

MRM-bedrijfsvoeringsmodule

Huidige-belevingsscan

Bijgaande vragenlijst is onderdeel van de MRM-bedrijfsvoeringsmodule. Via twaalf meerkeuzevragen brengt de scan in beeld hoe u de huidige bedrijfsvoering van uw corporatie ervaart. De meerkeuzevragen zijn verdeeld over de vier door MRM herkende dimensies van MaatschappijRelatieManagement: beleidscyclus, leiderschap, organisatiecultuur en corporate governance.

Invulinstructies

- Wilt u de twaalf meerkeuzevragen beantwoorden door bij elke vraag het antwoord te kiezen dat naar uw opvatting het meest van toepassing is op uw huidige organisatie? Maak uw keuze kenbaar door het gekozen antwoord te omcirkelen.
- Uw opvattingen worden samengebracht met de opvattingen van de andere deelnemers aan de scan. Daarna wordt een verkennend beeld gevormd over de mate waarin uw huidige organisatie de beoogde maatschappelijke identiteit ondersteunt.
- De kwaliteit van de analyse wordt grotendeels bepaald door de kwaliteit van uw antwoorden. Daarom vragen we u om de meerkeuzevragen zorgvuldig te beantwoorden. Suggestie: vul de vragen samen met een collega(deelnemer) in en motiveer uw keuzes naar elkaar toe.
- Via het scoreformulier kunt u uw eigen antwoorden verbinden met de maatschappelijke identiteit die het meest aansluit bij de bestaande organisatie.

Veel succes met uw keuzes!



Omcirkel het antwoord dat **momenteel** het meest van toepassing is op uw organisatie

I. Aspecten behorende bij Beleidscyclus

Oriënteren

1. We gaan in de eerste plaats met onze omgeving in gesprek om:
 - a. de behoeften van onze doelgroep(en) te leren kennen en ideeën op te doen hoe we hieraan tegemoet kunnen komen.
 - b. ons inzicht te vergroten in de lokale opgave en onze rol daarin als corporatie af te stemmen op die van de andere spelers in het maatschappelijke veld.
 - c. onze beleidskeuzes toe te lichten en de omgevingsrisico's te leren kennen die zich bij de realisatie ervan kunnen voordoen.
 - d. draagvlak te creëren voor onze belangrijkste doelen en acties.

Besluiten

2. We laten ons sturen door onze belanghouders:
 - a. door met hen te onderhandelen over wat zij van ons mogen verwachten, resulterend in afspraken met de gemeente, huurdersvertegenwoordigingen en andere samenwerkingspartners.
 - b. door hen de kans te geven om hun opvattingen aan ons kenbaar te maken, en deze vervolgens aantoonbaar in onze afwegingen te betrekken.
 - c. door in dialoog met hen een lokale agenda op te stellen, die leidend – en op onderdelen zelfs dwingend – is voor onze beleidskeuzes (en die van hen).
 - d. door de bepalingen uit de wet, het BBSH en andere codes te volgen.

Realiseren

3. Als het ons door onvoorziene omstandigheden niet lukt om de gewekte verwachtingen op de voorgestelde manier waar te maken:
 - a. beroepen we ons op de onvoorziene omstandigheden en stellen we de resultaatverwachtingen bij, tenzij we er wettelijk of contractueel gezien niet onderuit kunnen.
 - b. stellen we ons eerst de vraag wat hiervan de betekenis is voor onze doelgroep, en zoeken we met de mogelijkheden die we hebben naar een nieuw optimum van mogelijke inspanningen en verwachte effecten.
 - c. gaan we na met welke aanpassingen in ons beleid we zonder gezichtsverlies de ongewenste effecten van de onvoorziene omstandigheden kunnen opvangen.
 - d. bepalen we met onze partners de impact hiervan op de gezamenlijke agenda en bespreken we wat dat voor een ieder betekent.

II. Aspecten behorende bij Leiderschap

Bestuurlijke drive

4. Onze bestuurder relateert (uitgaande van het beleid dat hij voert) het succes van onze organisatie aan:
 - a. de tevredenheid van onze in- en externe toezichthouders over de continuïteit van de organisatie, zowel financieel als politiek.
 - b. de groei in onze ontwikkeling als professionele maatschappelijke onderneming die het vertrouwen heeft van de samenleving.
 - c. onze bijdrage aan een leefklimaat waarin een ieder het perspectief heeft om met zelfvertrouwen te kunnen wonen en leven.
 - d. de ontwikkeling in de kwaliteit van de woonomstandigheden voor die groepen van mensen die we als onze doelgroep hebben aangemerkt.

Extern positioneren

5. Onze omgeving ziet ons als:
 - a. een betrouwbare en professionele woningcorporatie die sociale woningen bouwt en beheert.
 - b. een innovatieve woningcorporatie die voortdurend inspeelt op veranderende behoeften van haar doelgroep(en).
 - c. een bevlogen woningcorporatie die vanuit een brede maatschappelijke oriëntatie verbindingen aangaat om maatschappelijke knelpunten op te lossen.
 - d. een moderne woningcorporatie die weet wat er leeft en daar met beproefde concepten op inspeelt.

