

de STRAADkrant

Initiatief van Bosch Slabbers landschapsarchitecten in samenwerking met Buro Bergh, Gemeente Den Haag, Gemeente Rotterdam, Hoogheemraadschap van Delfland, Hoogheemraadschap van Schieland en de Krimpenerwaard, Stichting Rondon GWW en Provincie Zuid-Holland. Met expertise van SAMR marktfinders.



Voor meer informatie kunt u contact opnemen met: Bosch Slabbers landschapsarchitecten, tel: 070-3554407 - a.smits@bosch-slabbers.nl of Buro Bergh, floor@burobergh.nl

bewoners, dat zijn wij!

Zonder bewoners geen straaD: betrek ze bij de straaD, ieder op zijn eigen manier

De drempel: 9 redenen om je tuin niét te vergroenen

Iedereen wil toch een groene tuin? Mooi niet. Er zijn allerlei redenen om er niet aan te beginnen:

- ik wil veel zon in mijn tuin, geen schaduw
- ik wil geen onkruid
- ik vind een betegelde tuin mooier
- ik heb geen geld of/ten geen tijd om de tuin anders in te richten of/ten te onderhouden
- ik heb geen groene vingers
- ik heb geen idee hoe ik de tuin moet vergroenen
- mijn kinderen hebben speelruimte nodig
- dieren maken de planten toch maar kapot
- ik heb parkeerruimte voor mijn fiets/scooter nodig

Door je te verdiepen in de beweegredenen van bewoners kun je ze gericht aanspreken en wellicht op andere gedachten brengen. Maar hoe doe je dat? Deze krant geeft je handvatten. De poster op pagina 12-13 laat een aantal voorbeeldtuinen zien. Allemaal anders qua stijl, en tóch allemaal verkoelend en waterobuust. Welke spreekt jou aan?

Van grijze naar groene tuinen - scriptie Sara Reijnders 2018

De hovenier als klimaat ambassadeur

Legt het waterschap bewoners van een afstand uit hoe je klimaatbestendige maatregelen neemt? Liever niet.

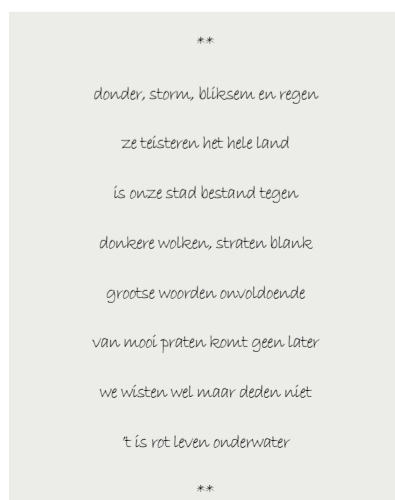


bron: Burendag 2016 gemeente Leusden, www.onzebuitenruimte.nl

Hoogheemraadschap van Delfland zet in op klimaatambassadeurs zoals woningbouwcorporaties, tuincentra, scholen en hoveniers. De ambassadeurs vertellen een eigen 'klimaatverhaal' en advisereren bewoners (hun klanten) vanuit verschillende invalshoeken over gepaste maatregelen tegen wateroverlast in huis, tuin en straat.

Door lokale partijen het verhaal te laten vertellen blijf je dicht bij de bewoner en zijn/haar leefomgeving.

Hoogheemraadschap van Delfland



Derek Otte - stadsdichter Rotterdam 2018

Straten Transformeren Ruimtelijk Adaptief Aantrekkelijk Duurzaam

Hoe zou het zijn als elke straat in Nederland een aantrekkelijke, duurzame en klimaatbestendige straat zou zijn? Een straat waar bewoners zich thuis voelen, waar het leefklimaat goed is?

Bosch Slabbers en Buro Bergh hebben de ambitie om samen met de straaDpartners elke straat in Nederland om te vormen naar een straaD. Maar dat kunnen we niet alleen.

Naast ondersteuning van overheden en het bedrijfsleven hebben we de hulp van bewoners hard nodig. In deze krant lees je hoe je gericht communiceert met bewoners en hoe je hen kunt stimuleren om bij te dragen aan een aantrekkelijke en klimaatbestendige leefomgeving.

Welkom bij de straaD, de straat voor een beter leefklimaat.

samen maken we de straaD

De straat voor een beter leefklimaat

vanuit straaDkrant 1

Ons stadsklimaat verandert

Ons klimaat wordt natter, warmer en droger. Onze straten zijn verworpen tot stenige verkeersaders zonder ruimte voor ontmoetingen. Op sociaal gebied is er een kentering gaande: een heel aantal mensen wil meedoen, meedenken en zelf hun eigen stad maken.

Hoe kunnen we met deze veranderingen in de stad omgaan? Waar is ruimte? Waar is de dynamiek het grootst? De oplossing ligt op straat! Door elke straat in Nederland om te vormen tot straaD kunnen we onze straten bestendig, aantrekkelijk en duurzaam inrichten.

Integrale maatregelen

De (her)inrichting van een straat is een integrale opgave. We bieden daarom een breed palet van maatregelen aan en onderscheiden vier thema's. Laat je inspireren door de poster hiernaast.

Stad als spons

Voor berging en infiltratie van hemelwater en verkoeling van de stad.

Groen met meerwaarde

Voor verkoeling, waterinfiltratie, luchtzuivering, biodiversiteit en voedsel- en energieproductie.

Sociaal & flexibel

Voor een prettig verblijf- en leefklimaat en het versterken van de sociale banden tussen bewoners.

Efficiënte stromen

Voor de koppeling van energie, afval en slim in te delen kabels en leidingen ondergronds.

- **de stad als spons**
waterberging en infiltratie
- **groen met meerwaarde**
verkoeling, infiltratie, zuivering, voedselproductie
- **sociaal & flexibel**
prettig leef- en verblijfklimaat
- **efficiënte stromen**
koppeling van energie, afval en kabels & leidingen

Van achtertuin tot achtertuin

Er zijn oplossingen onder- en bovengronds, van voortuin tot achtertuin, in de publieke en in de private ruimte. En nog belangrijker: we zoeken naar slimme verbanden tussen deze werelden. We kijken over de schutting heen.

Het is altijd maatwerk

De straaD is elke keer weer anders. Het is een kwestie van maatwerk. Andere bewoners, andere ondergrond, andere bouwstijl, andere problematiek, ander budget. Het maakt de configuratie van jouw straaD anders dan die van mijn straaD. En dat is goed; een inrichting met oog voor de eigenheid van de plek.

welkom bij de straaD

www.destraad.nl



vanuit straaDkrant 2

Hoe maak je de straaD?

De wereld van de straaD is mooi maar complex. We hebben te maken met veel partijen, veel regels en verstopte potjes met geld. Er is geen kant-en-klaar plan om de straaD te realiseren. Het is vooral een kwestie van ambitie, van lef tonen, doen en doorzetten. Van stap voor stap een weg zoeken, elke keer opnieuw en telkens een andere weg. Want ja, de straaD is maatwerk. De tweede straaDkrant kent een vijftal thema's:

Initiatief

Wie neemt het initiatief? De overheid, bewoners of marktpartijen? Het blijkt dat iedereen kan beginnen, gedreven door passie of pijn, door verantwoordelijkheid of op zoek naar innovatie en maatschappelijke meerwaarde.

Geld

Er is geld genoeg, maar hoe speel je het geld slim vrij?

Samenwerken

De straaD maak je niet alleen. Betrekken van bewoners en eigenaren en borgen van kwaliteit in de openbare ruimte samen met aannemers is cruciaal.

Gewoontes

Voor het maken van een straaD zijn veranderingen nodig in denken en doen. Over 15 jaar is de straaD business-as-usual.

Gewoon doen

Als de wereld te complex wordt om alles van te voren uit te denken is de beste oplossing: gewoon beginnen!

in straaDkrant 3

bewoners in beweging

Waarom?

Samen maken we de straaD: overheid, bedrijfsleven en bewoners. Jij en ik oefenen grote invloed uit op onze leefomgeving. Wij zijn onze leefomgeving én wij zijn eigenaar van een groot deel van de stad.

Hoe verleiden we onszelf en anderen om mee te doen? Hoe kunnen we elkaar ertoe bewegen om maatregelen op eigen terrein te nemen? Hoe enthousiasmeren we anderen op een voor hen herkenbare manier. Hoe spreken we anderen aan in hun taal?

Deze krant laat zien hoe we bewoners beter kunnen begrijpen en bereiken.

Voor wie is de krant?

StraaDkrant 3 is voor iedereen die ervaart en weet dat bewoners voor een groot deel het leefklimaat in de stad bepalen en ook kunnen verbeteren. Voor iedereen die manieren zoekt om bewoners bij het proces van verbetering te betrekken: van bestuurders tot beheerders, van communicatiemedewerkers tot adviseurs, van overheden tot eenmanszaken. Kortom, jij en ik.

Enkele teksten en tips zijn bewust gericht aan medewerkers van gemeenten en waterschappen.

p. 6 Weet wat je vraagt

- Waar moet je beginnen?
 - Ken de kwetsbare plekken in jouw gemeente of verzorgingsgebied en ken de initiatieven van bewoners. Ga op zoek naar de pijn en de passie.
 - Welke klimaatdoelen wil je bereiken? Door gebiedsgericht aan de slag te gaan maak je ze concreet.

