

Ondernemingsplan Buurthuis De Jagershoef Woensel-Eindhoven

Mei 2010



Ter verantwoording

Voorliggend ondernemingsplan voor buurthuis Jagershoef is opgesteld in het kader van het MFA-lab; een ontwikkeltraject voor het verbeteren van de exploitatie van multifunctionele accommodaties. Aan dit ontwikkeltraject nemen verschillende gemeenten en corporaties deel.

Centrale vraag in het MFA-lab is; Hoe kan je van de exploitatie van een MFA een gezonde business maken met een goede balans tussen maatschappelijk en bedrijfseconomisch rendement?

In dat kader zijn vier ondernemingsplannen geschreven, voor vier verschillende typen accommodaties, welke zijn bedoeld als:

- methode om de gedachten over de exploitatie van een MFA te ordenen en daarop in LAB-verband kritisch op te reflecteren (leerdoel).
- mogelijke informatiebron voor financiers en andere stakeholders om overtuigd te raken van het rendement (financieel en maatschappelijk) van de beoogde investering.

Buurthuis De Jagershoef is in maart 2009 door woningcorporatie Wooninc, overgenomen van de gemeente Eindhoven.

Anders dan voor veel andere maatschappelijke accommodaties ligt er voor De Jagershoef een helder en goed uitgewerkt jaarplan voor 2010. Voorliggend ondernemingsplan is voor een groot deel daarop gebaseerd (anders geordend overgeschreven). Daarbij is het aangevuld (met name m.b.t. omgevingskenmerken, analyse en concretisering doelstellingen). Ook hebben Bob Vijge en Remco Staals van Wooninc en Ingrid de Moel van de Wijkplaats samen gekeken naar de mogelijkheden voor optimalisatie.

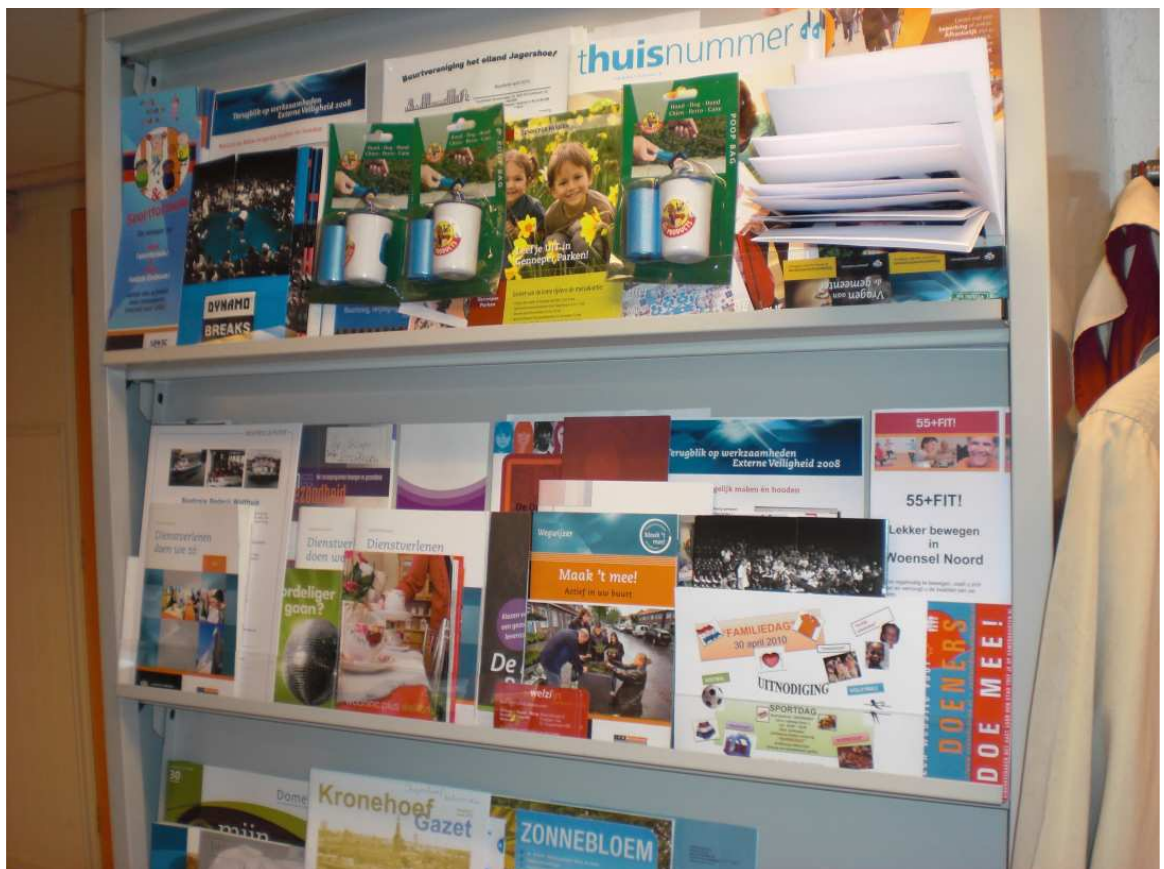
Het ondernemingsplan is opgesteld in nauw overleg met Bob Vijge en Remco Staals van Wooninc. Ook heeft Anton Kok van Ergon aan de eerste bespreking deelgenomen.

