

### *Voorstel voorlichtingscampagne gericht op studenten*

De campagne is erop gericht om studenten informatie te geven over huurrechten en om een handelingsperspectief te geven om de huurprijs bespreekbaar te maken met de verhuurder. In de campagne zullen verschillende middelen en kanalen worden ingezet om zo dicht mogelijk bij studenten te komen. Hierbij zal gebruik worden gemaakt van de studentennetwerken die er zijn. Middelen die worden ingezet zijn middelen van de overheid, middelen van studentenorganisaties en andere intermediairs. Ook wordt gewerkt met persoonlijke mailings, betaalde online advertencampagnes voor bijvoorbeeld Facebook of andere social media kanalen, en promotiemiddelen die uitgedeeld kunnen worden. De middelen verwijzen allemaal naar de huurprijscheck, daar is ook informatie te vinden over de manieren om het gesprek aan te gaan en de mogelijke stappen daarna, als een gesprek onvoldoende resultaat heeft.

De eerste helft van het studiejaar leent zich goed om de nieuwe lichter studenten te bereiken. Er wordt gekozen voor een gefaseerde aanpak met drie campagneblokken in de periode oktober 2017 – januari 2018.

### *Drie campagneblokken, drie inhoudelijke accenten*

De boodschap van de campagne is "Ken je recht, ga in gesprek met je verhuurder en ga indien nodig naar de Huurcommissie." Deze boodschap zal opgeknipt worden. De campagne bestaat uit drie blokken. Ieder blok heeft een eigen inhoudelijke accent en sluit aan bij de ervaring van studenten van dat moment.

Oktober 2017 – Blok 1: Na de augustusmaand waarin studenten hebben kennis gemaakt met de stad en de verenigingen, en de start van het 'echte' studeren in september, daalt in oktober het stof neer. Studenten beginnen zich thuis te voelen, er sluipen nieuwe gewoonten in hun leven en het studentenleven begint te wennen. Dat maakt deze tijd geschikt voor de eerste fase in de campagne. In deze fase begint het attenderen op waar studenten op moeten letten. De algemene boodschap is: "Kamer huren? Check de prijs!", waarbij studenten geïnformeerd worden over het huurrecht, normen voor prijzen, geldige huurcontracten en de relatie met de verhuurder, Er wordt een actieve oproep gedaan om de huurprijscheck te doen.

November 2017 – Blok 2: In deze fase wordt ingespeeld op het feit dat studenten wellicht hun huurprijs hebben gecheckt, maar dat ze nog niet in gesprek zijn gegaan met hun verhuurder. Deze tijd leent zich om een handelingsperspectief te geven over hoe een huurder op een goede manier het gesprek met de verhuurder kan voeren. Via concrete tips zal duidelijk worden gemaakt hoe een huurder het gesprek aangaat. Daarnaast zullen meer algemene middelen ingezet worden. Denk hierbij aan ondermeer een infographic om inzichtelijk te maken welke stappen er gezet moeten worden. De grondtoon is dat studenten worden gestimuleerd om er samen met de verhuurder uit te komen.

Januari 2018 – Blok 3: Een nieuw jaar is een mooie aanleiding om goede voornemens te verwezenlijken. Als je in het nieuwe collegejaar bent verhuisd, dan is dit het moment om te kijken of je geld kunt verdienen. Onder het motto "Heeft jouw kamer de goede prijs?" zullen studenten nogmaals geattendeerd worden op de mogelijkheid om de aanvangshuur te toetsen en eventueel actie te ondernemen.

Na de derde fase is de campagne afgerond. Meer studenten hebben kennis over hun rechten, en handvatten gekregen om er in eerste instantie zelf uit te komen met de verhuurder. Ook zijn meer studenten op de hoogte van hoe een verzoek kan worden ingediend bij de Huurcommissie om de huurprijs te laten toetsen. De Huurcommissie zal de verzoeken in behandeling nemen volgens de nieuwe werkwijze, waar bij ieder geschil in een brede intake wordt bekeken welke optie het beste past. Mogelijk kan een oplossing worden bereikt als de huurder in overleg treedt met de verhuurder als bij de intake blijkt dat hiertoe nog geen pogingen zijn ondernomen, of blijkt dat geschilbeslechting het meest voor de hand ligt.