Intern aansturen

6. Het bestuur houdt het management scherp door:
 - a. tijdgebonden afspraken te maken over de verwachte bijdrage aan de realisatie van concrete organisatiedoelstellingen (leider in de rol van regisseur).
 - b. duidelijke opdrachten te formuleren en daarbij een omgeving aan te bieden waarbinnen deze opdrachten op een voorspelbare wijze waargemaakt kunnen worden (leider in de rol van instructeur).
 - c. een strategische visie aan te reiken die inspireert tot het ontwikkelen en uitvoeren van beleid en hen aan te spreken op de effecten van de door hen gemaakte keuzes (leider in de rol van inspirator).
 - d. hen een omgeving aan te bieden die hen uitdaagt zich in te zetten voor de maatschappelijke taak van de organisatie en met hen te evalueren hoe ze hiermee omgaan (leider in de rol van bruggenbouwer).

III. Aspecten behorende bij Organisatiecultuur

Communiceren

7. Bij het benaderen van onze omgeving:
 - a. is het bewaken van de positieve beeldvorming over onze organisatie bij klanten en belanghouders het belangrijkste uitgangspunt.
 - b. maken we geen principieel onderscheid tussen klant-, belanghouders- en maatschappijcommunicatie. We doen wat minimaal nodig is om goed te kunnen blijven functioneren.
 - c. stellen we niet onze boodschap, maar de betekenis ervan centraal. Daarbij kijken we verder dan het wonen alleen.
 - d. benutten we bestaande contactmomenten met onze klanten, belanghouders en andere maatschappelijk betrokkenen om hen beter te leren kennen zodat wij onze dienstverlening kunnen verbeteren.

Ruimte geven aan persoonlijk ondernemerschap

8. De organisatie stelt medewerkers in staat hun persoonlijke kwaliteiten in te zetten door:
 - a. persoonlijke drijfveren te benaderen als unieke kwaliteiten van de organisatie die kunnen leiden tot extra mogelijkheden om externe verbindingen aan te gaan.
 - b. ruimte te geven voor eigen werkwijzen in de uitvoering van het werk.
 - c. kaders te stellen waarbinnen in de contacten met derden ruimte is voor eigen afwegingen.
 - d. binnen duidelijke corporatiedoelstellingen eigen initiatief te stimuleren om de gevolgde aanpak te verbeteren.

Leren

9. Het leren in de organisatie is overwegend gericht op het:
 - a. beter doen van de dingen die we doen (leren gericht op het bereiken van efficiency).
 - b. leren kennen en eigen maken van nieuwe aanpakken om onze doelstellingen te realiseren (leren gericht op effectiviteit).
 - c. opvangen van signalen uit de samenleving en het vergroten van de mogelijkheden die we hebben om daarop in te spelen (leren gericht op flexibiliteit en kwaliteit).
 - d. het ontwikkelen van individuele kwaliteiten en interesses van medewerkers (leren gericht op bereiken van een natuurlijke verbinding met de maatschappelijke omgeving).

IV. Aspecten behorende bij Corporate governance

Toezichhouden

10. Het toezicht van onze raad van commissarissen richt zich primair op de vraag:
- of we de gewekte verwachtingen (in ons bedrijfsplan) over ons maatschappelijk functioneren binnen de gestelde wettelijke en financiële kaders voldoende waarmaken.
 - of we de mogelijkheden die zich voordoen om van betekenis te zijn voor onze doelgroepen effectief benutten; dit uit zich onder meer in de bijzondere aandacht voor het afwegingskader en de waargenomen effecten van beleid.
 - hoe onze keuzes gelegitimeerd zijn in de maatschappelijke omgeving waarin we opereren.
 - wat de betekenis van ons beleid is voor onze financiële positie en het risicoprofiel van onze organisatie.

Verantwoorden

11. We vinden het belangrijk om ons extern te verantwoorden om:
- die mensen en organisaties die iets van ons mogen verwachten te laten zien welke afwegingen we maken en tot welke resultaten en effecten dat heeft geleid.
 - te voldoen aan de formele algemene eisen van het BBSH en de algemene regels omtrent jaarverslaggeving.
 - de samenleving te laten zien welk rendement is behaald met het maatschappelijke vermogen dat de corporatie ter beschikking staat en hoe onze rendementskeuzes maatschappelijk zijn ingebed.
 - belangstellenden, onze formele en informele volgers, te laten zien dat wij als organisatie toegerust zijn om onze verantwoordelijkheid als maatschappelijk ondernemende corporatie te dragen.

Financieel maatschappelijk sturen

12. Het eigen vermogen van de corporatie beschouwen we als:
- een indicator van de financiële gezondheid van de organisatie rekening houdend met de bestaande beleidsvoornemens en inzichten van de corporatie.
 - een niet-vrijblijvende indicator van de financiële mogelijkheden om ons maatschappelijk rendement te verhogen.
 - maatschappelijk vermogen dat we zorgvuldig en in samenspraak met de samenleving moeten beheren.
 - de vermogensbuffer waarop we kunnen terugvallen als zich bepaalde risico's voordoen.