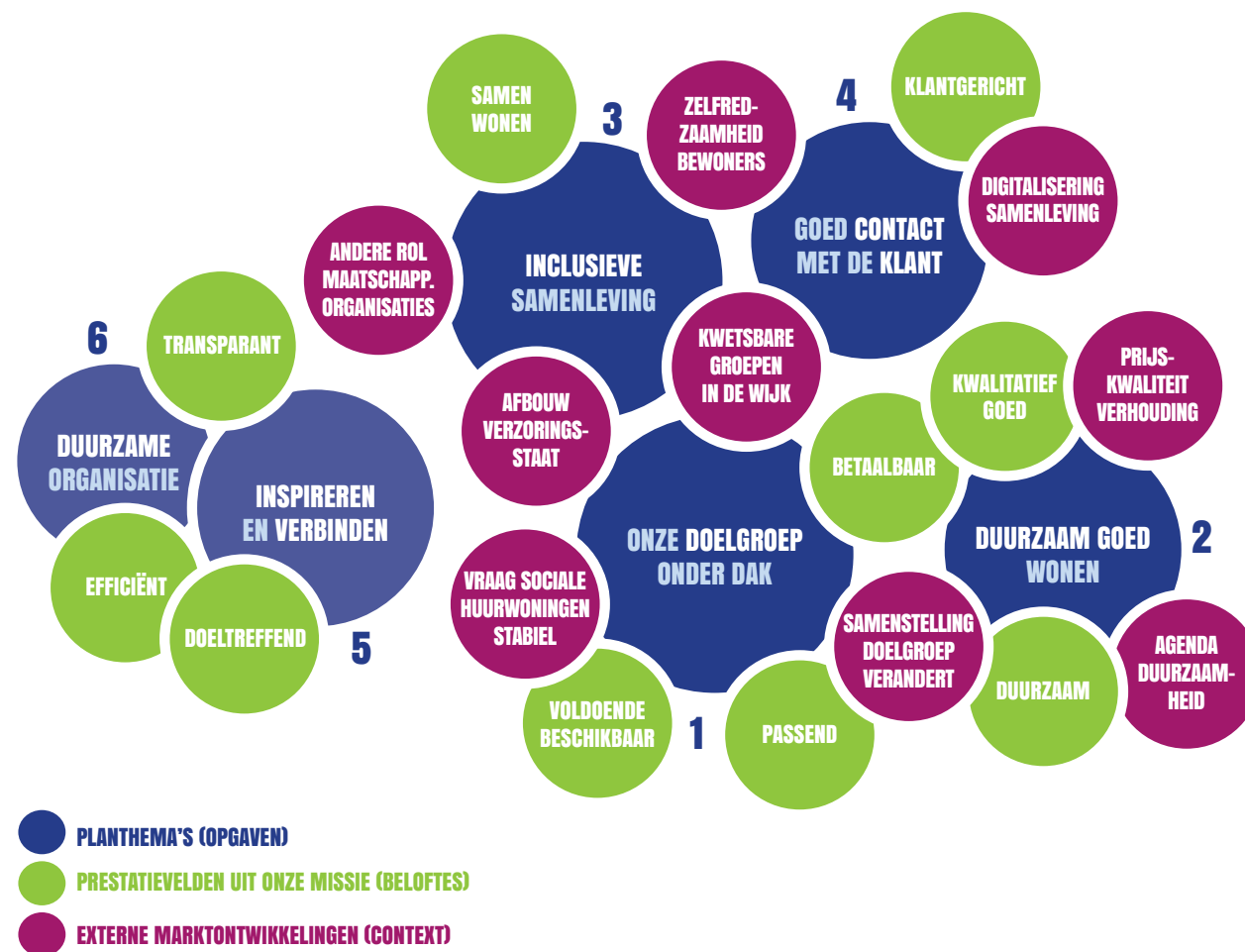


Leeswijzer

Schematisch overzicht

Dit losse kaartje is bedoeld als leeswijzer bij het ondernemingsplan van OFW. Het schema hieronder laat zien hoe het ondernemingsplan is opgebouwd. We raden u aan dit kaartje erbij te houden terwijl u het plan leest. Op deze manier kunt u te allen tijde de structuur van het ondernemingsplan overzien.



Inhoudsopgave

Voor een uitgebreider overzicht verwijzen we u naar de achterzijde van dit kaartje. Daar vindt u de complete inhoudsopgave van het ondernemingsplan.

Zie achterzijde voor inhoudsopgave...