Kritische kantekeningen en opbouwende commentaar van andere deelnemers aan het MFA-lab zijn van harte welkom.

De Jagershoef; algemene gegevens

Naam: De Jagershoef
 Locatie: Woensel Noord; Eindhoven
 Type: Buurthuis (zalen/ruimteverhuur)
 Omvang: 365 m2 BVO
 Exploitant: Wooninc
 Eigenaar: Wooninc

Maatschappelijk doel: Buurtontmoeting en leefbaarheid
 Doelgroep: Buurtbewoners
 Vaste gebruikers: Stichting Steunpunt Jagershoef
 Buurtvereniging Het Eiland Jagershoef
 Kaartclub Woensel Noord
 KBO-afdeling Jagershoef
 Tafeltennisvereniging Madi
 Free Spirit Line Dancers
 Welzijn Eindhoven
 The Bride of Christ
 Scale model Factory
 Incidentele gebr. ?

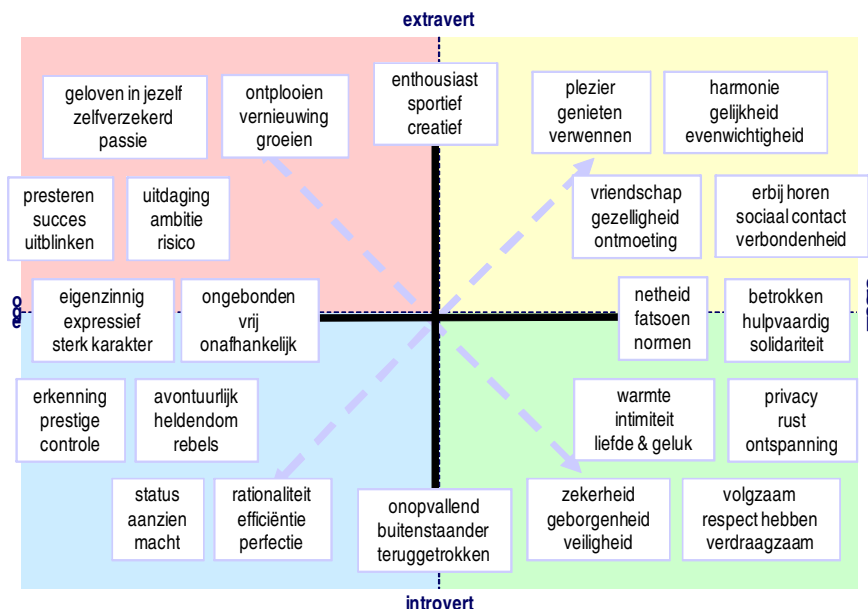


Omgevingsanalyse

De doelgroep

De Jagershoef is gelegen in de wijk Woensel Noord. Over de mensen die er wonen (de doelgroep) is het volgende bekend:

- 3500 bewoners;
- relatief veel ouderen (..%);
- relatief veel allochtonen (37%);
- relatief hoge werkloosheid (.. %);
- qua leefstijl 35% groen, 26 % geel, 26 % rood en 13% blauw (voor achterliggende waarden; zie schema);
- diverse clubjes (tegenstelling oud versus jong);
- actieve wijkvereniging en clubs die activiteiten in de wijk verzorgen.



Info over behoeften in de wijk?

Behoeftesonderzoek?

Als gekeken wordt naar de doelgroep in relatie tot de groep de De Jagershoef nu bediend kan het volgende worden opgemerkt. De Jagershoef trekt vooral:

- mensen uit de wijk;
- senioren;
- autochtonen;
- mensen met gemeenschapszin (vooral die met een groen levensstijl).

Buurtcentrum De Jagershoef kent een lange historie (sinds 1976) met veel activiteiten en hoogtepunten, maar ook door ingewikkelde onderlinge verhoudingen in de buurt. Aan de ene kant is er een hoge mate van betrokkenheid bij de groepen die veelvuldig gebruik maken van het buurtcentrum. Aan de andere kant is het lastig bestaande patronen te doorbreken en verandering door te voeren en/of een nieuwe richtingen in te slaan. Dit beeld past bij een “groene” levensstijl, waar belang wordt gehecht aan routines, tradities, zekerheid en de eigen groep (hetgeen soms botst met de waarden van andere groepen).

