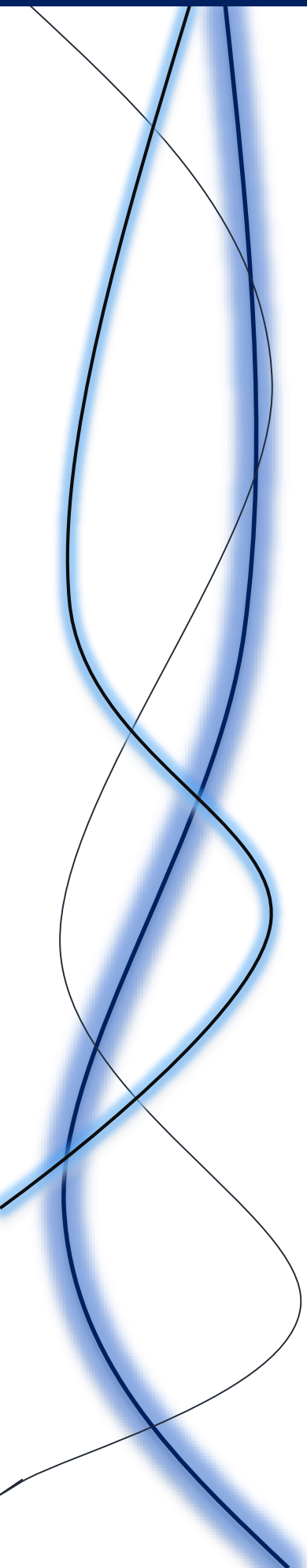
DENK
KRACHT
UTRECHT



mitros

Verslag DenkkrachtCentrale 13-11-2018

Emma Brouwer
Johan Lise
Remco Smulders

DENK
KRACHT
UTRECHT

Denkkracht Utrecht?!

Denkkracht Utrecht (DKU) is een netwerk van 25 Utrechtse young professionals. Zij hebben hart voor de publieke zaak en de ambitie om maatschappelijke, strategische en bestuurlijk-organisatorische vraagstukken te ‘kraken’. Denkkracht Utrecht mobiliseert en activeert denk- en doekracht van young professionals om een bijdrage te leveren aan het oplossen van publieke vraagstukken. De young professionals uit het netwerk zetten zich op vrijwillige basis in voor Denkkracht Utrecht.

Nieuwe oplossingen en denkrichtingen voor maatschappelijke vraagstukken

Mee- en tegendenken met (semi)publieke organisaties

Verbinden van *young professionals*

Vraagstuk

Denkkracht organiseert regelmatig 'Denkkrachtcentrales' (DKC's) : dagen waarbij aan een maatschappelijk vraagstuk wordt gewerkt voor één of meerdere externe partners. Op dinsdagavond 13 november 2018 dacht Denkkracht Utrecht mee met Mitros. Op deze avond stond de volgende vraag centraal:

Wat zijn onderwerpen waarover jonge huurders mee willen denken en hoe kan Mitros hen succesvol betrekken?

Mitros verhuurt circa 28.500 woningen in Utrecht en Nieuwegein. Voor de corporatie is het van groot belang dat de huurders er over meepraten of Mitros de goede dingen doet én deze dingen op de goede manier doet. Niet alleen omdat huurdersparticipatie wettelijk verplicht is, maar ook omdat dit Mitros kan helpen om de woningen en dienstverlening te verbeteren.

Mitros probeert huurders nu op verschillende manieren te betrekken. Dit gebeurt in de eerste plaats via huurderskoepel HuurdersNetwerkMitros (HNM). Deze koepel spreekt namens alle huurders van Mitros minimaal zes keer per jaar met de directie. Daarnaast zijn binnen HNM zo'n 30 bewonerscommissies georganiseerd, die op complexniveau meedenken en adviseren. Naast deze formele lijn, betrekt Mitros huurders ook informeel. Bijvoorbeeld via een digitaal huurderspanel, waarmee huurders circa 5 keer per jaar digitaal over een onderwerp worden ondervraagd.

Het blijft echter lastig om participatie van huurders goed te organiseren. Vaak zijn ze weinig betrokken als ze geen direct belang hebben bij het vraagstuk. Slechts een beperkt deel van de huurders is actief in de formele huurderskoepel en groepen als jongeren zijn hierbij sterk ondervertegenwoordigd.

Ambitie van Mitros is een meer diverse groep huurders te betrekken. Mitros zoekt hierbij de hulp van Denkkracht Utrecht: over welke thema's kan je (met name jonge) huurders laten meedenken en hoe kan je dat het beste organiseren?

Creatieve werkvormen

Als ludieke voorbereiding en om de aandacht vast te vestigen op de aanwezigheid van Mitros in Utrecht kregen alle deelnemers van tevoren de opdracht om een foto te maken van een Mitros-huis ‘in het wild’. Dat leverde in de week voorafgaand aan de avond al een aantal leuke reacties op:

Creatieve werkvormen

Op dinsdagavond 13 november was het dan zover, Denkkracht kwam op bezoek bij het hoofdkantoor van Mitros. De avond werd gestart met een warme maaltijd aangeboden door Mitros waar tijdens de inloop door de deelnemers van werd genoten. Om 19:00 werd eerst een korte introductie gegeven over Denkkracht Utrecht en daarna gaf Mitros een presentatie waarin hun vraagstuk en de aanleiding daartoe kort en bondig werd uitgelegd.