1 ONZE DOELGROEP ONDER DAK 4-9

| | |
|---|------------|
| ONZE VISIE & BELOFTE | 4 |
| ONTWIKKELINGEN | 4-6 |
| Vraag naar sociale huurwoningen stabiel | 4 |
| Samenstelling doelgroep verandert | 5 |
| PRINCIPES | 7-9 |
| 1.1 Waarborgen beschikbaarheid | 7 |
| A. We focussen ons op de sociale doelgroep in Dronten | 7 |
| B. We vragen huurprijzen die huurtoeslag toelaten | 7 |
| C. We volgen de ontwikkeling van onze doelgroep | 7 |
| D. We hebben selectieve aandacht voor voorrangzoekers | 7 |
| 1.2 Kwalitatief inspelen op de vraag | 8-9 |
| A. Aanpassen woningaanbod | 8 |
| B. Doorstroming stimuleren | 9 |

2 DUURZAAM GOED WONEN 10-15

| | |
|----------------------------------|--------------|
| ONZE VISIE & BELOFTE | 10 |
| ONTWIKKELINGEN | 10-11 |
| De kwaliteit van ons woningbezit | 10 |
| Duurzaamheid hoog op de agenda | 10 |
| Betaalbaarheid blijft van belang | 11 |
| PRINCIPES | 12-15 |
| 2.1 Integrale aanpak | 12-15 |
| A. Kwaliteit | 13 |
| B. Duurzaamheid | 14 |
| C. Betaalbaarheid | 15 |

3 INCLUSIEVE SAMENLEVING 16-19

| | |
|---|--------------|
| ONZE VISIE & BELOFTE | 16 |
| ONTWIKKELINGEN | 16-17 |
| Afbouw van de verzorgingsstaat | 16 |
| PRINCIPES | 18-19 |
| 3.1 Faciliteren inclusieve samenleving | 18-19 |
| A. Inzetten op kracht | 18 |
| B. Verbinden | 19 |
| C. Draagvlak van de wijk | 19 |

4 GOED CONTACT MET DE KLANT 20-23

| | |
|--|--------------|
| ONZE VISIE & BELOFTE | 20 |
| ONTWIKKELINGEN | 20 |
| Digitalisering van de samenleving | 20 |
| Toename kwetsbare huurders | 20 |
| PRINCIPES | 21-23 |
| 1.1 Passend contact met de klant | 21-22 |
| A. We bieden 2 volwaardige, gelijkwaardige kanalen | 21 |
| B. De klant kiest zelf het kanaal, tenzij... | 22 |
| C. We spelen tijd vrij voor kwetsbare huurders | 22 |
| 1.2 Klantgericht als mindset | 23 |
| A. Klantbelang als vertrekpunt | 23 |
| B. Open staan voor de klant | 23 |
| C. Helder en betrouwbaar | 23 |
| D. Klanttevredenheid als logisch gevolg | 23 |

5 INSPIREREN & VERBINDEN 24-25

| | |
|---|--------------|
| DE RODE DRAAD IN ONS PLAN | 24 |
| De omgeving verandert steeds sneller | 24 |
| Oplossingen zijn minder pasklaar | 24 |
| Samen bereiken we meer | 24 |
| PRINCIPES | 24 |
| 5.1 Inspireren en verbinden op thema's | 24-25 |
| A. Partners: uitnodigen en uitdagen! | 25 |
| B. Medewerkers: geven en nemen van regelruimte! | 25 |

6 DUURZAME ORGANISATIE 26-29

| | |
|--|--------------|
| OVER ONZE ORGANISATIE | 26 |
| PRINCIPES | 26-29 |
| 6.1 We stellen doelen en ambities duurzaam vast | 26 |
| 6.2 We gaan rollend op onze doelen af | 26 |
| 6.3 We toetsen alles aan onze duurzaamheidschecks | 26-29 |
| 1. Heeft het echte waarde voor onze klanten? | 28 |
| 2. Is het maatschappelijk verantwoord? | 28 |
| 3. Hebben we er integraal naar gekeken? | 28 |
| 4. Doen we het zo efficiënt mogelijk? | 28 |
| 5. Past het binnen onze mogelijkheden? | 28 |
| 6. Kunnen we het verantwoorden en uitleggen? | 29 |
| 6.4 Onze mensen als drijvende kracht | 29 |

7 DE BELEIDSCYCLUS VAN OFW 30-33

| | |
|---|--------------|
| VAN PLAN TOT UITVOERING | 30 |
| 7.1 De stappen in onze beleidscyclus | 30-33 |
| 1. Ondernemingsplan geeft richting | 32 |
| 2. Thema's en principes als kapstok | 32 |
| 3. Inspireren & verbinden op thema's | 32 |
| 4. Concretiseren in beleid en projecten | 32 |
| 5. Samen uitvoeren | 33 |
| 6. Verantwoorden | 33 |
| 7. Aanpassen en verfijnen | 33 |