Het is Wooninc gelukt de oorspronkelijke bezoekers van De Jagershoef tijdens de overdracht en de verbouwing in 2009 vast te houden en met respect voor deze groep een aantal veranderingen door te voeren. Dit is zeker gezien de ervaring elders in de lande (waar vrijwel alle aandacht in zo'n proces gaat naar gebouw en organisatie) toch een hele prestatie.

Maatregelen in dit verband waren:

- investeren in inboedel en open houden van het buurthuis al voordat de overdracht een feit was (zodat activiteiten niet stil kwamen te liggen);
- investeren in de relatie met de omgeving; gespreksronde langs partijen en terugkoppelen met bewoners; resultaten meegenomen in verbouwplannen en programma (samenwerkingspartners).
- zorgen voor een tijdelijke voorziening waar bewoners terecht konden in de korte periode waarin het buurtcentrum gesloten was.

Voorzieningen in de omgeving

In de buurt zijn naast het buurthuis de volgende voorzieningen:

- Zeer uitgebreid winkelcentrum;
- Ziekenhuis;
- Scouting
- Jeu de boule baan;
- Maaltijden
- Buurthuis de Hoeksteen (vrije tijdsaccomodatie)
- Pizzeria, snackbar en chinees restaurant;
- School
- Peuterspeelzaal
- Cruijff court

Als gekeken wordt naar de voorzieningen in de buurt kan het volgende worden opgemerkt:

In de buurt zijn:

- relatief veel voorzieningen waar mensen elkaar kunnen ontmoeten (smalle basis voor gezonde exploitatie? Risico dat anderen ook ruimten gaan bieden voor lage prijs?);
- waarvan een aantal met een beperkte bezettingsgraad die mede door de overheid worden gefinancierd (risico bij bezuinigingen);
- relatief weinig eetgelegenheden (kans);

Kansen en bedreigingen

Kansen liggen mogelijk vooral in:

- Activiteiten voor jongeren en allochtonen (nu nog onvoldoend bediend terwijl er wel/geen behoefte is).
- Eten en ontmoeten volgens "van Harte-concept"; goedkoop eten, vrijwilligers, ontmoeten, gezondheid;
- Gemoedelijk imago (laagdrempelig)

Bedreigingen zijn:

- Imago van buurthuis voor ouderen;
- Hoeveelheid ruimte in de buurt (in relatie tot prijs);

- Sociaal/culturele ontwikkelingen met name de individualisering, groepen die elkaar uitsluiten, animo voor vrijwilligerswerk.
- Afhankelijkheid van programmerende mensen/partij (helder maar risico).

De financiële crisis en de politieke onzekerheid op dit moment vormt zowel een kans als een bedreiging . Een kans omdat De Jagershoef ruimte voor goedkope vormen van ontspanning, ontmoeting, sport en eten zou kunnen bieden; voor en door de buurt. Een bedreiging omdat ook De Jagershoef een financiële basis en financieel draagvlak nodig heeft.



Missie en doel

Missie

Wooninc wil met De Jagershoef “hét activiteiten-centrum voor de buurt” zijn. Een plek voor en door wijkbewoners, met een programma dat aansluit bij de wensen en behoeften van bewoners en die bij voorkeur door hen zelf worden georganiseerd.

Door ruimte te bieden aan/voor:

- de mensen in de buurt;
- activiteiten gericht op ontmoeten en leefbaarheid;
- het hele jaar door;
- ondersteund door een beheerder.

Ontmoeten wordt daarbij breed opgevat. Het gaat vooral ook om samen dingen doen en uitwisselen.

Vanuit de Jagershoef wordt geen programma ontwikkeld. Het buurthuis kan worden gekensschets als een zalencentrum, waarbij de exploitatie draait op de inkomsten uit verhuur, consumpties en subsidies.

Inhoudelijke doelstellingen

Concrete doelen voor De Jagershoef zijn onderstaand weergegeven en vertaald naar mogelijk toetsbare indicatoren en een norm voor succes. Om zicht te krijgen op de opgave staan ook de resultaten van 2009 vermeld. Deze zijn gebaseerd op de gegevens vanaf de opening in het najaar 2009 en vertaald naar een vol jaar).