- En wat zijn effectieve maatregelen? Welke maatregelen zijn geschikt op basis van de fysieke omstandigheden in jouw gebied?
 - Selecteer de mogelijke maatregelen op basis van het bodemtype en het woningtype.

p. 8 Ken de mensen

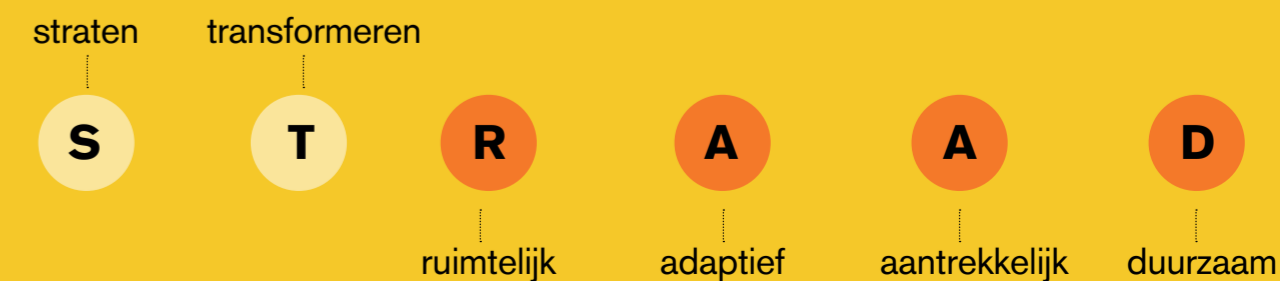
- Niet iedereen is zoals jij. Leef je in. Doe je best om veel verschillende mensen te betrekken bij jouw klimaatdoelen; op hun manier, in hun taal, vanuit hun belevingswereld.
 - Maak gebruik van leefstijlen.
 - Weet waar welke mensen wonen; breng leefstijlen in kaart.
 - Ken hun gedrag en behoeften, weet wat hun mogelijkheden zijn.
 - Weest op welke manier mensen in het gebied bij voorkeur geïnformeerd worden.
 - Ga de straat op om een eigen indruk te krijgen van de sociale structuur in de buurt.

p. 16 Kies het juiste moment

- Wacht niet totdat het riool aan vervanging toe is. Als gemeente of waterschap kun je kiezen uit tal van momenten en mogelijkheden om het verhaal over klimaatverandering- en bestendigheid te vertellen en te verspreiden.
 - Ga op zoek naar de momenten waarop mensen open staan voor nieuwe informatie. Zorg dat je aanhaakt op wat ze op dat moment aangaat, blij dicht bij wat hun bezig houdt.
 - Zet een netwerk van ambassadeurs - personen, organisaties en media - in om het klimaatverhaal op verschillende manieren te vertellen.

p. 18 Maak een verhaal op maat

- Als je een overtuigend verhaal weet te vertellen kun je meer doen met een mijoen.
 - Ontwikkel een gerichte communicatiestrategie.
 - Koppel een effectieve maatregel aan de juiste buurt/mensen.
 - Kies een geschikte zender en zet het verhaal in op verschillende momenten.



waarom inzetten op bewoners?

Een straat maken kun je niet alleen. Naast de overheid en het bedrijfsleven zijn bewoners cruciale partners in het klimaatbestendig maken van de stad. Zij hebben 60% van de grond in bezit. Je kunt als overheid niet zonder hen als je klimaatdoelen wilt bereiken.

Naast het feit dat je echt meters kunt maken op het private terrein zijn er nog twee belangrijke redenen om bewoners te betrekken. Ten eerste ben je volgens de nieuwe Omgevingswet als overheid verplicht om bewoners actief te betrekken bij planvorming en proces.

Ten tweede zijn tevreden bewoners van onschatbare waarde voor je stad. Zij kunnen positieve veranderingen teweeg brengen. Zij zijn de ambassadeurs van de stad.

Burgerparticipatie verplicht in de nieuwe Omgevingswet

Volgens de nieuwe Omgevingswet krijgen burgemeesters zorgplicht voor burgerparticipatie. De overheid dient meer ruimte te bieden aan initiatieven uit de samenleving, anderzijds dient de overheid de bewoners en de markt intensief te betrekken bij planvorming en proces. Inwoners van Nederland krijgen daarmee meer invloed op hun eigen leefomgeving.

* tevreden bewoners zijn goud waard

Onze samenleving is gewend te denken in economische termen, in financiële waarde. Maar is de waarde van onze samenleving wel uit te drukken in geld? Immateriële verbindingen tussen mensen zorgen voor tevreden mensen, zij leveren maatschappelijk kapitaal.

Tevreden bewoners hebben de kracht om iets voor een ander te betekenen, om samen iets voor de stad te doen. Behandel je bewoners als klant, dan krijgt je stad een gouden randje.

“Whatever you do for me but without me, you do against me!”
Mahatma Gandhi

* je bent verplicht om bewoners te betrekken

met de gebruikelijke vormen van participatie bereik je maar 10% van de mensen

* je hebt bewoners nodig

60%

..... van de ruimte is particulier bezit

Regen valt op de daken. Hitte stapelt zich op in de tuinen. Voor een daadwerkelijk klimaatbestendige stad zal het private gebied anders moeten worden ingericht. Het loont om bewoners aan te sporen tot het nemen van klimaatadaptieve maatregelen op eigen terrein.

40%

..... van de stad is openbaar gebied

Hier is de gemeente aan zet. Samen met bewoners richt zij de openbare ruimte klimaatbestendig in.

voorbeeld plattegrond 60% - 40% gemeente Reusel - De Mierden

particuliere woning en tuin
openbaar gebouw en gebied

The usual suspects

Wie zitten er in een jongerenraad? De 6vwo-er die later zelf bestuurskunde gaat studeren. Wie zijn er aanwezig op een bewonersavond? Blanke mannen van boven de 65, die graag iets goeds willen doen voor de samenleving. Prima vormen van participatie, maar je bereikt maar een kleine groep mensen. Het is geen afspiegeling van de samenleving. We zijn goed in het bereiken van de voor de hand liggende doelgroepen, the usual suspects. Dat kan (en moet!) anders.

Ferenc van Damme, Verbinder provincie Overijssel

Technische aanpak Agniesebuurt Rotterdam roept weerstand op

In de Agniesebuurt moet het riool worden vervangen. De gemeente en het Hoogheemraadschap van Schieland en de Krimpenerwaard ziet dit als een kans om de buurt klimaatbestendig te maken. Een meekoppelkans! De gemeente maakt de (vooral technische) plannen en legt deze tijdens bewonersavonden aan de bewoners voor. Er wordt verteld dat dit een experiment is. De bewoners komen in opstand. "Hoezo experiment? Wat gebeurt er precies met mijn woning en mijn tuin? Wat kan ik verwachten?" De gemeente heeft geen exacte antwoorden want deze zijn er niet. Het vertrouwen tussen bewoners en gemeente neemt af. Bewoners richten actiegroepen op,

schrijven brieven aan de burgemeester en spreken in bij vergaderingen van de gemeenteraad. Het projectteam probeert samen met de gebiedscommissie bewoners te betrekken maar men lijkt elkaar niet (meer) te verstaan. Het project wordt stilgelegd. Dit moet anders.

De gemeente huurt een externe partij in als intermediair. Deze betreft bewoners wél intensief bij de plannen, spreekt hun taal en maakt ze partner in het proces. Gemeente én bewoners zijn nu samen eigenaar van de herinrichting van de buurt.

hier ging het nog niet in één keer goed!

denk als bewoner

Hoe maak je het 'ons' verhaal?

De gevolgen van klimaatverandering in de stad zijn een gedeeld probleem. Om je klimaatdoelen te bereiken en meters te maken op privaat terrein zal je bewoners moeten meekrijgen. Dit begint bij het aanspreken van bewoners als mede-eigenaren van mogelijke oplossingen. Hoe zou je zelf willen worden geïnformeerd en geënthousiasmeerd? Leer bewoners kennen en zorg dan voor gerichte communicatie. Hoe staan we in de samenleving? Hoe denken we over klimaat? Sluit aan op de belevingswerelden van verschillende typen mensen.

Begrijpen, bereiken en bewegen

Deze krant geeft je handvatten voor gerichte communicatie over klimaatverandering en over het beperken van de gevolgen ervan. Het draait hierbij om het begrijpen, bereiken en in beweging brengen van bewoners. Let op; soms is 'klimaat' in het verhaal het verboden woord, en ga je op zoek naar een andere 'framing', een ander kader voor je boodschap.

Bewoners Laren zijn het niet zomaar eens met verplicht afkoppelen

In Laren veroorzaakte regenwater in 2014 veel schade in de lage delen van het dorp. Het college besloot dat dit niet meer mocht gebeuren. De enige echt doelmatige oplossing was om al het regenwater af te koppelen van het mengde riool en het water lokaal vast te houden en te infiltreren. In 2015 besloot de gemeenteraad dat het openbaar gebied afgekoppeld zou worden en dat alle bewoners hun daken verplicht moesten afkoppelen van het riool. De gemeente zou technische ondersteuning bieden. Al snel bleek dat de kosten flink kunnen variëren en dat de baten niet voor iedereen even voelbaar zijn.

Er ontstond grote weerstand tegen de aanpak. Hierop besloot het college van B en W de verantwoording voor het afkoppelen niet langer bij de bewoners te leggen, maar als gemeente de regie te nemen en het afkoppelen te betalen. De kosten worden gedekt uit de (verhoogde) gemeentelijke rioolheffing. Afkoppelen blijft verplicht, maar samenwerking en gebruikmaken van de meekoppelkansen is nu de nieuwe strategie. Eind juni 2018 besloot de gemeenteraad. Nog nooit is in Nederland zoveel gediscussieerd over het gemeentelijk rioleringsplan, 10% van de bewoners praat mee. In Laren is het waterbewustzijn aanzienlijk gestegen.

start

Ontwikkel een gerichte communicatiestrategie

ken de mensen

Want ze zijn niet allemaal zoals jij

vier op de tien
huishoudens wonen in een rijtjeshuis
zes op de tien dus niet

68% zegt bewust minder vaak of korter te douchen bij 'droogte'

24%
merkt duidelijk dat het 'vaker en heviger regent' dan vroeger
76% merkt dit dus niet

7%
zegt dat klimaatverandering
bangmakerij is van de groene maffia
93% is het daar niet mee eens of heeft geen mening

31%
zegt geen idee te hebben wat ze 'zelf' kunnen doen om
wateroverlast als gevolg van hevige regenval te beperken

68% wil op de e-bike naar het werk
als deze door de werkgever beschikbaar wordt gesteld

32%
geeft aan al regenwater op te vangen rond het eigen huis
68% doet dit dus nog niet

20%
zegt dat het niet mogelijk is om de tuin te vergroenen of minder verharding toe te passen

één op de vijf
mensen deelt zijn huis met een kat
1 op de 7 mensen hebben een hond

ruim **2 miljoen** mensen in Nederland vissen
14 miljoen mensen doen dit niet

Bronnen voor de cijfers: Waterpeil - SAMR in opdracht van Ons Water - 2017 en 2018, www.scp.nl, www.cbs.nl



werken met leefstijlen

Van 17 miljoen mensen en meningen naar 6 leefstijlen

Wat drijft de mens?