Hierna werden de 4 verschillende groepjes Denkkrachters aan het werk gezet voor hun eerste brainstorm-sessie. Denkkracht Utrecht werkt vaak met verschillende creatieve werkvormen en voor dit gedeelte van de avond werd er gevraagd om te brainstormen vanuit eigen ervaringen. Ten eerste met een aantal vragen over verschillende woonthema's: Wat bepaalt jouw woongenot? Wat is de fijnste plek waar je ooit gewoond hebt, en waarom? Wat is je grootste ergernis met huisbazen/verhuurders? Hoe ziet wonen in 2050 er uit?
En ten tweede met een aantal vragen over manieren van participeren: Op welke manieren heb jij contact (gehad) met een huisbaas/verhuurder? Stel je wilt dat jouw buurt duurzamer wordt: hoe betrek je je buurtgenoten hierbij? Op welke manieren geef jij je mening aan organisaties (denk aan je school of universiteit vroeger, de gemeente, politieke partij, vakbond, je werk, andere gemeenschappen waar je lid van bent)?

Om de hoofden en lijven weer even wakker te schudden werd hierna een korte 'energizer' ingelast waar 2 klassieke oud-Hollandse spelletjes werden gespeeld, namelijk 'stoelendans' en 'schipper mag ik overvaren?'

Na de energizer werd het tweede brainstorm-gedeelte ingezet waarin alle groepjes met hun ideeën en antwoorden op de hoofdvraag konden komen. Iedereen werd gevraagd om daarbij te denken vanuit één van de volgende huurdersprofielen van Mitros:

- Snelle starter
- Optimistische junior
- Traditioneel gezin

De ideeën

Idee 1: Wanneer geef je je mening?
In plaats van vragen waaróver mensen hun mening willen geven, stellen wij voor om te denken over wannéér je het meest open staat om je mening te geven. Wij vonden de volgende motivaties: als het geld oplevert; als het iets bijdraagt aan je cv; en als het gevoel van eigenaarschap oplevert en je ook werkelijk iets kan veranderen. Dit laatste punt is volgens ons het meest bruikbare. Mitros heeft 3 speerpunten, maar alleen voor het eerste punt, sociale huisvesting, weet iedereen Mitros te vinden. Het is nu niet duidelijk dat je ook over duurzaamheid en het bevorderen van een inclusieve samenleving, bij Mitros terecht kan.

Onze tip is allereerst om meer naar buiten te dragen dat Mitros hier ook mee bezig is en dat je je daar als huurder ook in kunt mengen en iets hier aan kan bijdragen. 'Wat doet Mitros nog meer?' is een vraag die je kan belichten en waarmee huurders meer bewust kunnen worden van de mogelijkheden tot participatie.
Een andere tip: ga 'shoppen' bij wat momenteel volgens jullie de beste woningcoöperatie is. Wat doen zij allemaal aan huurdersparticipatie? Leer van elkaar!
Tot slot denken wij dat er veel huurders best onderwerpen hebben waar ze iets over zouden willen delen maar dat het vaak te klein is om het meteen aan te kaarten bij de 'grote baas'. Gebruik dus bijvoorbeeld bewonerscommissies als antennes in de buurt.

Idee 2: Lekker belangrijk
De meeste huurders denken vooral: lekker belangrijk, ik heb zat andere problemen aan mijn hoofd dan huurdersparticipatie. Ze vinden het niet belangrijk (= een doodlopende straat). Wat ze wel belangrijk vinden (= eenrichtingsverkeer) is hun eigen directe leefomgeving, dus de korte termijn. Waar we naar toe moeten is een tweerichtingsverkeersstraat waarin er daadwerkelijk interactie is!

Benut hiervoor de positieve contactmomenten die je al hebt:

- De klusjesman die langskomt. Terwijl je koffie voor hem zet vraagt hij of je wat korte vragen wil beantwoorden.
- Jonge huurders hebben nog niet zoveel spullen. In ruil voor antwoorden op een paar korte vragen mogen ze gratis gereedschap en andere spullen komen lenen.
- Nel de pakjes-oma. Online bestelde pakketjes worden bezorgd op een centrale plek in de flat/woning, bij oma Nel. Bij het ophalen van pakjes beantwoorden mensen weer wat vragen.
- Een knop / babbelbox in de lift waar mensen een simpele ja/nee vraag beantwoorden.

