



Vereniging van
Nederlandse Gemeenten

Terugblik Wijkbedrijvenbijeenkomst

23 september 2015 te Zwolle

Een wijkbedrijf is een commercieel bedrijf (een bedrijf met een gezonde business case) in de wijk. Het wijkbedrijf wordt opgericht voor – en in een later stadium ook door – bewoners, begeleid en ondersteund door een professioneel kader. Dit kader makelt en schakelt tussen aanbieders en vragers van wijkgebonden producten en diensten, waarbij de betrokkenheid en inzet van bewoners in de uitvoering van groot belang is. De mogelijkheden zijn schier oneindig; denk aan huisvesting, woning- en groenonderhoud, afvalverwerking, energievoorziening, waterhuishouding, zorg en vervoer. Voornaamste doel van het wijkbedrijf is om geldstromen die anders de wijk uit gaan, in de wijk te houden en daarmee werkgelegenheid te creëren. Nevendoel is de leefbaarheid in de buurt te vergroten en onderlinge betrokkenheid en saamhorigheid te versterken. ‘Het dorp terug in de stad’.

Een wijkbedrijf verschilt van een commercieel bedrijf in de uitdrukking van winst. Waar het bij een regulier bedrijf gaat om financiële winst, zet een wijkbedrijf in op maatschappelijke winst zoals binding met de buurt, welbevinden, een versterkt sociaal weefsel. Aldus Filip van As, In Zwolle wethouder duurzaamheid en gastheer tijdens deze goed bezochte bijeenkomst van voornamelijk geïnteresseerde gemeente-ambtenaren en actieve buurtbewoners uit het hele land.

Van As propageert duurzaamheid in brede zin, een ‘way of life’ die voor iedereen vanzelfsprekend is. Hij beschouwt wijkbedrijven als een prima invulling daarvan, zeker als het initiatief bottom up ontstaat, en dus niet van bovenaf wordt opgelegd door een overheid, zoals een gemeente. Wel ziet hij een rol voor de gemeente in de opstartfase, bijvoorbeeld met startkapitaal en/of als gesprekspartner. ‘Professionele begeleiding en een startkapitaal zijn noodzakelijk, anders komt het wijkbedrijf niet van de grond.’

Casus Bilgaard/Leeuwarden/Marcel Tankink (KAW, 06-55748587)

Bijlage: presentatie

Woningcorporatie WoonFriesland wilde 330 woningen in de wijk Bilgaard renoveren en tegelijkertijd de leefbaarheid van de buurt vergroten. Dit was het startschot voor het oprichten van Wijkbedrijf Bilgaard, een consortium van bedrijven die samen met bewoners een prachtige wijk voor ogen hebben. Wijkbedrijf Bilgaard bestaat uit een bouwbedrijf, een organisatie-adviesbureau voor collectief opdrachtgeverschap, een energie-adviesbureau en architectenbureau KAW, dat ook tekende voor de bewoners-communicatie.

Het wijkbedrijf was van meet af aan een gedegen gesprekspartner voor WoonFriesland, mede door haar professionele basis en de nadruk op communicatie met de bewoners. Wijsheid achteraf leert dat de aanwezigheid van een concrete bouwopgave en de benodigde financiële middelen belangrijke succesfactoren bleken voor een geslaagde start van een wijkbedrijf, in dit geval dus Bilgaard. Ook het twintigjarige commitment dat het bovengenoemde consortium van bedrijven ondertekende, hoort bij deze factoren voor succes. Verder viel er voor alle betrokken partijen iets te brengen en te halen: de gemeente en haar diensten, de corporatie, de zorgverzekeraar, de adviseurs en niet te vergeten de bewoners zelf.

Samen bedenkt men allerlei alternatieven die de betrokkenheid en leefbaarheid in de wijk vergroten. Dit laatste bereik je overigens sneller door de omvang van het areaal te beperken, zo leert Bilgaard ons: een wijk(deel) met 330 woningen is relatief overzichtelijk.

Bewoners in Bilgaard nemen zelf taken ter hand die bijvoorbeeld eerst bij de gemeente lagen, zoals onderhoud van het groen en afvalverwerking. Als zij willen, ontvangen zij daarvoor een vrijwilligersvergoeding, die beduidend onder het tarief van een professionele aanbieder ligt. Dit laatste wordt soms door uitvoerende bedrijven als broodroof ervaren; het vereist dan ook politieke moed om hiervoor te gaan. Een collectieve zorgverzekering resulteert in een leuke korting op de individuele ziektekostenpremie. Collectief investeren in zonnepanelen en wijkverwarming spekt de gezamenlijke spaarpot. Soms vloeit de winst dus direct in de portemonnee van de bewoners, soms in de kas van het wijkbedrijf. Zo spaart men voor wijk-opbouwende investeringen waar anders geen geld voor zou zijn. Daardoor neemt de leefbaarheid toe en groeit de verbondenheid van de bewoners met de wijk.

