

Probleemstelling & Doelgroepen

“Hoe kunnen wij meer Zaanse woningeigenaren verleiden om een kamer beschikbaar te stellen voor een jonge woningzoekende?”

STARTENDE JONGEREN

Veel starters willen graag een eigen woning, maar kunnen door woningnood in de sociale huur en de hoge bedragen en eisen voor een koophuis of particuliere woning, geen woonruimte vinden in de stad waar ze graag zouden willen wonen.

POTENTIELE HOSPITA'S

Dit zijn vaak mensen met een groot huis, mensen die een extra inkomen goed kunnen gebruiken of mensen van wie de kinderen uit huis zijn gegaan waardoor er ineens een of meerdere kamers over zijn.

Huidige knelpunten

1. ONWETENDHEID WONINGNOOD

Vanuit fieldresearch gaven veel van de ondervraagde (potentiële) hospita's aan slecht of niet op de hoogte te zijn van de huidige woningnood onder startende jongeren.

2. ONZEKERHEDEN

Veel (potentiële) hospita's willen graag jongeren in huis nemen die zich aan de huisregels zullen houden. Andersom willen jongeren graag meer zelfstandigheid en vaak minder huisregels. Welke huisregels voor wie belangrijk zijn, zijn is erg verschillend.

3. REGELS & WETTEN VOORZIENING

Op diverse online forums geven mensen aan het een hoop werk te vinden om uit te zoeken welke regels en wetten er bestaan rondom hospita's en of een extra inwoner gevolgen kan hebben voor toeslagen die ze ontvangen of belasting die zij betalen.

De oplossing in het kort

Voor beide doelgroepen geldt dat ze online veel actief zijn en dat zij de meeste informatie zoeken op het internet. Daarom wil ik mijn concept zelf richten op een (mobiele) website. Deze website zou bijvoorbeeld kunnen worden gepromoot op social media van de gemeente Zaanstad, Dit is Zaanstad (en overigen), Wij zijn Zaandam (en overigen), etc. Om mensen naar de site te lokken, zal er een aantal dagen in de gemeente Zaanstad zelf een fysieke campagne zijn, waarbij jongeren aandacht vragen voor het probleem. Waarom fysiek? Het probleem is nog vrij onbekend waardoor mensen moeten worden bewogen naar de site te gaan. Een fysieke campagne is directer dan online op social media, omdat het de mogelijkheid biedt om potentiële hospita's direct te confronteren met een 'probleem'. Zo zullen ze mogelijk sneller nieuwsgierig worden om informatie te verkrijgen. De uitwerking van deze oplossing vindt u op de volgende bladzijden.

Digitaal platform: website

Een (mobiele) website is tegenwoordig één van de makkelijkste manieren om iemand van informatie te voorzien en vandaar mijn keuze hiervoor. Een website is laag in kosten, makkelijk te bewerken, in staat een zeer breed publiek te bereiken en biedt de mogelijkheden om wensen van huurders en verhuurders in kaart te brengen. Het is een perfect medium, die wanneer deze goed wordt ingezet, de huidige knelpunten die worden ervaren binnen de doelgroepen, wegneemt. Onderstaande beschrijf ik op welke manieren dit concept de knelpunten weg kan nemen en hoe we zo ook de voordelen van het verhuren aantrekkelijker kunnen maken.

REGISTRATIE: HUISREGELS, WENSEN, KOPPELEN

Aan het begin van de registratie kan worden ingevoerd door de verhuurder wat de kosten van de kamer zullen zijn en het aantal vierkante meter dat er bij hoort. Bij het registreren van de huurder moet de huurder aangeven hoeveel vierkante meters hij minimaal wilt en wat zijn maximale budget is als maandelijkse huur. Daarnaast moet de verhuurder minimaal 1 foto plaatsen van de kamer en aangeven in welke straat de kamer zich bevindt, deze informatie is niet direct beschikbaar voor de toekomstige huurder. Bij het registreren op de website wordt aan zowel de toekomstige huurder als toekomstige verhuurder gevraagd of ze het met een aantal stellingen eens zijn. Deze stellingen zijn mogelijke toekomstige huisregels, die vaak voorkomen bij hospita's. Deze stellingen kunnen zijn:

- "De huurder mag niet gaan roken in het huis" voor de toekomstige verhuurder, en voor de toekomstige huurder is de stelling "Ik ben bereid om niet te gaan roken in huis".