<i>Doelstelling</i>	<i>Toetsbare indicator</i>	<i>Norm voor succes</i>	<i>Huidige situatie (laatste 18 weken 2009 vertaald naar vol jaar)</i>
Bezoekers			
Voor mensen in de buurt	Postcode bezoekers	40% van de wijkbewoners	??
Voor breed publiek	Afspiegeling van de wijk	Qua: <ul style="list-style-type: none"> • leeftijd • afkomst • leefstijl 	Nu te weinig; <ul style="list-style-type: none"> • jongeren • allochtonen • geel en rood
Ook tijdens vakanties	Programmering tijdens vakantie	Dagelijks activiteiten met name voor kinderen en ouderen	Geen activiteiten (in verleden gesloten tijdens vakanties)
Positionering			
Gedragen door mensen in de buurt	Bekend met en positief oordeel over buurthuis	60%	
	Door bewoners genoemd in de top 3 van belangrijke voorzieningen in de buurt (representatieve steekproef).	80%	
Verantwoordelijk voelen voor wat er in en om het buurtcentrum gebeurd	Inbraken en vernielingen in buurtcentrum door buurtbewoners	0	In 2010 brommer van beheerder gejat.
	Aantal vrijwilligers	30	20
	Omvang vrijwilligerswerk	150 uur/week	?
Ontmoeten			
Activiteiten/samen dingen doen en aanjagen	Aantal activiteiten	1.300	1.100?
	Aantal actieve partijen	15	?

	Zaalbezetting	Algemeen bezettingspercentage 55%: <ul style="list-style-type: none"> 's morgens (.. %) 's middags (..%) 's avonds (..%) Weekend (.. %) 	Huidige bezetting <ul style="list-style-type: none"> 's morgens (laag; 10%?) 's middags (laag; 20%?) 's avonds (goed, 70%?;) Weekend (.. %)
	Aantal verschillende activiteiten (voor 4 leeftijdsgroepen, autochtoon en allochtoon en 4 verschillende leefstijlen) x 90%	30 verschillende activiteiten	(zie aanzet voor een overzicht in de bijlage)
	Aantal bezoekers	24.000	11.000
Leefbaarheid			
Bevorderen synergie tussen alle gebruikers (ook t.b.v. synergie buiten; leren samenwerken)	Aanwezigheid partners bij overleg gebruikersraad.		
	Geen dubbele activiteiten		
	Aantal nieuwe initiatieven		
	Activiteiten waarbij meerdere partijen samen werken	5% van de activiteiten heeft 2 of meer organisatoren	
	50% van de bezoekers nemen deel aan minimaal 2 verschillende activiteiten		
Buurthuis levert belangrijke bijdrage aan leefbaarheid in de buurt	Naar de mening van representatieve steekproef onder bewoners	70%	?

Wooninc wil het buurcentrum inzetten voor een breder publiek. Dit blijkt geen gemakkelijke opgave. Reden zijn mogelijk “geen behoefte in de buurt”, de verhoudingen in de buurt (groepen die elkaar uitsluiten), de uitstaling van het gebouw (grijzig), het programma (niet aantrekkelijk genoeg) of onvoldoende op de hoogte van de mogelijkheden (communicatie). Om zicht te krijgen op de oorzaak laat Wooninc in de periode februari-juli 2010 een projectgroep van de Hoge Hotelschool Maastricht een afstudeeronderzoek uitvoeren met als onderwerp het imago van het buurtcentrum. Gekeken wordt wat het bestaande imago van het buurtcentrum is, wat het zou moeten zijn en wat ervoor nodig is (positionering, communicatie en activiteiten).

Wat opvalt in de doelstellingen:

- Met 20 % meer activiteiten 120% meer bezoekers trekken (?????). Dus vollere zalen of paar hele grote evenementen? Hoe realistisch is dit?

Financiële doelstellingen

Streven is dat de exploitatie van de MFA in drie jaar kostendekkend is. Tot die tijd wordt 50% van het tekort door de Gemeente Eindhoven gedekt met een maximale bijdrage van € 45.000,-

Marketingplan

Op basis van de omgevingsanalyse, missie en de doelstellingen worden de volgende zaken bestendigd/opgepakt:

Product

- Vanuit de Jagershoef wordt geen programma ontwikkeld. Het buurthuis kan worden gekensschets als een zalencentrum, waarbij de exploitatie draait op de inkomsten uit verhuur van ruimte, consumpties en subsidies.
- Het gebouw ziet er eenvoudig en laagdrempelig uit (geen koude kak, er druipt geen geld vanaf). De buitenkant is grijs en heeft een grijze uitstraling. Het is toegankelijk voor mensen met wielen (skates/rollator/rolstoel).
- Er zijn 3 zalen (55 m², 90 m² en 170 m²). De zalen kunnen achtereenvolgens door verschillende groepen worden gebruikt en hebben een multi-functioneel karakter. In de kleinste ruimte staan 2 biljarts die door afdekking ook als tafel kunnen worden gebruikt. De ruimtes hebben een frisse en moderne uitstraling. Met behulp van scheidingswanden die aan meer kanten te gebruiken zijn, kan de sfeer van de ruimte nog iets meer worden toegespitst op de specifieke doelgroep. Het meubilair is licht van gewicht (i.v.m. tillen) en heeft armleuningen (voor eenvoudige opstaan).
- Ook is er een bar en een eenvoudige keuken met wasstraat. Drank, eenvoudige garnituur en mogelijkheid tot broodjes (soep en kroketten). Geen snoep en chips.
- Meerdere toiletten aanwezig (mannen en vrouwen);
- Zomers is er mogelijkheid voor een terras buiten (.. zitplaatsen);
- Openingstijden 5 dagen in de week van 8.30 tot 24.00 uur (in praktijk regelmatig ook in het weekend)
- Er is niet altijd een beheerder aanwezig. Wel altijd een vrijwilliger.