Gedurende het twintigjarige commitment van het wijkbedrijf vinden jaarlijks momenten plaats voor monitoring van de kwaliteit van de geboden ondersteuning. Het samenwerkingsverband vormt zo een solide basis voor continuïteit en nieuwe initiatieven.

Casus Dieze-Oost en Holtenbroek Zwolle/ Koen Weytingh (Toekomst Sterk, 06-21573433)

Bijlage: presentatie, hand out en brochure

In de Zwolse wijken Dieze-Oost en Holtenbroek maakt en schakelt het 'Coöperatief Wijbedrijf' tussen opdrachtgevers (lagere overheden, corporaties, vve's en projectontwikkelaars) en opdrachtnemers (bewoners, klussers). Inzet is het ombuigen van grotere geldstromen die nu nog doorgaans vastliggen in strategische vastgoedplannen (lees: plannen voor de lange duur). Dan ontstaat er ruimte voor wijkgericht onderhoud en beheer, huur/koopconstructies, woningverbetering, straatstroom, kleinschalige landbouw-initiatieven, of het wijkgericht afkoppelen van grijswatercircuits. En opent mogelijkheden voor participatie en betrokkenheid van alle relevante partijen, tegen lagere kosten.

Ook de gemeente kan een opdrachtgever zijn van het wijbedrijf. Denk aan beheer en onderhoud van de openbare ruimte, of een challenge voor alternatief waterbeheer.

Praktijkvoorbeeld. Door het grijswater-aandeel van het rioolstelsel nu af te koppelen en om te leiden (bijvoorbeeld voor tuinieren), kan het straks te vervangen riool met een lagere capaciteit af. Dat leidt tot lagere investeringen. Het bespaarde geld kan wellicht nu al besteed worden aan alternatieve wijkinvesteringen.

Nog een voorbeeld. Om in de wijk zonnepanelen te kunnen plaatsen, knoopte het wijbedrijf gesprekken aan met eigenaren van daken (corporaties voor de huurwoningen en vve's voor de koopwoningen in de wijk). In een volgende fase worden de panelen geplaatst. Het wijbedrijf is eigenaar van de panelen en verhuurt de panelen aan de dak-eigenaren, tegen een goedkoper tarief dan de hoogte van de bestaande energierekening.

WijBedrijf Dieze heeft een statutair vastgelegde missie: Duurzame Ontwikkeling van de wijk, met meer participatie en betrokkenheid van bewoners, meer werkgelegenheid, lagere woonlasten, kortom meer leefbaarheid. De geldelijke winst wordt teruggepompt in de wijk. Het wijbedrijf speelt daarin verschillende rollen. Een kwestie van langere adem, soms. Maar in potentie veelbelovend.

De initiatieven in Leeuwarden en Zwolle bijten elkaar niet. In tegendeel: inzetten op sporen voor de korte (Bilgaard) en lange (Dieze) termijn kunnen elkaar aanvullen en versterken.

De deelnemers aan deze bijeenkomst vormen deelgroepen, waarin zij drie vragen proberen te beantwoorden. Onderstaand een samenvatting van de resultaten.

Waarom een wijkbedrijf beginnen?

- Gezamenlijk leefbaarheidsvraagstukken oppakken en gedeeld eigenaarschap creëren. Vertrouwen hiervoor ontstaat uit een direct belang van burgers en bedrijven in de leefomgeving.
- Organisatie van lokale economie bevordert betrokkenheid en sociale binding.
- Concrete investeringsopgave van een betrokken partij uit gevestigde orde is mooie aanleiding.
- Verdien-motortjes zorgen voor betrokken bewoners en borgen continuïteit.
- Start bijvoorbeeld uit ergernis, wantrouwen of andere prikkel die een groep mensen aanzet tot actie.
- Vervolgens loopt deze groep tegen een 'muur' aan: ze worden (nog) niet serieus genomen door gevestigde orde van partijen zoals gemeente of woningcorporaties. Help.
- Gemeenten hebben steeds minder middelen beschikbaar voor leefbaarheid, een wijkbedrijf biedt kansen. Toch moet je voorkomen het wijkbedrijf in te zetten als instrument om te kunnen bezuinigen: hiermee vervalt elke vorm van draagvlak!

Hoe een wijkbedrijf beginnen?