De één maakt zich ernstige zorgen over klimaatverandering, de gevolgen hiervan voor de wereld en voor de eigen leefomgeving en komt in actie. De ander ziet klimaatverandering als fake news van de groene mafia en ligt er geen moment van wakker. En weer een ander sluit zich er totaal voor af. We leven in hetzelfde land, in dezelfde stad of in dezelfde buurt. Toch verschillen we van elkaar in houding, gedrag en de kennis die we vergaren en gebruiken.

Begrijpen en beïnvloeden

Aan de hand van leefstijlen op basis van het wetenschappelijke BSR™-model (Brand Strategy Research) van SAMR kun je gedrag beter begrijpen, verklaren en beïnvloeden. Ze maken duidelijk hoe mensen verschillen in hun houding ten opzichte van klimaatverandering en hoe je verschillende typen mensen (kansrijke doelgroepen) kunt aanspreken, op basis van hun behoeften, drijfveren en waarden.

BSR™ Klimaat- en waterbewustzijnsleefstijlen

Door te werken met leefstijlen kun je komen tot een doelgerichte inzet van communicatievormen en -middelen.

"Ons Water" (initiatief van het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat, Rijkswaterstaat, Unie van Waterschappen, VNG, IPO, Vewin, Waterschappen, provincies, gemeenten en waterbedrijven) liet in 2017-2018 onderzoek uitvoeren voor het domein Klimaat- en waterbewustzijn.

Hieruit komen 6 klimaat- en waterleefstijlen naar voren. Elke groep kent een andere mate van bewustzijn, betrokkenheid en kennis en verschilt in houding, gedrag en informatiebehoefte. Elke groep is gevoelig voor een andere commu-

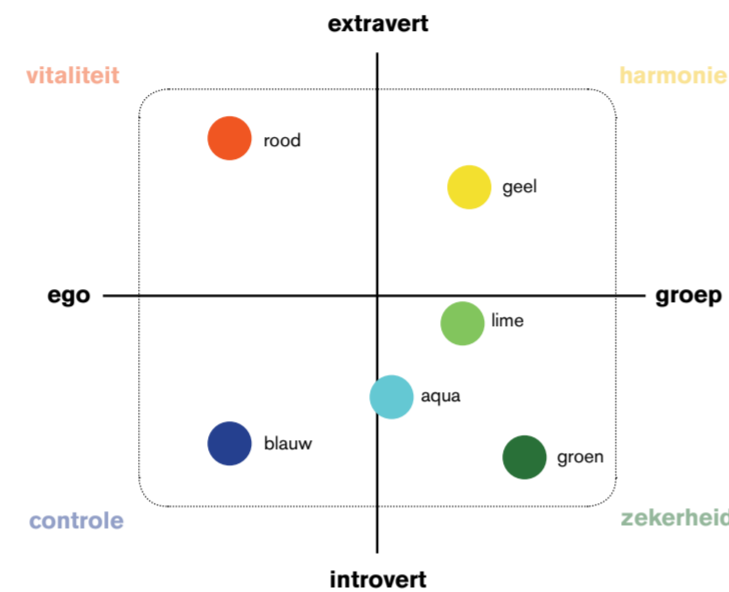
nicatiestrategie en heeft behoefte aan een andere vorm van informatie over klimaat- en waterthema's.

Hiernaast zie je een beknopte beschrijving van de 6 leefstijlen. In een notendop: de braafste jongetjes van de klas zijn de leefstijlen Lime en Rood. Ook Aqua is uit zichzelf gemotiveerd, maar te onzeker om zelf in actie te komen. Groen en Blauw zijn notoire klimaatsceptici, groen vanuit onwetendheid, blauw vanuit rationaliteit (waar is het bewijs?). Geel is simpelweg niet geïnteresseerd.

Het complete onderzoek is terug te vinden in een toolkit, opgesteld door SAMR marktfinders.

Gedragverklarende dimensies

De psychologische as geeft de omgeving met emoties weer. Ben je meer ingetogen of uitgelaten? De sociologische as geeft aan hoe een persoon zich opstelt ten opzichte van zijn/haar omgeving. Ben je meer gericht op jezelf of op de groep?



GEEL

ver-van-mijn-bed



kernwoorden

geluk, vriendschap, geborgenheid, gastvrijheid, genieten van het leven, geïnteresseerd in anderen, behulpzaam, gezellig, hartelijk, vrolijk, spontaan, enthousiast, zachtaardig

strategie: framing

- verboden woord = klimaatverandering
- kies voor een geheel andere invalshoek dan klimaat
- creëer mogelijkheden voor leuke, gezamenlijke activiteiten

GROEN

onwetende sceptici



kernwoorden

kalm, rustig, nuchter, gewoon, serieus, privacy, anonimiteit, rust

strategie: conformeren

- verboden woord = klimaatverandering
- speel in op sociale norm
- houd het onderwerp dicht bij huis
- ga niet problematiseren
- benadruk negatieve gevolgen voor henzelf, financieel en eigen veiligheid

LIME

actief betrokkenen



kernwoorden

behelpzaam, geïnteresseerd in anderen, gezellig, eerlijk, hartelijk, gemoedelijk, vrolijk, zachtaardig, goede relatie met burens en familie, goede harmonie

strategie: participeren

- zet in op participatie, het liefst samen met burens en familie
- geef een zetje in de rug
- verleid met financiële voordelen
- zet 'lime' in als ambassadeur

AQUA

welwillende volgers



kernwoorden

privacy, rust, doe maar gewoon, vrijheid, rationaliteit, respect, erkenning van prestaties, anonimiteit, bedachtzaam, keurig, beetje verlegen, gewoon, intelligent, zachtaardig, eigenwijs, kritisch

strategie: empoweren

- geef ze een duidelijk en laagdrempelig handelingsperspectief
- benadruk impact eigen handelen
- toon goede voorbeelden
- koppel het effect van de eigen bijdrage terug op individueel niveau of op straatniveau

BLAUW

calculerende sceptici



kernwoorden

luxe, gevoelig voor status, succes mag worden getoond, rationele en zakelijke instelling, onafhankelijkheid, daadkracht, uitdaging, erkenning van prestaties, rationaliteit, ambitie, intelligent

strategie: informeren

- informeer over kosten en baten
- houd het onderwerp klein
- ga niet problematiseren
- benadruk negatieve gevolgen voor henzelf (ongemak, tijdverlies, financiële nadelen, nadelen voor status en imago)
- verboden woord = klimaatverandering

ROOD

geëngageerde hedonisten

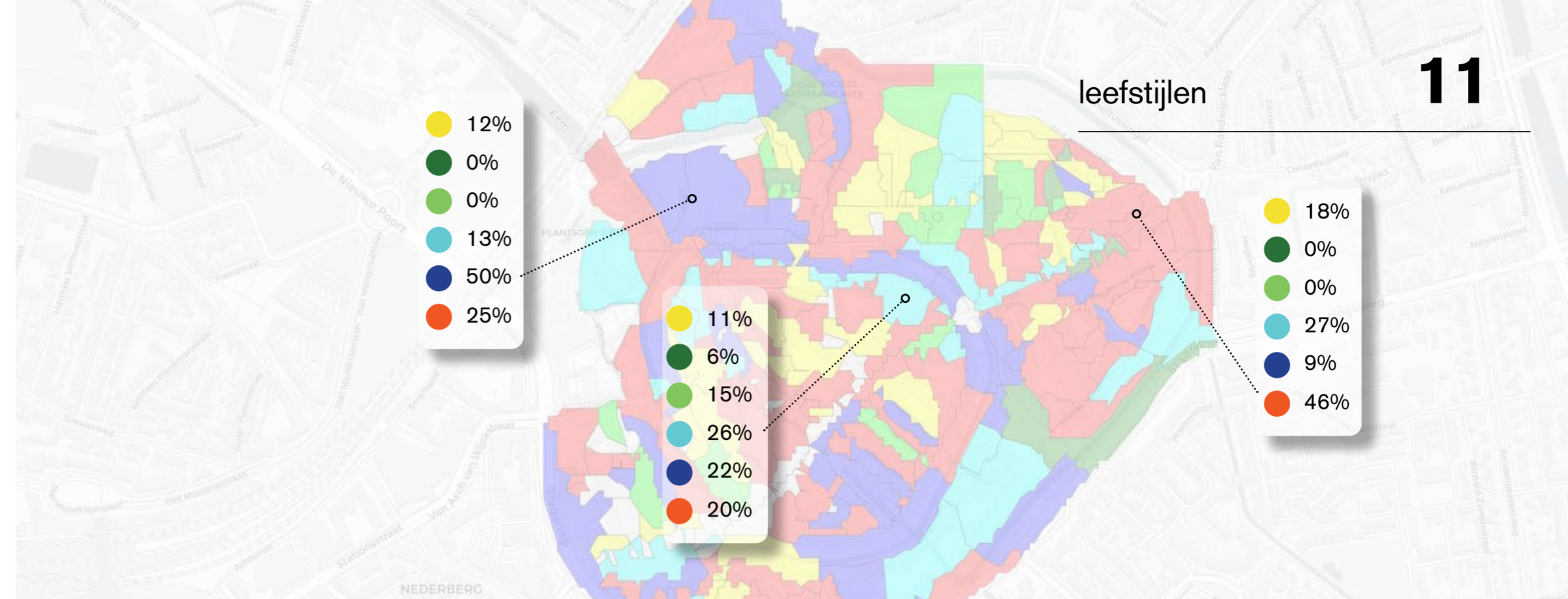


kernwoorden

vrijheid, zelfontplooiing, uitdaging, flexibiliteit, passie, uniek zijn, ambitie, kritische opstelling, ruimdenkend, creatief, intelligent, eigenwijs, avontuurlijk, enthousiast, genieten

strategie: inspireren

- zorg voor inspiratie en beleving
- informeer over praktische en laagdrempelige mogelijkheden
- zorg voor positieve stimulans
- benadruk waarde en noodzaak eigen handelen - we moeten nu handelen
- zet 'rood' in als influencer



Leefstijlen in kaart, per postcode 6 gebied. Waterpeil, SAMR in opdracht van Ons Water, 2017 en 2018



wie woont waar?

Leuk, maar wat heb je eraan als je dit weet? Communicatie kan nog steeds aanvoelen als schieten met hagel. Daartoe zijn de leefstijlen doorvertaald naar Nederland en kunnen we heel gericht, op micro-niveau (postcode 6) via GIS-kaarten in beeld brengen wie waar woont. Ofwel: wat is de dominante leefstijl in een bepaalde straat, buurt, wijk, gemeente of verzorgingsgebied?