Overige stellingen vanuit het oogpunt van de toekomstige huurder kunnen zijn:

- "Ik ben bereid om minimaal 2 keer per week te koken"
- "Ik ben bereid om minimaal 2 keer per week een ruimte in het huis schoon te maken"
- "Ik ben bereid om iedere dag voor ... uur (bijvoorbeeld 11 uur 's avonds) binnen te zijn"

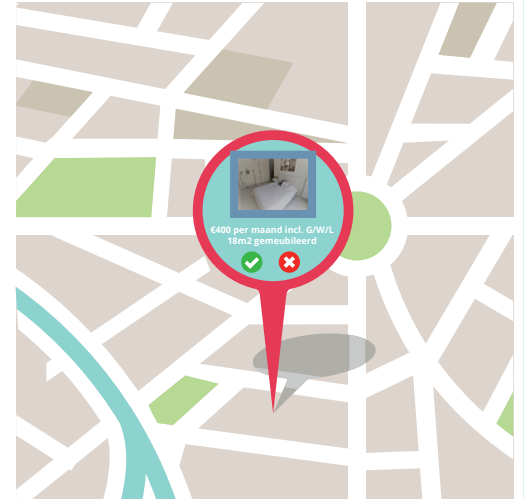
Sommige stellingen mogen door zowel de huurder als de verhuurder extra belangrijk worden gemaakt, door ze te markeren.

Wanneer er een meningsverschil is tussen de toekomstige huurder en toekomstige verhuurder bij een gemarkeerde stelling, dan zullen ze niet aan elkaar worden gekoppeld.



Wanneer er voor minimaal 80% van de stellingen een match is tussen verhuurder en toekomstige huurder, verschijnen er aanvullende eigen huisregels van gekoppelde verhuurders in het scherm van de toekomstige huurders. Per verhuurder zullen dit een aantal bij elkaar gevoegde huisregels zijn, als je het niet eens bent met de huisregels dan druk je op de knop “weigeren”. Wanneer je wel bereid bent om de aanvullende huisregels op te volgen dan druk je op “accepteren”.

Je krijgt vervolgens een foto van de kamer te zien, de straat waar de kamer in ligt in maps, de maandelijkse prijs en het aantal vierkante meters van de kamer. Als dit naar je zin is dan druk je op “accepteren”. Vervolgens wordt er een notificatie gestuurd naar de verhuurder, deze krijgt inzicht in je profiel die je bij registratie hebt aangemaakt. Het profiel bevat algemene informatie zoals een foto, het geslacht, de leeftijd, de baan, een korte motivatie waarom je een kamer bij een hospita zoekt en waar er een match is qua stellingen. De verhuurder mag vervolgens beslissen of hij of zij contact gaat leggen met de woningzoekende.



Wanneer je als woningzoekende aanvullende huisregels heb geweigerd, kan je ook andere opties krijgen voor aanvullende huisregels (indien je bij meerdere verhuurders 80% overeenkomst heb met de stellingen). Wanneer ook deze opties worden geweigerd, zal er nog even geen geschikte woning voor je zijn. Je krijgt een notificatie wanneer er weer een nieuwe verhuurder is die aanvullende huisregels aan je presenteert. Het kan ook het geval zijn dat de toekomstige verhuurder geen aanvullende huisregels heeft en dan hoef je alleen te kijken of je de kamer zelf wil accepteren.