Plaats

- Het buurthuis staat in midden van de wijk;
- Is goed bereikbaar per voet, fiets en bus.

Promotie

- Voor communicatie van het programma wordt gebruik gemaakt van bestaande communicatiemiddelen (nieuwsbrief KBO, nieuwsbrief buurtvereniging, website www.jagershoef.nl een lichtkrant aan de gevel (nieuw).
- Er vind geen actieve promotie plaats van het gebruik van de ruimte.
- Op de website www.jagershoef.nl (niet in eigen beheer) staan diverse activiteiten van het buurthuis. Een agenda met buurtactiviteiten op verschillende locaties in de wijk is in de maak. Er is één pagina op de site die specifiek gaat over buurthuis Jagershoef, met logo Wooninc, een algemeen weekoverzicht, huurprijzen en definities over de begrippen sociaal, regulier en commercieel (ingewikkeld voor een gemiddelde buurtbewoner). De tone of voice is kort en zakelijk, niet erg uitnodigend. De ambities met en mogelijkheden in het buurthuis, worden niet via de website gecommuniceerd (hoe wel; hoe weten mensen dat jullie ruimte bieden te ondernemen?).
- In de communicatie wordt het buurthuis afwisselend aangeduid met buurtcentrum, activiteitencentrum en VTA Jagershoef.

- Wooninc gaat in 2010 meer nadruk leggen op communicatie met de buurt (voor bekendmaking programma en werven vrijwilligers en initiatiefnemers activiteiten).
- In 2010 ook meer aansluiting met de communicatie met gemeenten.
- Communicatiegebied wordt mogelijk uitgebreid naar 't Hool.

Personeel

- Het operationele management van het buurthuis wordt uitgevoerd door vrijwilligers.
- Er zijn zo'n 20 vrijwilligers met een vrijwilligers contract (afspraken over omgang, alcohol en verantwoordelijkheden). Eens per maand is er vrijwilligersoverleg en wordt met elkaar het programma en de roosterindeling doorgenomen
- Er is één betaalde kracht (beheerder; 36 uren contract);
- De houding is er één van gastvrijheid, hulpvaardigheid en aanpakken.
- Er is bedrijfskleding. Medewerker en vrijwilligers zijn herkenbaar aan een polo met Jagershoef erop en gemakkelijk aanspreekbaar in verband met de schaal van het buurthuis.

Presentatie

- De locatie is ruim en groen;
- Het gebouw eenvoudig en heeft een laagdrempelige uitstraling (netjes en niet duur);
- De inrichting licht en fris;
- Met een inpandige bar (beetje bruin).

Prijs

- Er zijn 3 soorten tarieven voor ruimtehuur; sociaal (voor wijk en buurtbewoners), regulier (voor georganiseerde professionals en gesubsidieerde instellingen) en commercieel (voor besloten feesten en bijeenkomsten); zie ook onderstaand overzicht. De tarieven zijn gebaseerd op kosten die in de regio gebruikelijk zijn (vastgesteld op basis van een benchmark).
- De koffie kost € 1,- en fris € 1,35. Deze prijs is gebaseerd op horecaprijzen.
- Tarieven voor ruimte en consumpties zijn vergelijkbaar met die van elders in de buurt. Huur elders soms goedkoper maar consumpties weer duurder. Grosso modo gelijk.
- Wooninc biedt oude en nieuwe gebruikers de mogelijkheid om te experimenteren met nieuwe activiteiten zonder dat daar direct financiële consequenties aan verbonden zijn (beschikbaar stellen van materiaal en ruimte). Bovendien ondersteunt woning partijen in de buurt om zich beter te organiseren/zo te organiseren dat zij voor subsidie in aanmerking komen.

TARIEVEN: (per dagdeel)

De tarieven zijn gebaseerd op de kosten die in de regio gebruikelijk zijn voor dit soort gebouwen:

	<u>Sociaal</u>	<u>Regulier</u>	<u>Commercieel</u>
Grote zaal (170m2) :	45	102	204
Middelzaal (90m2) :	30	54	108
Kleine zaal (55m2) :	20	33	64

Managementplan

Onderstand de organisatorische inbedding van Buurhuis Jagershoef.