Zo kun je op elk niveau de juiste beleidsinstrumenten en communicatiemiddelen inzetten. Wie kun je niet bereiken door middel van contact of informatie, maar wel met andere argumenten zoals financiële prikkels of sociale normen en waarden? En voor welke thema's?



Breng de leefstijlen voor jouw gebied in kaart

Een leefstijlenkaart voor jouw gebied kan je laten maken door een onderzoeksbureau

er is meer dan data

Ga altijd de straat op

Inzicht in de dominante leefstijl in een gebied is weliswaar zeer bruikbaar, toch levert een analyse vanachter het beeldscherm geen goed beeld op van specifieke personen. Je kunt niet achterhalen wie de allemansvriend is, de regelaar of de mopperaar. En hoe de mensen onderling verbonden zijn.

Door de wijk in te gaan, de sfeer te proeven, met bewoners te praten en het leven ter plekke waar te nemen, kun je je nog beter inleven in de 'mensen' uit de wijk. Zijn er lokale ondernemers? Informele voetbalgroepjes? Wie zijn de sleutelfiguren?

Betrek de buurtwerker

Ga op zoek naar de zichtbare sociale structuur in de wijk om je communicatiestrategie te verfijnen. Maak een praatje bij de lokale supermarkt, de sportvereniging, de kerk. Raadpleeg ook zeker de buurtwerkers van de gemeente, zorgteams of postbodes. Zij zijn bij uitstek de oren en ogen van de wijk.