- Geloofwaardigheid moet worden vergroot: hoe word je relevant?
- Kennis van systeem nodig: professionals sluiten aan om in deze kennis te voorzien.
- Professionele (bege)leiding, zeker in beginfase.
- Intensieve communicatie met alle betrokkenen.
- Zorg voor een juridische identiteit.
- Katalysator nodig om initiatief aan de gang te krijgen: kleinschalig verdienmodel als vliegwiel dat activiteiten lostrekt (bijvoorbeeld biomassaketel-verhaal bij Wijkbedrijf Bilgaard dat voor een inkomstenstroom zorgt voor bewoners).
- What's in it for me? Belangrijk om mensen betrokken te houden.
- Rol gemeente: doop het initiatief als zijnde experiment of pilot: zo ontstaat ruimte om creatief met regelgeving/vergunning om te gaan zodat het initiatief minder belemmerd zich kan ontwikkelen.
- Wees opportunistisch. Denk, zoals een bedrijf, niet integraal, maar probeer zodanig op kansen in te spelen dat het jouw kansen worden.
- Creëer een gezamenlijk speelveld. Er zijn veel partijen met hun eigen taal, jargon en (beleid)werkelijkheid. De kunst is om hun taal zo mee te spreken dat ze de waarde van jouw propositie inzien.
- Werk aan een aantrekkelijke, eenvoudige propositie. Die is beter te verkopen. Je kan bijvoorbeeld wel alle problemen in de wijk proberen op te lossen, maar dan is het risico op verzanding groot. Een propositie als 'wij willen verdienen aan leefbaarheid' is in zijn eenvoud aantrekkelijk en geeft focus. Voorkom dat je alleen maar stedelijke vernieuwingsdoelen van de overheid inbrengt.
- Haak aan bij werkelijke belangen van verschillende stakeholders. Wat is hun drijfveer om deel te nemen? Dat betekent dat alleen sturen op kansen niet voldoende is. Vind ook de gezamenlijke ergernis, en kom met een voorstel dat op te lossen.
- Regels m.b.t. financiering uit bijvoorbeeld het provinciale fonds zijn star en moeilijk toe te passen voor vve's. Dit is ook een botsing tussen de 'systeemwereld' en de 'leefwereld'.
- Rol van de overheid is vooral die van een goede samenwerkingspartner en facilitator van een startbudget.
- Verbreding en verbinding van sectoren is voor een wijkbedrijf het verdienmodel.
- Er bestaan al veel data bij gemeenten, CBS, verzekeraars, corporaties, etc. om kansen voor het wijkbedrijf beter in beeld te brengen.
- Reken op een lange adem. Professionaliteit bij de wijkbedrijven (bewoners en kader) ontwikkelt zich door de jaren. Zo moet ook een olievlek ontstaan. Soms is dat lastig, omdat je niet altijd kunt sturen op doelstellingen.
- Maak vrijwilligersvergoeding mogelijk (belastingvrij tot 1500 euro per jaar, ook voor uitkeringsgerechtigden)
- Op basis van de opgedane ervaringen in Bilgaard werd een model-haalbaarheidsstudie ontwikkeld.

Hoe een wijkbedrijf continueren?

- Partijen moeten initiatieven niet louter afrekenen op waarden van de oude economie: deze is gestoeld op monetaire efficiëntie. Er wordt ook veel meer andere waarde gecreëerd!
- Bewaak het juiste 'schaalniveau' binnen de wijk. Niet iedereen identificeert zich met hetzelfde gebied. Dat hoeft geen probleem te zijn, maar bewaak de verbinding.
- Zorg voor rugdekking. Het initiatief moet niet op safari gestuurd worden in de institutionele jungle. Zorg richting bijvoorbeeld de gemeente voor een aantal korte lijnen, met mensen die krachtig genoeg zijn om intern niet alleen te verbinden maar ook door te zetten. In abstracte terminologie: creëer een speelveld tussen de leefwereld en de systeemwereld.
- Temporeer. Begin op het niveau en de schaal waar de meeste kansen zitten. Niet van nul naar honderd in twee seconden, het mag best langer duren.
- Het kan lastig zijn de gemeente als opdrachtgever voor het wijkbedrijf te hebben; streef naar gelijkwaardigheid in relaties.
- Versterk de continuïteit door afspraken voor langere termijn.
- Bewaak het onderlinge vertrouwen tussen de deelnemers.
- Gemeente mag het niet overnemen!
- Hou je boodschap vast!

Hoe nu verder?

Het concept wijkbedrijf is nog jong. Het verdient aanbeveling dit te verspreiden, door een platform, voorlichting, artikelen, etc. Concept en proces uitleggen aan anderen. Ambassadeurs (betaald) inzetten om dat te doen.

Boodschap vasthouden en zorgen voor rugdekking. Gemeenten zouden startups aan de zijkant van het wijkbedrijf kunnen organiseren, om ruimte voor innovatie te creëren. Zie deze startups als multipliers: impulsen die een vliegwiel-effect beogen. Uiteraard moet er eerst sprake zijn van een staande organisatie.