Structuur en rechtsvorm

De Jagershoef is sinds 2009 eigendom van woningcorporatie Wooninc. De verantwoordelijkheden zijn als volgt over de organisatie verdeeld:

- Het gebouw bij de afdeling Vastgoed van Wooninc;
- De exploitatie bij de manager van Wooninc.plus, een organisatieonderdeel dat 10 woongebouwen met ontmoetingsruimtes aanstuurt.

Het buurthuis is geen zelfstandige onderneming. Wel wordt een apart jaarverslag gemaakt als ware het een zelfstandige organisatie.

Het gebouw

Achterstallig onderhoud is in 2009 aangepakt. Naast regulier onderhoud van het buurtcentrum zijn er naar verwachting komende jaren geen grote kosten te verwachten. Ook het interieur is tijdens de verbouwing van 2009 volledig vernieuwd.

Personeel

De dagelijkse operatie van het buurthuis wordt uitgevoerd door vrijwilligers. Deze vrijwilligers zijn grotendeels afkomstig uit de wijk. Organisaties die huren worden geacht (voor die huurprijs) ook vrijwilligers te leveren. Daarnaast zijn er vrijwillers die door de beheerder erbij zijn gevraagd voor het algemene reilen en zeilen.



Om de vrijwilligers betrokken te houden wordt zorgvuldig met hun tijd omgegaan. Zo worden zij bijvoorbeeld niet aan de afwas gezet, maar is een spoelmachine aangeschaft. Vrijwilligers krijgen een opleiding, begeleiding en er worden duidelijke afspraken gemaakt over taken en verantwoordelijkheden. De vrijwilligers krijgen de gelegenheid om te ondernemen.

Er is één betaalde kracht met een coördinerende en faciliterende taak. Verwachting is dat het op termijn mogelijk moet zijn om met minder professionele beheersuren uit te komen en kosten te besparen, zodat de exploitatie meer kostendekkend uitgevoerd kan worden.



Onderstaand een overzicht van de sleuteltaken, het belang daarvan voor de onderneming en degene door wie ze worden uitgevoerd.

<i>Sleuteltaken</i>	<i>Minder belangrijk</i>	<i>Gemiddeld belangrijk</i>	<i>Heel belangrijk</i>	<i>Functie</i>
Ondernemen - Programmeren - PR, communicatie		X	X	Vrijwilligers en actieve partij Beheerder en ?
Organiseren - Gastheerschap - Gebruikersoverleg		X	X	Beheerder en vrijwilligers Beheerder en vrijwilligers
Coördineren - Verhuur ruimten - Agendabeheer			X X	Beheerder Beheerder
Faciliteren - Receptie - Restauratieve diensten	X X			Beheerder? en vrijwilligers Beheerder? en vrijwilligers
Beheren - Schoonmaak - Onderhoud		X X		? en vrijwilligers Woninc en vrijwilligers

Onderstaand een overzicht van de functies, tijdsinzet en competenties.

<i>Functies</i>	<i>Taken</i>	<i>Aantalpersonen en fte</i>	<i>belangrijkste competenties</i>
Beheerder	Regiseren en faciliteren Activeren en motiveren Werven nieuwe vrijwilligers en actieve partners in de buurt Klaarstomen vrijwilligers om zelfstandig het buurthuis te kunnen runnen. Stimuleren synergie tussen gebruikers	1 x 36 uur	Overzicht over taken Organiseren Informereren en faciliteren activeren, motiveren werven en aquireren Verbinden
Vrijwilligers van verenigingen en clubs	Organisatie van activiteiten	?	Kennis en ervaring met inhoud programma Organiseren werven
Vrijwilligers voor overkoepelende ondersteuning	Runnen buurthuis.	30 vrijwilligers x .. uur gemiddeld	????

Over het personeel kan het volgende worden opgemerkt:

- De beheerder (vroeger kok) is zeer goed gekast en vervult zijn taak zeer naar tevredenheid van Wooninc en de bezoekers van het buurthuis. Hij is duidelijk, laat dingen waar ze horen en laat ruimte aan anderen.
- Het vrijwilligersbeleid (concept hoe je komt tot een buurthuis die in hoge mate wordt gerund door buurtbewoners zelf) is nauwelijks tot niet uitgewerkt (wat komen vrijwilligers halen, wat mag je verwachten, hoe organiseer je dat).

Partners

Belangrijkste partners in het buurthuis die cruciaal zijn voor het realiseren van missie en doelstellingen zijn onderstaand weergegeven.