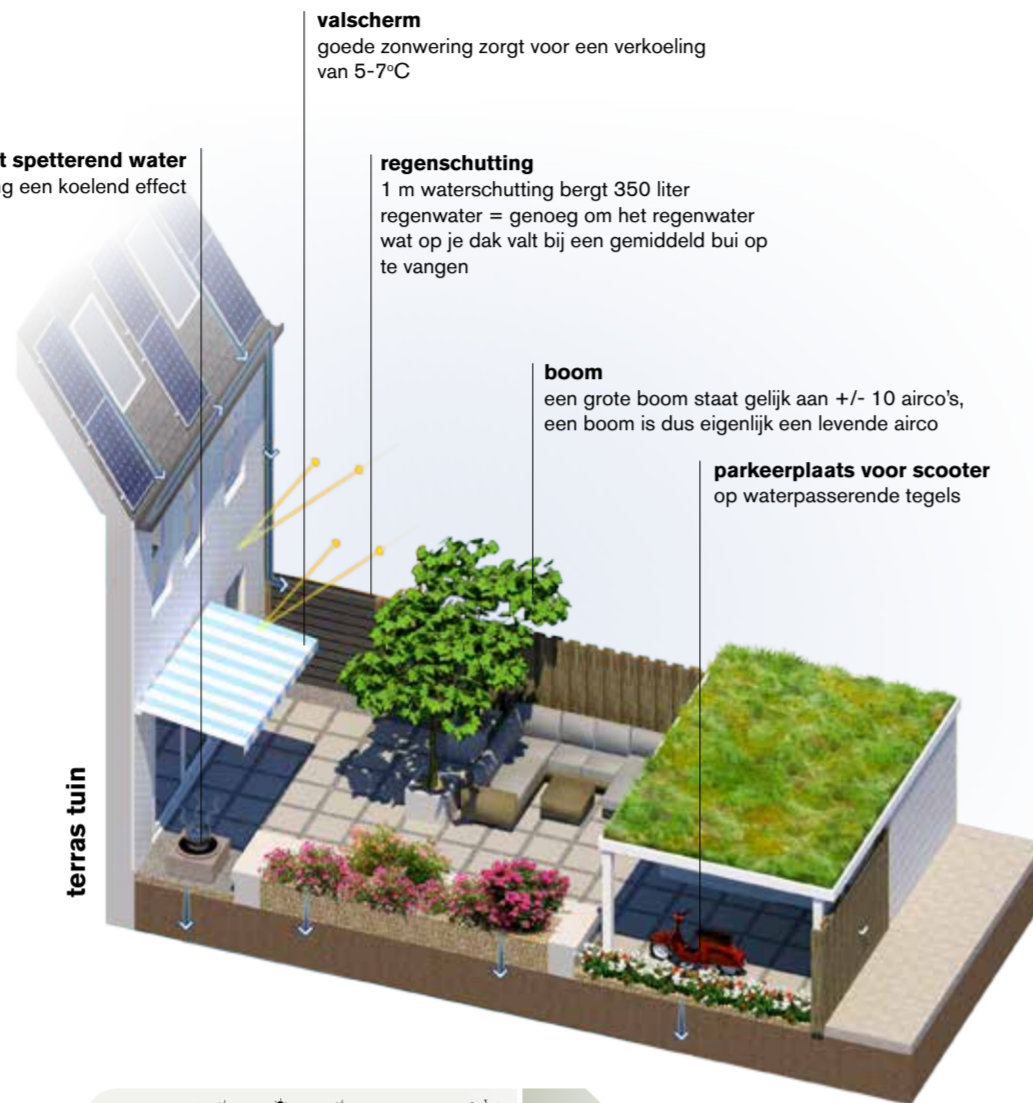


Ga zelf de straat op! zoek naar sleutelfiguren en sociale structuren

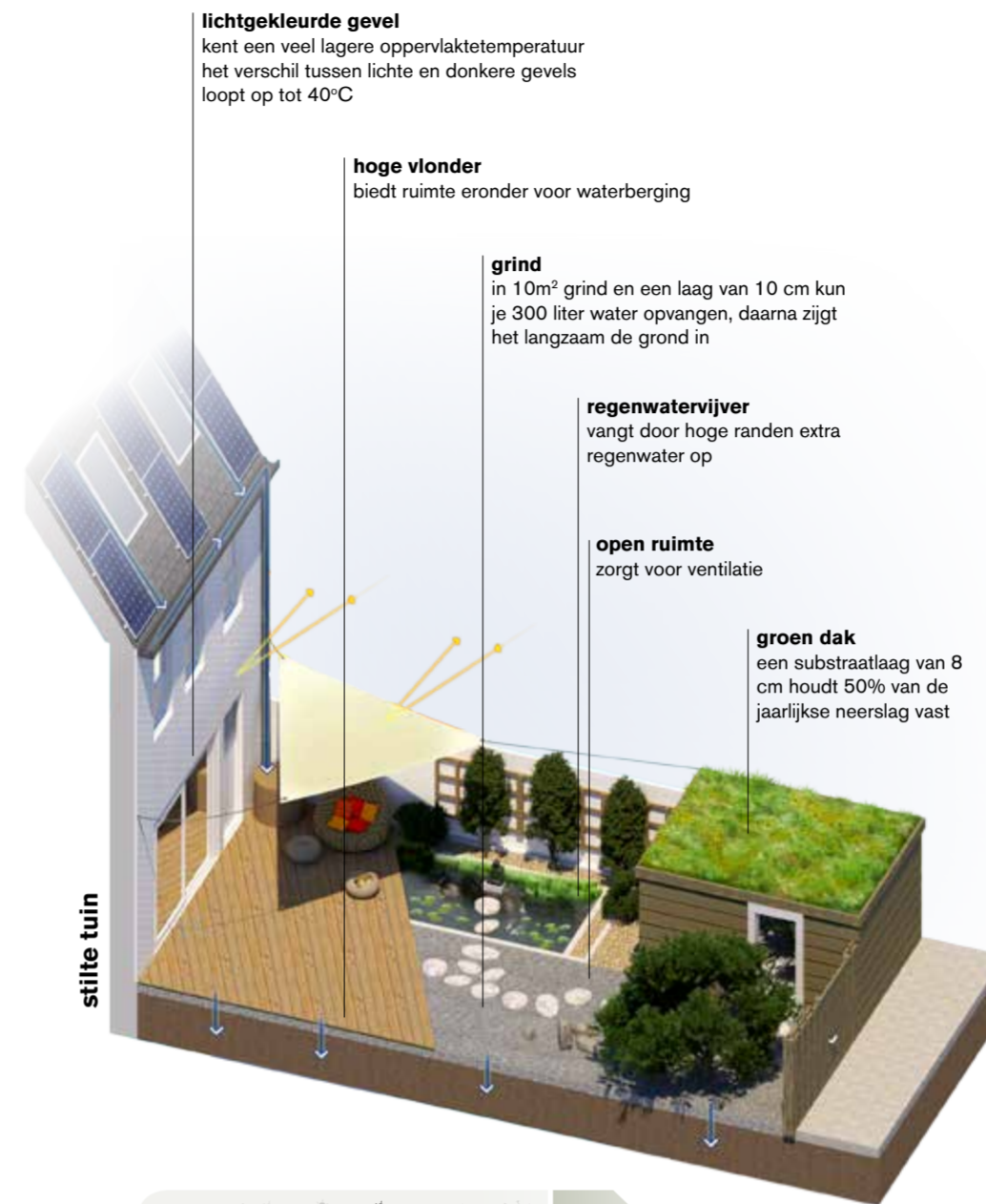
de tuin 6 x anders

maar wel allemaal klimatebestendig

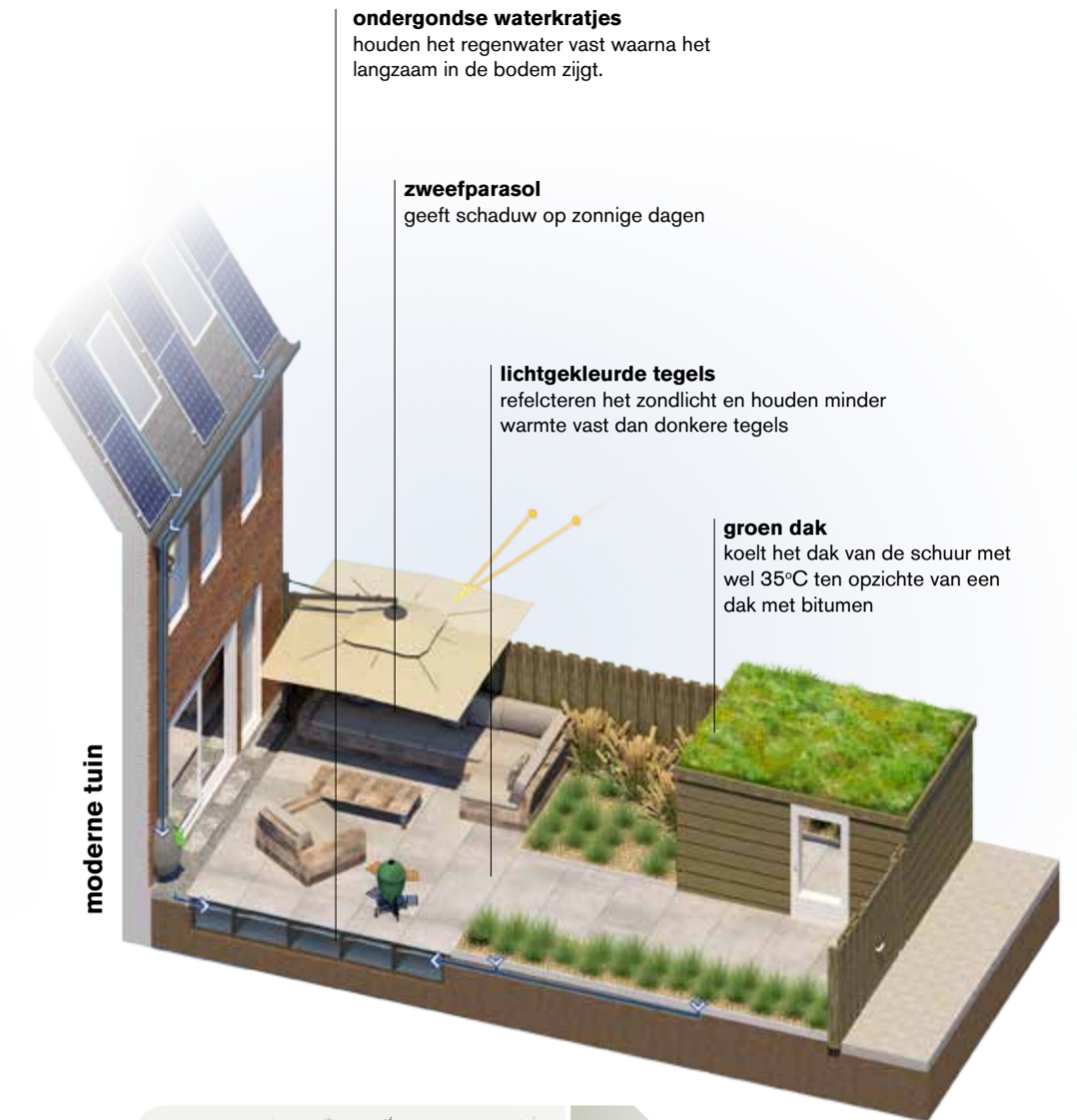
Zoveel mensen, zoveel wensen. Deze poster laat zien dat je een tuin op verschillende manieren klimatebestendig kunt inrichten. Groene vingers zijn geen voorwaarde. Er is voor elk wat wils. Zoals een strak ontworpen tuin om lekker in te loungen onder een parasol. Of voldoende plek om de scooter te parkeren op waterdoorlatende verharding. Alle tuinen zorgen voor verkoeling en zijn waterrobuust: de één wat meer dan de ander. Kies de maatregelen die bij jou passen: mix en match!



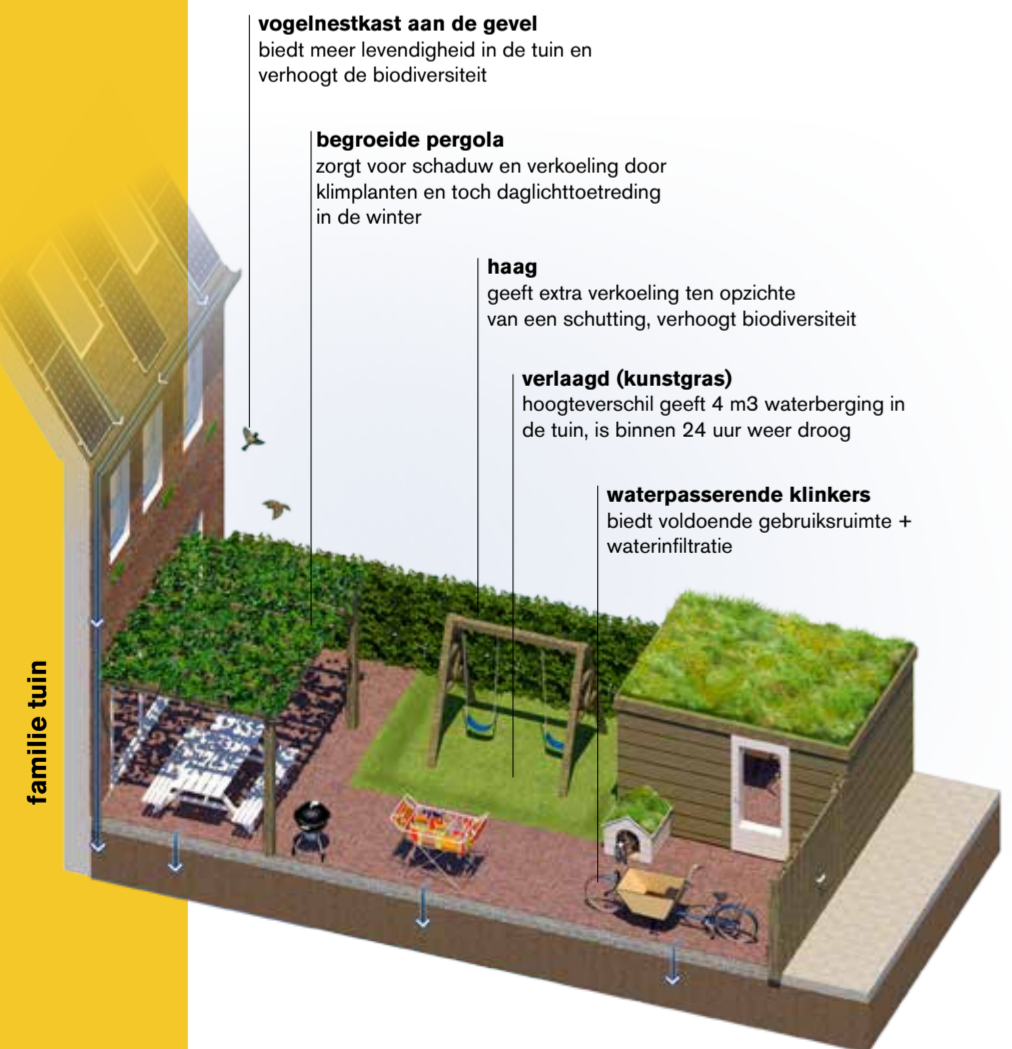
☀️ ☁️ 🌿 🌳 🍃 🌬️ 💧 🏠 **A**
🌳 🍃 🌬️ 💧 🏠 **A**



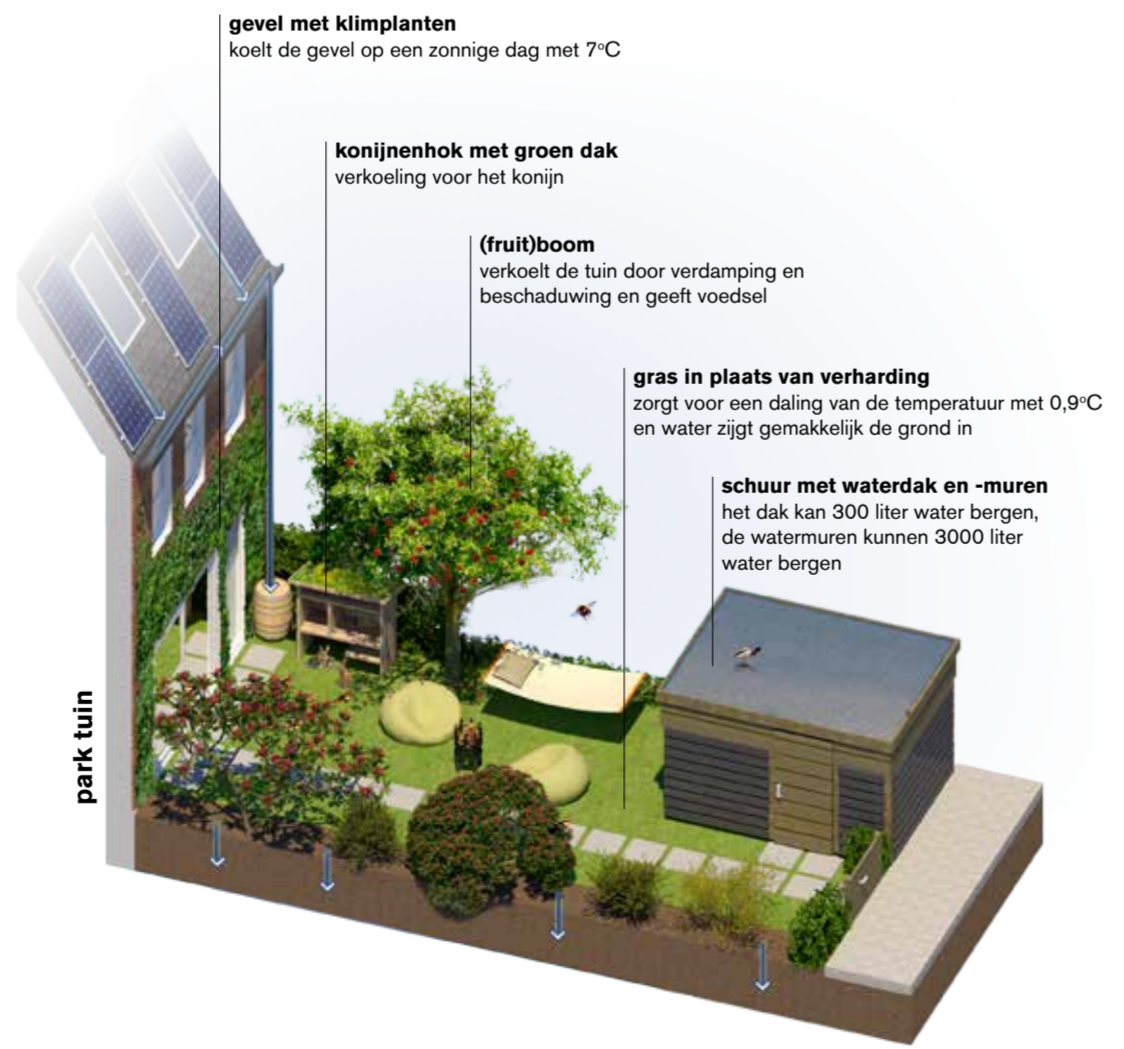
☀️ ☁️ 🌿 🌳 🍃 🌬️ 💧 🏠 **A**
🌳 🍃 🌬️ 💧 🏠 **A+**



