kennis en levert maar een geringe fee op. Een winstgevende exploitatie is daardoor afhankelijk van een grote omzet.

WORDT ALS DOELGROEP enkel naar de bestaande huurders gekeken, dan zal de omzet al snel tegenvallen. Corporatie Samen Bouwen in Weesp¹ heeft moeten ervaren, dat het leveren van een breed servicepakket nog geen garantie is voor omzet. Van de 2700 huurders maken er slechts 80 met enige regelmaat gebruik van het aanbod. Samen Bouwen heeft geleerd dat de introductie van woondiensten gepaard moet gaan met een goede marketingstrategie.

DE KEUZE VAN de doelgroep is een belangrijk deel van de marketingstrategie. Beperkt de corporatie zich tot de bestaande klantenkring, dan legt zij zichzelf onnodig beperkingen op. Die doelgroep is immers veel kleiner dan al degenen die wonen in het werkgebied van de corporatie. Dat wil overigens niet zeggen, dat corporaties bestaande klanten moeten negeren. Integendeel. Bij innovatie zijn de bestaande klanten een uitstekend oefenterrein en een ideale uitvalsbasis. En uiteindelijk profiteren zij daardoor ook van de succesvolle introductie van een nieuw product. «

1. ZIE AEDES-MAGAZINE NUMMER 8, APRIL 2000.

DE VOLKSHUISVESTINGSCOLUMN WORDT AFWISSELEND GESCHREVEN DOOR JOHAN CONIJS EN ALDERT DREIMÜLLER. INFORMATIE EN VRAGEN: HELPDESK ROAG ROTTERDAMSE ORGANISATIE ADVIES GROEP, DR. IR. ALDERT DREIMÜLLER, (0570) 630964, E-MAIL A.DREIMULLER@ROAG.NL. RIGO RESEARCH EN ADVIES, DR. JOHAN CONIJS, (020) 5221111, E-MAIL JOHAN.CONIJS@RIGO.NL.

ILLUSTRATIE: OLTHOF SENS