ALGEMENE VOORWAARDEN

Wetten en regels zijn onder het menukopje ‘Wat te weten als huurder en verhuurder’ goed te vinden voor potentiële hospita’s en huurders. Uit onderzoek bleek dat een potentieel hospita vindt dat zij te veel moeite moeten doen om informatie te vinden met afhakers als gevolg. Op de website zullen alle links met betrekking tot wat je moet weten één oogopslag zichtbaar moeten zijn. Daarnaast moet de website de mogelijkheid bieden direct met iemand in contact te komen voor meer informatie. Belangrijke websites die vernoemd worden zijn:

Toeslagpartner, Belastingdienst onderhuurder toeslagregels, Regels hospitakamers, Belastingdienst onderhuurder inkomstenbelasting regels.

TOEGEMOEDKOMING VERHUURDER M.B.T. DE EXTRA INWONERBELASTING

Ondervraagden gaven aan dat zij door een extra inwoner, meer gemeentelijke belastingen zullen moeten betalen. Dit zou een knelpunt kunnen gaan vormen. Er moet dus een tegemoedkoming komen voor de verhuurder met betrekking tot deze extra inwoner belasting.

Fysieke campagne: Starten in karton

“Biedt jij een startende jongere een dak boven het hoofd?”

De inwoners van Zaanstad worden fysiek geconfronteerd met het hospita tekort in de gemeente. Door startende jongeren het minimale te geven, in dit geval een kartonnen doos, wordt het probleem zichtbaar.

Er zijn verschillende locaties binnen de gemeente waar jongeren gaan zitten in kartonnen dozen. Om hen heen liggen ook enkele dichte dozen (welke symbool staan voor de imboedel van de jongeren die niet aan een woning komen). Bij elke locatie zal er ook een kartonnen informatiehuis zijn gemaakt, waarop omstanders informatie kunnen vinden. Op de dozen staat een uitleg met onder andere de voordelen van het hospita zijn, enkele persoonlijke verhalen van startende jongeren zonder woning en een link + QR-code naar de website om huurder of verhuurder te worden. Bij elke kartonnen toren zal daarnaast iemand in de buurt staan die meer informatie kan geven over de campagne, de site en alle voordelen van het huren of verhuren van een kamer. Het sterke voordeel van deze fysieke campagne is dat er naast potentiële verhuurders, ook startende jongeren zonder woning, worden betrokken. Zij zullen nu mogelijk sneller op het idee overgaan om als tussenstap naar een echte woning eerst te huren bij een hospita.

De fysieke campagne kan van te voren extra worden gepromoot via de lokale Facebook pagina's (met eventueel evenementen pagina), Twitter en (lokale) nieuwssites.

Woningnet en Funda zijn partijen die betrokken kunnen worden bij de promotie van de website en campagne, omdat op deze sites veel naar woningen wordt gezocht.

KORTOM: WAAROM KAN DIT CONCEPT SUCCESVOL WORDEN?

Onzekerheid van huurders en verhuurders worden weg genomen, omdat huurder en verhuurder naar aanleiding van stellingen aan elkaar worden gekoppeld. Ze kunnen beiden al van te voren inzien waar ze matchen en waar niet. Ook kunnen ze er beiden relatief makkelijk van af zien, als ze het toch niet zien zitten voor de huur of verhuur. Een website is goedkoop en heeft een groot bereik onder huurders en verhuurders. Alles wat de verhuurders en huurders van te voren moeten weten is zichtbaar in algemene voorwaarden op de website. Ook links met betrekking tot rekenhulp toeslagpartner staan vermeld, zodat zowel verhuurder als huurder kunnen zien dat, indien zij gebruik maken van toeslagen, deze niet vervallen.

De campagne zou goed kunnen werken, omdat mensen letterlijk geconfronteerd gaan worden en zo 'het probleem' direct wordt aangekaart. Dit kan in korte tijd een groot deel van de doelgroep bereiken; mensen hebben er mogelijk nog nooit over heeft nagedacht om een kamer te verhuren of in geval van de jongeren te huren bij een hospita.