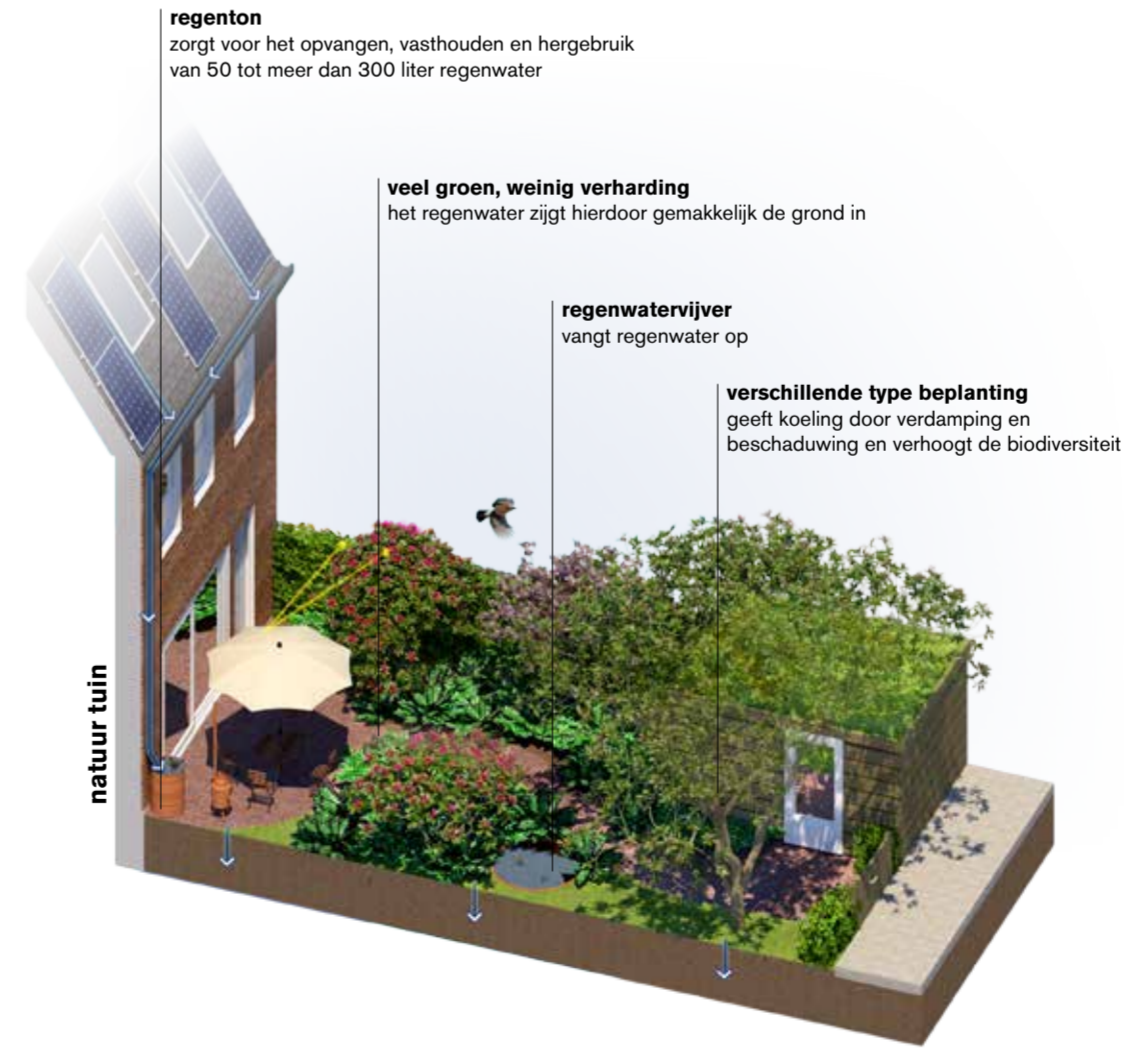
☀️ ☁️ 🌿 🌳 🍃 🌬️ 💧 🏠 **A**
🌳 🍃 🌬️ 💧 🏠 **A+**



☀️ ☁️ 🌿 🌳 🍃 🌬️ 💧 🏠 **A+**
🌳 🍃 🌬️ 💧 🏠 **A+**



☀️ ☁️ 🌿 🌳 🍃 🌬️ 💧 🏠 **A++**
🌳 🍃 🌬️ 💧 🏠 **A++**



☀️ ☁️ 🌿 🌳 🍃 🌬️ 💧 🏠 **A++**
🌳 🍃 🌬️ 💧 🏠 **A++**

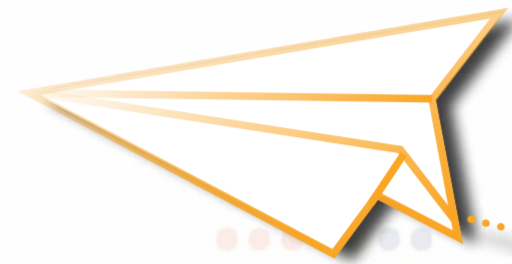
Wat is een klimatebestendige tuin?

Een klimatebestendige tuin verkoelt en is waterrobuust. Dat betekent dat er voldoende schaduw is tijdens warme zomerse dagen en het water van een flinke regenbui makkelijk kan worden opgevangen. Het regenwater wat op het dak van het huis valt gaat niet meer richting het riool, maar vang je in eigen tuin op en laat je rustig in de grond inzigen (infiltreren). Verkoelen en waterrobuust inrichten kun je op verschillende manieren doen, de achterliggende 'systemen' zie je hieronder. In de voorbeeldtuinen zie je van welke systemen gebruik gemaakt is. In de meeste gevallen geldt: hoe groener, hoe koeler én hoe waterrobuuster.

<p>verkoeling A A+ A++</p> <ul style="list-style-type: none"> ☀️ reflectie 🌬️ ventilatie ☀️ ☁️ beschaduw door flexibele zonwering ☀️ ☁️ beschaduw door planten en bomen ☀️ ☁️ beschaduw door bebouwing 💧 verdamping van planten 💧 verneveling van water 	<p>waterrobuust A A+ A++</p> <ul style="list-style-type: none"> 🏠 opvang regenwater van het dak 🌳 regenwaterbuffer in de tuin 🗄️ tijdelijk bergen regenwater 🚰 hergebruik van regenwater 🌱 infiltratie van regenwater naar de bodem
---	---

aanvliegroutes

Elke leefstijl een eigen voorkeur



Wat slaat aan?

Van bewonersavond tot website, van lokale krant tot buurtfeest: er zijn tal van manieren om mensen te bereiken. Het ene communicatiemiddel slaat aan bij alle leefstijlen, terwijl een ander medium maar een kleine groep mensen aanspreekt. Als je een grote groep bewoners wilt aanspreken zul je je kansen moeten spreiden.

De tabel hiernaast geeft een indruk van mogelijke communicatiemiddelen per leefstijl. Een complete set met de do's en don'ts voor communicatie over klimaat- en waterbewustzijn is beschikbaar in een toolkit, opgesteld door SAMR marktfinders.

wist je dat?

...de meeste Nederlanders 'geel' zijn...

- geel 22%
- groen 16%
- lime 15%
- aqua 16%
- blauw 18%
- rood 13%



Kies een geschikt communicatiemiddel en giet je verhaal in de juiste vorm

En op welke toon?

Een website lijkt te werken voor elke leefstijl, maar let op! Een website vol feiten en infographics zal de 'gele' leefstijl niet overtuigen. Zij hebben behoefte aan persoonlijke verhalen en bijvoorbeeld tips voor huis- en tuin. Dit geldt ook voor andere communicatiemiddelen. De 'framing', sfeer en vorm zijn uiteindelijk doorslaggevend.

Subsidie: écht voor iedereen

Veel gemeenten en waterschappen hebben subsidie beschikbaar voor het vergroenen van daken. Maar niet iedereen heeft baat bij een 'groene daken subsidie'. Veel mensen kunnen zich geen groen dak veroorloven, waardoor deze subsidie lijkt neer te slaan bij de meer welvarende mensen in ons land (vaak 'blauwe' en 'rode' leefstijlen). Slimmer is om subsidies te differentiëren, zodat meer mensen profiteren en er meer verschillende klimaatbestendige maatregelen worden genomen. Zo heeft 'aqua' vooral behoefte aan coaches die hen bij de hand nemen om uit te leggen hoe een regenpijp het beste afgekoppeld kan worden. Ook hebben zij behoefte aan informatie over wat deze inzet bijdraagt aan de oplossing van het probleem. Daarna gaat 'aqua' aan de hand van een concreet stappenplan vaak zelf aan de slag. 'Geel' zal sneller aanslaan op het uitdelen van gratis plantjes gekoppeld aan een subsidie om de buurt gezelliger te maken. Door gedifferentieerd geld, materiaal of diensten beschikbaar te stellen kan iedereen mee doen.

Competitie: kleurwedstrijd of toch een hackaton?

Competities helpen om het klimaatbewustzijn te vergroten en mensen in actie te krijgen. De 'gele' groep wordt vooral geraakt door kleinschalige wedstrijden, zoals fotowedstrijden of kleurwedstrijden voor de kinderen. Een 'hackaton' voor klimaatoplossingen in je stad' zijn vaker interessant voor de 'rode' groep waarin vol wordt ingezet op creativiteit en originaliteit. De 'blauwe' leefstijl is van nature meer competitief ingesteld en wordt vooral aangetrokken als de jury bestaat uit experts van gerenommeerde instellingen of merken en als er een beloning voor hen aan verbonden is, in de vorm van status (bijvoorbeeld vermelding van de winnaar op social media) of het verkrijgen van een exclusieve gadget. Pas de inhoud van je competitie aan aan de groep die je wilt bereiken.

