



# Hoe Nijhuis drie herstructureringsopdrachten op rij verwierf bij een corporatie

Nijhuis Bouw B.V. is een middelgrote aannemer uit Rijssen met vijf vestigingen in het noorden en het midden van het land. Het al meer dan 100 jaar oude bouwbedrijf, vooral actief in woningbouw, renovatie en groot onderhoud, had de afgelopen jaren een omzet van ruim boven de 100 miljoen euro. Ook ontwikkelt Nijhuis op kleinschalige schaal woningbouwprojecten in eigen beheer.

De afgelopen jaren kampte het concern met een onrustige markt en opdrachtgevers die in toenemende mate op kwaliteit en de financiële solidariteit toetsten. Het vertrouwen winnen en behouden van de opdrachtgever was en is daarom de belangrijkste uitdaging. De strategie van de Twentse aannemer is een groot percentage van de omzet te verwerven uit de stijgende vraag naar goede en goedkopere woningen. Dit betekent dat woningcorporaties daarmee hun belangrijkste doelgroep zijn geworden. Nijhuis merkte dat hun technische expertise niet voldoende was om binnen te komen. De markt en de corporaties vroegen meer en meer een full-service aanpak, om zo het vertrouwen van corporaties te winnen en hen beter van dienst te kunnen zijn.

Waar u als aannemer aan moet voldoen om bij een woningcorporatie binnen te komen? Lees dan: ["Hoe verwerf ik de opdracht tot herstructurering van buurten bij corporaties?"](#).

## De vraag was simpel

Het eerste succes behaalde Nijhuis bij een selectie voor corporatie Ymere. Nijhuis werd door corporatie Ymere uitgenodigd voor een selectie voor planmatig onderhoud voor een groot complex in het centrum van Almere met 246 sociale huurwoningen. De vraag van corporatie Ymere was om voor het gehele complex Stationade planmatig onderhoud uit te voeren en de energieprestatie te verbeteren (dak- en gevelisolatie plus het aanbrengen van betere ventilatie). Ymere wilde voor deze ingrepen een huurverhoging doorvoeren, waardoor 70% goedkeuring van bewoners noodzakelijk was. Deze relatief eenvoudige vraag werd door Ymere in de markt gezet en aan aannemers werd gevraagd een aanbieding te maken om zowel de woningen te verbeteren als de communicatie met bewoners vorm te geven met een strakke planning, gericht op een snelle planvoorbereiding en uitvoering.

## Verder kijken dan de vraag gaf de doorslag

Nijhuis ging samen met KAW architecten en adviseurs aan de slag met de aanbieding en kwam er al snel achter dat er kansen lagen om niet alleen de woningen energietechnisch aan te pakken, maar ook de uitstraling van het gehele complex te verbeteren. Door de ingrepen die nodig waren om de energieprestaties te verbeteren slim te koppelen aan duurzame materialisering kon het complex met weinig extra investeringen een geheel nieuwe uitstraling krijgen. Hierdoor verbetert het imago van het complex en de verhuurbaarheid in de toekomst sterk.

Daarnaast werkte Nijhuis samen met KAW een communicatiestrategie uit met als doel de bewoners vroegtijdig bij de planvorming te betrekken. Daarmee wilde ze de ingrepen aan laten sluiten bij de wensen van bewoners, zodat op korte termijn 70% goedkeuring bij bewoners behaald zou worden. De slimme combinatie van ingrepen en het vertrouwen in de communicatie- en participatiestrategie waardoor de planning gehaald zou worden, waren reden voor Ymere om de opdracht aan Nijhuis te gunnen.

## Vervolgens gaat het om verwachtingen waar maken

Nijhuis heeft samen met KAW een plan uitgewerkt, gericht op het verduurzamen van de woningen, het verbeteren van het wooncomfort en het verbeteren van de uitstraling van het complex door de gevels en entrees aan te pakken. Daarnaast werd er een klankbordgroep opgericht met bewoners uit het complex. In het eerste gesprek met de klankbordgroep kwam direct naar voren dat de woningverbetering met open armen ontvangen werd, met name de energetische verbetering, maar dat dat het échte probleem niet was. Een oplossing bedenken voor de drugsverslaafden in de portiek en de schietpartijen voor de deur was urgenter dan het verbeteren van de woningen.

Volgens Maslow's piramide moet er eerst voldaan worden aan een gevoel van veiligheid en zekerheid, voordat comfort een rol gaat spelen. Woon- en leefgeluk begint dan ook bij een veilige en prettige woonomgeving; dubbel glas is mooi meegenomen, maar onbelangrijk wanneer je kind niet veilig op straat kan spelen. Nijhuis, KAW en Ymere hebben vervolgens de gemeente Almere bij de planvorming betrokken. Er zijn bewonersavonden georganiseerd waar de veiligheidscoördinator van de gemeente bij aanwezig was. Bewoners konden hun opmerkingen kwijt op het verbeterplan en ook op de kwaliteit van de woonomgeving. Het vertrouwen van de bewoners begon te groeien.

## Afspraken nakomen en tempo houden

Vervolgens is het belangrijk afspraken na te komen en tempo te houden. Bewoners begrijpen niet dat besluitvormingsprocedures bij corporatie en gemeente een paar maanden moeten duren. Bewoners willen snel resultaat en regelmatig op de hoogte gehouden worden. Daarom is met de klankbordgroep en de gemeente een plan uitgewerkt voor de woonomgeving. Via nieuwsbrieven en de klankbordgroepen als ambassadeurs werd de rest van de bewoners op de hoogte gehouden. Door het toezicht bij de entrees van de complexen te vergroten, extra camera's op te hangen en de entrees aan te passen door ze transparanter te maken en de afsluitbaarheid en intercom te verbeteren, kon op relatief eenvoudige wijze de veiligheid bij de portieken sterk verbeterd worden. Door deze verbeteringen direct op te pakken en parallel te laten lopen aan de voorbereiding van de woningverbetering, kregen bewoners het vertrouwen dat er echt iets gedaan werd met hun opmerkingen.

## Ruim 90% goedkeuring kroon op het proces

Dat vervolgens ruim 90% van de bewoners instemde met het plan voor woningverbetering met de bijbehorende huurverhoging, is het resultaat van een juiste bewonerscommunicatie- en participatiestrategie. Door de bewoners op de juiste manier bij de planvorming te betrekken kon Nijhuis heel gericht inspelen op wat er echt leeft onder bewoners. Door vervolgens de opmerkingen van bewoners echt serieus te nemen en samen met de gemeente een concreet plan uit te werken, kregen de bewoners zoveel vertrouwen dat de noodzakelijke 70% goedkeuring ruimschoots werd behaald. Dit maakte het mogelijk de planvorming binnen een recordtijd af te ronden en inmiddels is de planvoorbereiding gestart.

## Het succes vermarkten

De tandem Nijhuis en KAW had hiermee niet alleen aangetoond een succesvol en flexibel proces te kunnen doorlopen met bewoners, maar ook door het slim combineren van maatregelen de investeringen in wooncomfort en duurzaamheid meerwaarde te geven door ook de uitstraling van het complex te verbeteren. Door deze strategie – een koppel tussen technische expertise en expertise in bewonerscommunicatie – hebben Nijhuis en KAW ook de volgende twee selecties voor renovaties bij andere corporaties gewonnen.

*Wilt u inzicht verwerven in welke communicatiestrategie u het beste kunt toepassen in uw herstructureringsprojecten? Zie het paper: "Welke communicatiestrategie moet ik toepassen in mijn herstructureringsproject?".*