

## De 'Wow!-factor' bij woonzorglocaties is zo belangrijk!

23-10-2018 12:18

**Heeft u dat ook wel eens? Dat u ergens een gebouw binnenstapt, of dat nu een woning, kantoor of een zorginstelling is, en dan onmiddellijk het gevoel krijgt 'Wow! Hier voel ik mij thuis!'. Dat alles klopt en u er volledig op uw gemak bent? Dat u gewoon weet: hier kan ik op een prettige manier wonen, werken of verblijven?**

We horen tegenwoordig maar al te vaak dat iets een beleving moet zijn. Van winkelen tot het drinken van een kopje koffie. Zover wil ik niet gaan. Ik beperk mij tot de beleving van en in woon-zorgcomplexen. Maar wat is daar dan die 'Wow!-factor'? En wie bepaalt dat? Want een gevoel is nu eenmaal subjectief.

Onlangs ontving ik van Feddo Bosveld, Master in Science of Real Estate, zijn masterthesis 'Markthuur particuliere woonzorgvoorzieningen. De Wow!-factor overtreft theorie en praktijk'. Dat triggerde mij. Mijn persoonlijke drive is om ouderen met dementie een bijzondere woonomgeving te bieden waar ze zich veilig voelen, contact hebben met hun omgeving en waar de familieleden met plezier op bezoek kunnen komen. Is dat dan 'Wow!'?

### Nader onderzoek

Een Wow!-factor is niet vastgelegd in een lijstje met punten, het vergt nader onderzoek. Feddo Bosveld geeft dat in zijn studie ook aan. Gebouwen worden gewaardeerd op basis van objectieve factoren zoals het serviceniveau of de oppervlakte van een kamer. Al deze factoren bepalen het prijskaartje.

Maar heeft een woonzorgcomplex een hoge Wow!-factor, dan heeft dat ook ongetwijfeld gevolgen voor de prijs. Zeker omdat er veel behoefte is aan dergelijke complexen. De markt is nog steeds schaars, alhoewel het aantal kleinschalige woonzorgconcepten hard groeit. Er zijn er nu ongeveer 300 in Nederland en dat aantal gaat de komende tien tot twintig jaar toenemen tot zo'n 1100.

### Compleet plaatje

Maar dat geeft nog geen antwoord op de vraag wat die Wow!-factor is. Het heeft natuurlijk te maken met de uniekheid van een gebouw en de locatie, maar het gaat verder dan dat. Met een mooi gebouw, waar het prettig werken is en dat hoge waarderingen op de Zorgkaart Nederland krijgt, heb je als zorgondernemer iets goeds in handen.

Want goede waarderingen op de zorgkaart zijn naar mijn mening absoluut van invloed. Ook personeel speelt een grote rol bij het creëren van die Wow!-factor. Juist in een tijd van schaarste op de arbeidsmarkt, is het belangrijk om goed personeel aan te trekken.

Een locatie waar alles klopt en waar het voor personeel ook bijzonder prettig is om te werken, kan voor zorgmedewerkers het doorslaggevende argument zijn om juist voor zo'n locatie te kiezen. Personeel dat zich prettig voelt en zich vriendelijk, loyaal en gemotiveerd opstelt, maakt het uiteindelijke plaatje compleet.

### Aandacht voor ontwikkeling woonzorgconcept

Elk woonzorgconcept is anders. Dat betekent dat wij veel aandacht aan de ontwikkeling ervan besteden. Bij HD doen we niet aan 'copy-paste', wij willen echt iets toevoegen aan een locatie en aan de omgeving om zo die Wow!-factor te creëren.

We beginnen altijd met een leeg vel en gaan vanuit daar brainstormen om iets te maken dat tot de verbeelding spreekt, dat inspirerend is en waar wat te beleven valt. Bij de opzet van een woonzorggebouw verplaats ik mij

samen met de architecten in de belevingswereld van ouderen met dementie. Dat vertalen we vervolgens naar een concept dat veel verder gaat dan een gebouw an sich. Ik vraag mij altijd af of ik er mijn vader, moeder, oma of opa zou willen laten wonen. Dan pas is het naar mijn mening goed.

## **Onderscheidend zijn**

Momenteel is HD bezig met de ontwikkeling van een zorgvilla voor Martha Flora in de wijk Hillegersberg in Rotterdam. Onlangs is daarvoor de officiële eerste steen gelegd, we zijn dus nog niet halverwege de bouw.

Maar de exploitant van het in aanbouw zijnde pand vertelde mij dat een groot deel van de appartementen al is verhuurd. Blijkbaar heeft dit complex die zo belangrijke Wow!-factor. Hoe dat komt? Omdat HD in Hillegersberg echt onderscheidend bezig is. Een gebouw moet binding hebben met de omgeving, het moet passen in de buurt. Dat is in Hillegersberg duidelijk het geval.

De toekomstige bewoners krijgen daar contact met de buurt en andersom. Het is voor mensen met dementie belangrijk dat ze prikkels ervaren, zoals de dynamiek van buiten, de vogels in de tuin of het zonlicht dat binnenkomt.

## **Wonen, voeding, gezondheid**

Over 'Wow!' gesproken... In Italië doe ik veel inspiratie op een landgoed in het hart van Toscane op, waar voor mijn gevoel alles klopt. Op dit landgoed is men heel intensief en hoogwaardig bezig met biologische voeding. Ze weten kwaliteit en betrokkenheid te vertalen naar onderscheidende producten op het gebied van voeding en gezondheid.

Als je die betrokkenheid in combinatie met de ongedwongen sfeer en de gastvrijheid die je daar aantreft, zou combineren met wonen en ouderenzorg, dan creëer je een bijzondere beleving. Ik denk dat dat ook in Nederland mogelijk is. Er ontstaat dan een totaal andere vorm van ouderenzorg. Voeding is immers ook een belevingswaarde die van invloed is op de Wow!-factor.

## **Goede klantbeleving levert hoge waarderingen op**

Nu is het nog zo dat de eigenaar, verhuurder of belegger via een huurcontract verbonden is met de huurder. Willen exploitanten en zorgondernemers zich echt onderscheiden en binding krijgen met hun huurders en diens familieleden? Dan moeten ze richten op het leveren van kwaliteit en het bieden van een stuk beleving.

Om een (woonzorg)complex 'Wow!' te laten zijn, moeten de verwachtingen van de klant worden overtroffen. Dat doe je door een fantastisch product, een geweldige ervaring of uitzonderlijke service te leveren. De klantbeleving moet goed zijn. Want alleen dan krijg je goede waarderingen van gebruikers en van hun familieleden. Klopt het totale plaatje en is de Wow!-factor aanwezig, dan ontstaat er een mooie relatie tussen ondernemer en klant.

*Mark Logtenberg is Ontwikkelingsmanager Zorg | HD Groep*

*Foto: Paula Romein Fotografie*