Ambassadeurs: van zeer lokaal naar nationaal

Elke leefstijl heeft zijn eigen voorkeur voor ambassadeurs. De één wordt overtuigd om klimaatbestendige maatregelen te nemen na een bezoek aan de buurman die zijn huis 'veilig' heeft gemaakt ('groen'). Een ander ('blauw') wordt overtuigd door een gezaghebbende wetenschapper van het KNMI die het weerbericht van 2050 laat zien en vertelt welke maatregelen nodig zijn om om comfortabel te kunnen blijven wonen (vermijd hier het woord klimaat!). Weer een ander laat zich motiveren door een bekende Nederlander die vertelt dat 'jouw individuele bijdrage' telt en dat 'als iedereen een regenton plaatst, de stad in 2030 regenbestendig is' ('aqua'). Door uiteenlopende ambassadeurs in te zetten kan je een grotere groep bewoners in beweging krijgen.

hetzelfde middel, toch anders ingezet!

communicatiemiddel

leefstijl

GEEL

ver-van-mijn-bed-show



sfeer

zender

denk aan

gezelligheid | (lokale) persoonlijke verhalen | huis- en tuintips | leuke dingen | kleinschalig

bekende Nederlanders | makers van tijdschriften | buurtvereniging

fijn verhaal op www.libelle.nl
tuintips op wijkportal

GROEN

onwetende sceptici



sfeer

zender

denk aan

informatie over eigen huis beschermen tegen wateroverlast | links naar websites voor kopen van pompen, zandzakken

overheid | woningbouwcorporatie | ondernemers | wijkcentrum

www.beschermjehuis.nl
www.overstroomik.nl

LIME

actief betrokkenen



sfeer

zender

denk aan

aanspreken op klimaatverandering | voorbeelden van mooie tuinen | samen met de burens iets opzetten | vrijwilligerscampagne

gemeente | waterschap | tuincentrum | buurtvereniging

www.mooietuinen.nl
www.maex.nl | www.NLdoet.nl

AQUA

welwillende afwachter



sfeer

zender

denk aan

goede uitleg over wat klimaatverandering is | feiten | handleidingen | contactgegevens coaches | zakelijk | voorbeelden

gemeente | waterschap

www.sharemycity.net
www.waterlabel.nl

BLAUW

rationalisten



sfeer

zender

denk aan

technologische ontwikkelingen | trends | luxe producten | feiten en cijfers | onderzoeksrapporten | verwijzing naar gezaghebbende bronnen

gerenommeerd merk of instelling verzekeraar

luxeregentonnen.nl
verenigingeigenhuis.nl

ROOD

geëngageerde hedonisten



sfeer

zender

denk aan

aanspreken op klimaatverandering | creatief | inspirerend | enthousiast | eigenwijs | wereldwijde voorbeeldprojecten

creatieve ondernemers samen met gemeente of waterschap

www.huisjeboompjebeter.nl
www.rainproof.nl

	website	open tuindagen	folder	beleid (bijv. subsidie)	social media	ambassadeurs inzetten	competitie	tegeltaks	app	buurtfeest	televisieprogramma	lokale krant	informatiebijeenkomst	keukentafelgesprek
GEEL	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Grey	Yellow
GROEN	Grey	Yellow	Yellow	Yellow	Grey	Yellow	Grey	Yellow	Grey	Grey	Yellow	Grey	Grey	Yellow
LIME	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Grey	Yellow	Grey	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Grey
AQUA	Grey	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow
BLAUW	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Grey
ROOD	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Yellow	Grey

kies het juiste moment

Haak aan wanneer mensen toch al 'open' staan

Spread je kansen

Jaarlijks verhuizen er in Nederland 1,6 miljoen mensen. Die informatie komt bij de gemeente binnen. Zo'n verhuizing is een uitgelezen kans om mensen te informeren en te bereiken! Op deze pagina staan tal van dergelijke verandermomenten benoemd; gelegenheden die je kunt aangrijpen om mensen aan te spreken, zoals:

- jaarlijks terugkerende contactmomenten tussen de overheid en bewoners.
- incidentele contactmomenten tussen overheid en bewoners, zoals projecten in de openbare ruimte, maar ook protocollen tijdens weersextremen.
- seizoenswisselingen: ze geven aanleiding om aanpassingen te maken in huis en tuin.
- overgangen tussen levensfasen.

Bouw een netwerk van ambassadeurs op

Je kunt als overheid zelf informatie zenden door middel van nieuwsbrieven, websites of informatie-avonden. Toch is het soms veel effectiever om via via te zenden. Denk aan voorbeeldtuinen in het tuincentrum, gerichte expertise via de hovenier, spaaracties via de lokale supermarkt of themaprojecten via scholen.

Bouw als gemeente of waterschap een netwerk op van ambassadeurs die allen op een andere wijze het verhaal kunnen vertellen. Zo kun je de boodschap via meerdere kanalen op bewoners overbrengen.

- **zender: waterschap, gemeente**
- **via via of in samenwerking met ambassadeur**
- **herfststorm... mogelijke momenten om op aan te haken**
- **feiten**

gemeente - waterschap

- belastingen
- afvalstoffen
- drinkwater
- WOZ
- waterschapsbelasting

**** jaarlijks verhuizen 1,6 miljoen mensen**

jaarlijks incidenteel

- aanvragen en meldingen
- kapvergunning
- parkeervergunning
- bewonersinitiatief
- meldingen openbare ruimte
- omgevingsvergunning
- gemeenteloket
- paspoort
- persoonsgegevens
- rijbewijs
- verhuizen
- geboorte
- huwelijk

gemeente **zender** **via via of in samenwerking met ambassadeur**

'Ik kreeg na mijn adreswijziging een welkomspakket van de gemeente waarin een tegoedbon zat voor een gratis duurzaamheidscheck.'

weersextremen

- projecten openbare ruimte
- rioolvervanging
- nieuwe ondergrondse containers
- groen onderhoud
- verving straatmeubilair
- kap van bomen
- veranderingen in parkeernorm
- zorgaanvraag
- meldingen openbare ruimte
- omgevingsvergunning
- gemeenteloket
- paspoort
- persoonsgegevens
- rijbewijs
- verhuizen
- geboorte
- huwelijk

gemeente via verzekeraar

'Na die hoosbuien van afgelopen week gaf onze verzekeraar ons direct tips over hoe je water kunt bergen in je eigen tuin.'

**** wen er maar aan; elke drie jaar kunnen we een hittegolf verwachten (i.p.v. van elke 30 jaar)**

- lentestorm
- wateroverlast
- lentekriebels
- onweerschade
- hagelschade
- piekbuien
- langdurige regenval
- winterseizoen
- sneeuw en ijzel
- zomerstorm

seizoenen

- warmte
- hittegolf
- lange tijd van droogte
- natuurbranden

zomerevenementen

- festivalseizoen
- vakantie
- zomerevenementen

gemeente via bewoners

'Tijdens de jaarlijkse burendag in september was er een tuincoach om advies te geven over wateropvang. Je kon gelijk stenen afvoeren in een grote container.'

- kadomaand
- sneeuw- en ijspret
- vuurtje in open haard
- verwarming aan
- isoleren woning

levensfasen

- school
- studie
- lentekriebels
- tuinonderhoud
- grote schoonmaak
- moestuiniert
- NLdoet-dagen
- klusweekenden
- planten en bloemen
- boerderijdagen
- open 'tuindagen'
- EK-WK voetbal
- sporttoernooien

gemeente via festivalorganisatie

'Op het zomerevenement kon je een workshop volgen "afval halveren en sorteren". Ik ga proberen mijn PMD-afval te halveren.'

verhuizen



kinderen

gemeente via lokale krant

'Ik las een column van Noraly Beyer over "hoe je jezelf kan voorbereiden op weersextremen in en om je huis". Ik ga deze week een noodpakket aanschaffen, één voor mezelf en één voor mijn buurvrouw van 86.'

empty nest

- meer eigen tijd
- reizen
- aanpassingen huis
- vrijwilligerswerk
- hobby

**** 58 duizend mensen gaan jaarlijks met pensioen**



Haak aan bij verandermomenten en zet anderen in om het klimaatverhaal te verspreiden

- scholen
- sportvereniging
- kinderopvang
- consultatiebureau
- zwembad

'Ik kreeg van de gemeente een geboorteboom kado, die staat nu in onze tuin en is net zo oud als ik'

gemeente zender

'Mijn kind kreeg dit voorjaar bij het schooltuinenproject een toolkit mee om thuis de regenpijp aan te sluiten op een regenton.'

waterschap via school

- huis zoeken
- huisbezit
- onderhoud huis
- nieuwe woonomgeving
- koopcontract tekenen
- kapotte apparaten
- nieuwe dakbedekking
- schilderwerk buiten
- lekkage
- nieuwe erfscheiding
- cv ketel vervangen

'Een nieuwe tool op funda, het straatlabel, laat zien hoe klimaatbestendig het huis én de straat zijn. Dit heeft de doorslag gegeven in onze keuze! We wonen nu op een veilige plek.'

waterschap via funda

****80% van de mensen verandert hun woning als de kinderen uit huis zijn**



pronken met je regenton

Dit is een fictieve case-study!

Start met de checklist

Testworkshop

In deze krant zijn handvatten gepresenteerd voor gerichte communicatie met bewoners.

- Ga gebiedsgericht aan de slag. Zoek een kansrijke of kwetsbare locatie binnen je verzorgingsgebied.
- Bepaal voor dit gebied concrete klimaatdoelen
- Breng de fysieke omstandigheden in kaart
- Selecteer de mogelijke maatregelen
- Laat een leefstijlgebiedskaart maken en doe onderzoek naar de bewoners en hun leefstijlen
- Ga de wijk in en praat met de buurtwerker voor aanvullende observaties
- Maak een scan van lokale neven en momenten

Bovenstaande stappen zijn verwerkt in de checklist onderaan deze pagina. De kunst is nu om doelstelling, analyse en strategievorming te combineren. Een lege checklist vind je op www.destraad.nl

Het straaDteam + projectleiders, communicatiemedewerkers en adviseurs hebben geoefend met de checklist en het opzetten van een strategie. De bevindingen van deze 'test' workshop lees je op deze en de volgende pagina's.

De opzet: één groep gaat aan de slag met een buurt in Duinoord, Den Haag. De andere groep richt zich op een buurt in Lombardijen, Rotterdam. Twee verschillende locaties met verschillende fysieke omstandigheden, klimaatdoelen en leefstijlen.

De uitkomst: twee totaal verschillende strategieën. In Rotterdam is de vraag hoe een moeilijke te bewegen doelgroep toch in beweging kan worden gebracht. In Den Haag vormt de aanwezige passie het uitgangspunt. Bewoners krijgen een zetje in de rug en worden ontzorgd.