De ideeën

Idee 3: ☻ 2 🎂 oftewel: Face to Feest

De vraag waar wij vooral op gefocust hebben is op welke manier we zelf bereikt zouden willen worden als huurders. Bij ons allemaal bleek de gemene deler toch wel eten. Daar komt elke doelgroep van elke afkomst op af en we bedachten daarom de buurtbarbeque. Deze barbecue is voor alle buurtbewoners en is (naast dat het gezellig is) bedoeld om op subtiele manieren informatie van bewoners te verzamelen. Dit kan op een aantal manieren:

- Een ideeënbus waar mensen een briefje in kunnen stoppen. Deze bus kan meteen naar Mitros
- Een thema centraal stellen. Je kiest dit thema afhankelijk van de doelgroep en zet een moodboard meer waar iedereen op kan schrijven / post-its op kan plakken
- De Mitros Mobiel waar mensen een voicemail op kunnen inspreken

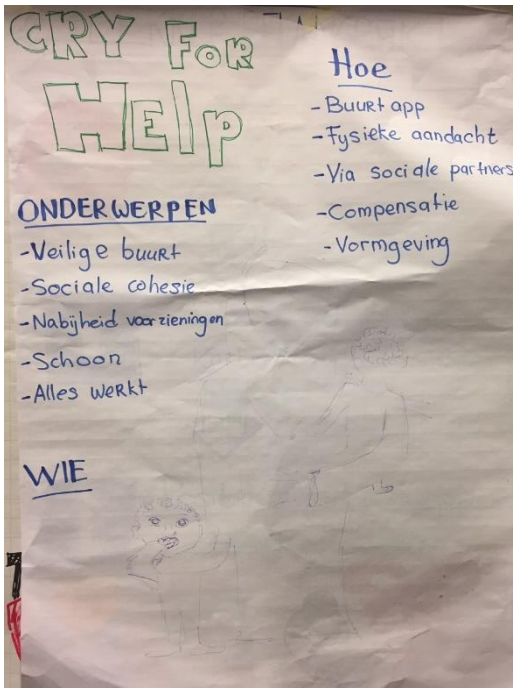
Een mooi pluspunt is dat je de Mitros-medewerker-van-de-maand kunt introduceren, die dan het barbecue-gedeelte op zich mag nemen!

Idee 4: Cry for Help

Wij hebben ons gericht op de buurt Overvecht waar veel Mitros-huizen staan, en dan vooral gekeken naar moeders met kinderen. Dit is in onze ogen een ondergesneeuwde doelgroep die wel veel behoeftes heeft in hun buurt en woning: een veilige buurt, sociale cohesie in de buurt, voorzieningen die nabij zijn (supermarkt, taxi, kinderopvang, school), een schone leefomgeving (portiek, gangen etc.), functionerende faciliteiten (deurbel, riolering, lift).

Hoe bereiken we die doelgroep? Digitaal want ze zitten vaak vastgegroeid aan hun mobiel dus een briefje in de bus werkt doorgaans niet. Digitaal contact kan bijvoorbeeld via een buurt-app. Wat ook erg belangrijk is zijn de sociale partners die al aanwezig zijn in de wijk: kwartiermakers, sociaal makelaars en opbouwwerkers. Wij raden aan om daar een samenwerking mee aan te gaan. Verder kan een compensatie ook stimuleren om mee te werken, in geld of in spullen (driewielers bijvoorbeeld…). En tot slot is het goed om te kijken naar de vormgeving van je media. Er is bijvoorbeeld wel facebook maar geen instagram van Mitros.

Op al deze manieren geven we gezicht en vorm aan de doelgroep die wij mistten vanavond.



Tot slot

De Denkkrachtcentrale bij Mitros was een enerverende avond waar in korte tijd veel ideeën boven tafel kwamen. Een deel van de suggesties zijn al wel eens geprobeerd door Mitros, maar in een iets andere vorm. Mitros werkt dus deels al in lijn met de ideeën van de denkkrachters, maar heeft wel ideeën gekregen voor een nieuwe frisse invulling daarvan. Daarnaast brachten verschillende Denkkrachters de boodschap dat er nog veel ruimte tot groei is binnen de al bestaande voorzieningen en doelgroepen.

De aanwezigen van Mitros gaven aan vooral te hebben begrepen dat ze zelf actie moeten ondernemen, omdat input vanuit huurders niet vanzelf naar ze toe gaat komen. Verder waren ze enthousiast over een aantal suggesties en willen ze in eerste instantie vooral aan de slag gaan met ideeën die direct kunnen worden toegepast in de al bestaande faciliteiten. Het 'face to feest'-idee sluit daar het beste bij aan.

Voor Denkkracht Utrecht was het een geslaagde avond. Allerleerst vanwege de fijne voorbereidende samenwerking met de organisatie van Mitros. Daarnaast gaven veel Denkkrachters aan het een interessante organisatie te vinden om eens binnen te kijken en verrast te zijn door wat Mitros allemaal doet.

Al met al een inspirerende avond waarna beide partijen met energie weer naar buiten liepen!

Meer weten?
Wilt u meer weten over de gepresenteerde ideeën of het programma van de dag? Neem dan contact op met Denkkracht Utrecht (contact@denkkrachtutrecht.nl). Benieuwd naar de mogelijkheden voor uw organisatie? Neem contact op met de stichting Denkkracht Utrecht of kijk op www.denkkrachtutrecht.nl.