<i>Partner</i>	<i>Taken</i>	<i>Belang</i>	<i>Competenties</i>
Buurtbewoners	Beheer		
Actieve partijen in de buurt	Programmering Communicatie	Verhuur Bekendheid en geliefdheid in de buurt	Initiatie en organisatiekracht Werving Competenties om de juiste groepen aan te spreken
Gemeente	Zorgstructuur en Wijkontwikkeling	Als leverancier van Maatschappelijke gegevens Maatschappelijk belang Financiering	Gegevensverzameling en verwerking (buurtthermometer)
?			

Het buurthuis is voor de ruimteverhuur vrijwel volledig afhankelijk van partners. In 2010 zal de beheerder op zoek gaan naar nieuwe partners. Niet aangegeven hoe.

ICT

In en voor het buurthuis zijn de volgende ICT voorzieningen beschikbaar:

- computers met internetverbinding en beamers (ook voor partijen);
- automatische kassa (op afstand gestuurd en te lezen).
- Lichtkrant.

Overig

Het buurthuis heeft geen vergunning voor feesten en partijen. Wel zijn die in de afspraken met de gemeenten beperkt mogelijk.



Financieel plan

De Jagershoef kan worden gekensschets als een zalencentrum, waarbij de exploitatie draait op de inkomsten uit verhuur van ruimte, consumpties en subsidies en de uitgaven vooral liggen in de sfeer van gebouw, personeel en onderhoud.

Verlies en winstrekening

Onderstaand de begroting voor 2010. Op verzoek van Wooninc zijn de cijfers hier alleen in relatieve getallen opgenomen (geen inzicht in precieze cijfers, wel in verhoudingsgetallen).

Kosten	% van omzet	Baten	% van omzet
Huur	20	Verhuur	20
Afschrijving wat? inboedel	5		
Energie	5		
Personeel (betaalde krachten)	40		
Personeel (vrijwilligers)	1		
Inkoop horeca	10	Verkoop horeca	25
Activiteiten (?)	2		
Communicatie	5		
Kantoor, organisatie, en overige kosten.	10		
Onderzoek en onvoorzien	2		
		Exploitatietekort; bijdrage gemeente Eindhoven	25
		Exploitatietekort; bijdrage Wooninc	30
Totaal	100	Totaal	100

Aanvullend op bovenstaand overzicht kan het volgende worden opgemerkt:

- De huurprijs is de prijs waarmee Wooninc boekhoudkundig rekent in de exploitatie van het buurthuis.
- De kale huurprijs komt neer op € 100,- per m2 BVO. Dit bedrag is in vergelijking met ander buurthuizen niet extreem hoog of laag. Ter vergelijk
- Het direct rendement op de investeringskosten is relatief hoog (8% t.o.v. 6% in de lande).
- De totale huisvestingskosten (huur, afschrijving en energie) zijn zo'n 30 % van de totale omzet en de personele kosten ruim 40% (samen 70%). Dat is best wel pittig. In de lande zijn grotere buurthuizen en buurthuizen met veel meer activiteiten bekend, waarbij deze kosten voor 20 c.q. 30 % op de begroting drukken (samen 50%). In deze kleinere locatie drukt het beheer relatief zwaar op de begroting.
- De huurprijs en de prijzen voor consumpties zijn relatief laag in vergelijking met buurthuizen elders. Voor Woenselse begrippen zijn ze marktconform.
- De kosten voor kantoor, organisatie en communicatie zijn relatief hoog gezien de faciliteiten en het communicatie-beleid (gebruik maken van bestaande kanalen).

De exploitatie-bijdrage van de gemeente Eindhoven komt omgerekend neer op ongeveer € 12,85 per buurtbewoner en die van Wooninc op € 14,30 per buurtbewoner.

Om de exploitatie van het buurthuis te kunnen draaien zijn volgens Wooninc ook commerciële activiteiten nodig. In 2009 is geëxperimenteerd met feesten en partijen voor besloten groepen. Het animo voor dergelijke activiteiten is groot. Wooninc krijgt veel aanvragen en zal in 2010 een beleid formuleren rond commerciële activiteiten (type en frequentie). Daarnaast zal zij zorgen voor een eenduidig aanbod in mogelijkheden.

Mogelijkheden voor optimalisatie

Streven is dat buurthuis Jagershoef over 2 jaar volledig kostendekkend is. Wooninc denkt dat dat haalbaar is. Ingrid de Moel van de Wijkplaats heeft daar een hard hoofd in en denkt dat dat met voortzetting van de huidige koers en inzet geen haalbare kaart is.

Op basis van de omgevingsanalyse, de missie en het doel, het marketing-, organisatie en financieel plan, zijn we (betrokkenen vanuit Wooninc, de Wijkplaats en later ook anderen van het MFA-lab?) op zoek gegaan naar mogelijkheden voor optimalisatie. Daarbij is gezocht naar mogelijkheden voor verbetering van

- de maatschappelijke prestaties (maatschappelijk rendement);
- de financiële prestaties (financieel rendement).

Onderstaand de belangrijkste punten van zorg vertaalt naar mogelijke actie. Ben benieuwd hoe jullie hier over denken. Zie het vooralsnog als goedbedoelde suggesties van een buitenstaander.

Product

Het product is ruimte en die is in principe geschikt voor meerder doelgroepen. Programma is niet de core-business van het buurthuis, maar het buurthuis is wel heel erg afhankelijk van goede programmering en de wervingscapaciteiten van de programmerende partijeën. De uitdaging is meer jongeren, allochtonen, meer mensen met een gele en rode levensstijl en commerciële partijen aan het buurthuis te binden. Dit kan:

- door explicieter ruimte aan te bieden ook aan bedrijven en kleine ondernemers in de buurt (eventueel introductiekorting en experimenteeruimte)
- door meer nadruk te leggen op de buitenruimte (park voor picknicks, laagdrempelige buitensport) en het buurthuis als vertrek en eindpunt van activiteiten te promoten (bijvoorbeeld als uitvalsbasis voor hardlooptraining)
- door zelf de toon te zetten met een incidentele activiteit die specifiek op één groep gericht is, of gek experimenteel (dat mensen zien dat het kan en ervaren dat het leuk is); bijvoorbeeld een rollatorrace voor jongeren (samen met de KBO), water-ballonnen-gevecht of een netwerkbijeenkomst voor zzp-er.
- Ruimte bieden voor laagdrempelige weekendprogrammering (disco, film, talentenjacht, uitvoeringen, diensten, verjaardagsfeestjes)
- Los komen van gevestigde kaders (jongeren en allochtonen vind je meer in informele circuits)
- en dit veel effectiever te communiceren (zie al daar).

Communicatie en promotie

- Ruimte verhuren is ruimte verkopen (waarom zouden ze huren, hoe weten ze dat het buurthuis hiervoor is en wat kan, welke kanalen zijn geschikt).
- Buurthuis De Jagershoef is een betere naam voor ruimte voor en door de buurt dan VTA (vanwege eigenheid en overheidsassociatie)
- De website van de gemeente is geen geschikt medium om jongeren en allochtonen te benaderen. Wellicht eigen pagina op website Jagershoef met eigen stijl, via Hyves, en kanalen waar allochtonen gebruik van maken.
- Om voor en door uit te stralen en nieuwe groepen te benaderen moet band met gemeente, welzijn, Wooninc, enz. juist minder sterk gecommuniceerd worden. Mooi dat ze er zijn/het doen, maar niet in de etalage.

- Wervender en mogelijkheden communiceren.

Exploitatie, organisatie en inbedding

- Meer visie en beleid op “voor en door” bewoners en wat buurthuis met vrijwilligers kan (ophalen praktijkervaring elders bijvoorbeeld in Leiden, Krommenie, Nijmegen). Wat heb je ze te bieden, wat willen en kunnen ze en in welke mate kunnen ze de tent draaiende houden, wat is aanvullend nodig. Als gedachte-experiment kijken hoe het verhaal er uit ziet als buurtbewoners exploitatie volledig overnemen.
- Exploitatiegevevens open communiceren (werkt motiverend als het lukt samen de tent draaiende te houden, maar ook voor maatschappelijke verantwoording van gemeenschapsgeld en investering corporatie).
- Stages en werkervaringsplaatsen bieden voor mensen uit de buurt;
- Hogere prijs consumpties.



Bijlage 1; Bronnen

Format ondernemingsplan MFA lab
maart 2010

Jaarverslag Jagershoef
2009

Jaarplan Jagershoef
2010

Gesprek tussen Bob Vijge en Remco Staals van Wooninc, Anton Kok van Ergon en Ingrid de Moel van de Wijkplaats op 26 april deelgenomen.

Telefonisch overleg met Bob op basis van het concept-ondernemingsplan op 22 juni 2010.

Overzicht activiteiten, frequentie en bezoekers

<i>Activiteit</i>	<i>Frequentie</i>	<i>Aantal deelnemers per leeftijd</i>				<i>Aantal allochtoon autochtoon</i>		<i>Induk sfeer en leefstijl</i>			
		<i>12</i>	<i>20</i>	<i>60</i>	<i>></i>	<i>nl</i>	<i>n-nl</i>	<i>ge</i>	<i>gr</i>	<i>bl</i>	<i>ro</i>
Lezen met kleinjes											
Frietmiddag											
Modelbouw											
Kaarten											