Den Haag - Duinoord - het verslag van de workshop

Stap 1 checklist doorlopen

De groep voor de buurt in Den Haag buigt zich eerst over de checklist. Ze bestuderen de wijk, de bebouwing en de te behalen doelen. Ze zien op de leefstijlenkaart dat het een redelijk homogene wijk is, met veel 'rode' en 'blauwe' leefstijlen.

Stap 2 leefstijlen benoemen

De interactieve leefstijlenkaart wordt erbij gepakt en er barst een discussie los over de 'rode' en 'blauwe' bewoners. Waar staan zij voor open? Het mooie is dat 'rood' en 'blauw' redelijk goed samen gaan. Het zijn vaak hoogopgeleide mensen in gezinnen van 4 tot 5 personen. Partners verdienen bovenmodaal en zijn beiden gericht op informatie inwinnen. Ze houden vakliteratuur bij en volgen nieuws en actualiteiten. Beiden willen de informatie graag van de overheid ontvangen. Misschien kunnen beide leefstijlen wel tegelijk worden aangesproken, bijvoorbeeld met een informatieve folder. 'Rood' en 'blauw' zijn ook de groepen die nieuwe dingen willen. 'Rood' zijn de echte pioniers, 'blauw' de early adaptors die graag met gadgets pronken.

Tijd om de verschillen te bepalen! 'Blauw' is namelijk een tikkeltje sceptisch ten aanzien van de klimaatopgave, gaat alleen af op harde feiten en cijfers en komt pas in actie als de inspanning ook echt bijdraagt aan de oplossing van het probleem. 'Rood' daarentegen is zich bewust van het probleem, maakt zich zorgen en wil zijn steentje bijdragen. Verder is 'blauw' gevoelig voor de gevolgen voor eigen portemonnee, status, waardeverhoging van het eigen huis en comfort. Terwijl 'rood' aanslaat op creatieve en vernieuwende ideeën. Kortom: 'rood' heeft behoefte aan inspiratie en beleving, 'blauw' meer aan feitelijke informatie. Beide groepen willen graag ontzorgd worden.

Stap 3 strategie uitstippelen

De groep kiest voor een communicatiestrategie gericht op de 'blauwe' bewoners, hopende daarmee ook de 'rode' bewoners een zetje in de rug te geven. De lijst met maatregelen is te lang om in één keer aan de bewoners aan te bieden. De groep maakt een keuze voor twee maatregelen die hitte en droogte doen verminderen: het plaatsen van een

regenton en het aanplanten van een boom. Vervolgens is de vraag op welke momenten buurtbewoners voor informatie ontvankelijk zouden kunnen zijn: het jaarlijkse running diner lijkt het meest geschikt. De mogelijke zenders worden in beeld gebracht: gemeente, waterschap, lokale hovenier, creatieve ondernemer en (klimaat)experts. Social media, folders en nieuwsbrieven worden als communicatiemiddelen ingezet.

Strategie op hoofdlijnen

- op buurtniveau aan de slag
- verhaal op maat maken voor met name de mensen met een 'blauwe' en 'rode' leefstijl
- inzetten op passie: duwtje in de rug en het ontzorgen van de mensen
- koppeling maken met jaarlijkse running dinner

De slimme regentOOn

We kiezen ervoor om een slimme regenton te laten zien: de regentOOn. Een gestileerde regenton, iets nieuws, designed, een echte gadget. Een slimme regenton, omdat 'blauw' dan precies ziet wat het effect is na een regenbui en 'rood' hun eigen footprint kan monitoren. Zowel 'rood' als 'blauw' smullen van keurmerken, dit moet er zeker op komen. Voor 'rood' een duurzaam lokaal keurmerk, voor 'blauw' een pres-

tigieus keurmerk. Een lokale ontwerper wordt ingezet om de regenton te ontwerpen en te maken. Het running diner in de zomer dient als kick-off van het regentOOnprogramma. Tijdens het diner kan een klimaatexpert of wetenschapper de vragen van de 'blauwe' mensen over effectiviteit en de meerwaarde van de regenton beantwoorden. Voor 'rood' is er de gelegenheid om een praatje te maken met de ontwerpers van de regenton.

De folder

De hele buurt krijgt een folder in de brievenbus met informatie over klimaatverandering. De mondiale problematiek wordt geschetst, maar ook de lokale uitdagingen zoals hittestress en droogte krijgen een plek. Er worden twee maatregelen aangeboden: een slimme regenton en het planten van een boom. De kernboodschap van de folder is dat hittestress en droogte verschijnselen zijn waar je niet dagelijks bij stilstaat, maar die wel jouw comfort kunnen beperken (blauw). Het verkoelen van de omgeving is een verantwoordelijkheid van iedereen: bewoners, bedrijven en de overheid kunnen allen hun steentje bijdragen (rood). De folder inspireert met beelden en infographics over mogelijke maatregelen (rood) en geeft feitelijke informatie over het effect en de kosten van de maatregelen (blauw).



De hovenier als Klimaatambassadeur

In deze geodee wijk zien we dat er geregeld een hovenier wordt ingeschakeld voor tuinontwerp en -onderhoud. We gaan in gesprek met het netwerk van lokale hoveniers over de noodzaak van meer groen met het oog op verbetering van het lokale klimaat. Met name bomen verkoelen de stad.

Samen met de hoveniers stellen we een lijst op van bomen die niet te groot worden, er fraai uitzien en een substantiële bijdrage leveren aan verkoeling. Ook de regentOOn komt in het basisassortiment van de hoveniers. De hoveniers hebben overtuigende tuinontwerpen klaar liggen voor de 'blauwe' klanten. Voor de 'rode' klanten is er de gelegenheid om samen een ontwerp vorm te geven.

Instagram en Twitter

De 'rode' mensen gebruiken vaak Instagram, de 'blauwe' mensen vaker Twitter. Op Twitter worden maandelijks de cijfers gepresenteerd: de hoeveelheid opgevangen water, de grondwaterstanden, de hoeveelheid water die niet naar de rioolwaterzuivering is gegaan. Op Instagram worden foto's geplaatst van het ontwikkelproces van de regentOOn, het running diner en het resultaat: hoe iedereen de regentOOn in eigen tuin een plek heeft gegeven.

Resultaat

De nieuw aangeplante bomen zorgen voor schaduw en verdamping en dus verkoeling. Bij aanleg van de regentOON wordt de regenpijp afgezaagd en stroomt het hemelwater de regenton in. Overmatig water gaat direct de zandige ondergrond in en houdt hiermee de bovenste bodemlaag vochtig.

Bij droog weer kunnen bewoners het water in de regenton gebruiken voor het bewateren van de beplanting. Utdroging van de bodem wordt door de toevoer van regenwater verminderd. Door een hogere bodemvochtigheid neemt de mate van verdamping - en dus verkoeling - toe.

Checklist

Opgave

Bepaal een strategie om bewoners aan te zetten tot het nemen van klimaatbestendige maatregelen op eigen terrein.

Welke maatregelen hebben op een termijn van twee jaar het grootste effect en kosten de maatschappij het minst?

Locatie

Duinoord rondom Eerste Sweelinkstraat

■ pijn - kwetsbaar gebied voor droogte

Klimaatdoel

■ hitte verminderen

■ droogte verminderen

Fysieke omstandigheden

bodem

■ goed waterdoorlatend

□ slecht waterdoorlatend

waterstand t.o.v. maaiveld

■ laag

□ hoog

woningbezit

■ koopwoningen 100 %

□ huurwoningen 0 %

woningeigenaren huurwoningen

■ particulier 100 %

□ woningbouwcorporatie 0 %

□ investeerder of ontwikkelaar 0 %

□ overig 0 %

type woningen

□ woning zonder buitenruimte

□ woning met balkon

■ woning met tuin

Mogelijke maatregelen

■ waterschutting plaatsen

■ bankje tegen gevel plaatsen

■ moestuin aanleggen

■ flexibele zonwering plaatsen

■ grindkoffer in de tuin aanleggen

■ gevel lichter maken

■ boom planten in eigen tuin

■ parkeerplaats inruilen voor ontmoetingsplek

■ regenwaterwifer aanleggen

■ groen dak aanleggen

■ geveltuin aanleggen

■ regenpijp afzagen

■ infiltratiekragen plaatsen

■ waterdoorlatende verharding aanleggen

■ kozijnen licht verven

■ tuin onttegenen

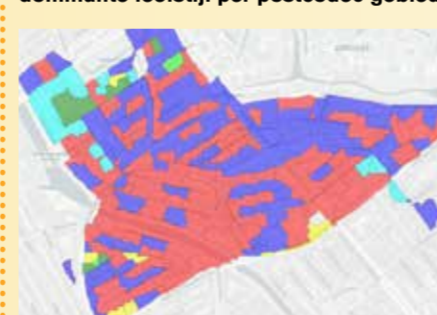
■ haag planten i.p.v. schutting

■ regenton plaatsen

■ waterbuffer maken in je kelder

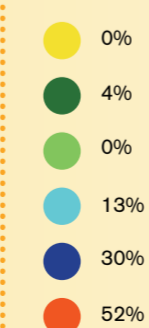
Leefstijlen

dominante leefstijl per postcode6 gebied



BSR Klimaat- en waterbewustzijnsleefstijlen GIS kaart SAMR, 2018

verhouding leefstijlen in de Sweelinkstraat



Zenders en momenten

ondernemers / instellingen in de buurt

- middelbare school Haganum
- Bosch Slabbers landschapsarchitecten
- kinderdagverblijf
- advocatenkantoor
- H. Maria Magdalena Kerk
- notariskantoor
- tandartsenpraktijk
- makelaar
- Duinoordse vrouwenclub

bijzondere momenten

- running diner elk jaar in juni
- open atelierdagen elk jaar in februari
- huiskamerconcerten elke 2 jaar

Eigen observaties

eigen waarnemingen

- woningen gebouwd tussen 1850-1930
- geen voortuinen

waarnemingen buurtwerker

- veel onderuur van koopwoningen
- er wonen veel expats in de buurt

maatschappelijke initiatieven

- MAEX: Stichting Haags Kinderatelier, ook voor jongeren (HKA) verzorgt al 20 jaar activiteiten voor de jeugd.

goed om te weten

- gemeente voert voorlopig geen groot onderhoud uit
- hemelwater stroomt nu gemengd riool in

Een échte strategie

Tijdnodig! Anderhalf uur workshop blijkt veel te kort om een strategie uit te denken. Er is meer tijd nodig. Als je écht aan de slag gaat met gerichte communicatie schakel je de hulp van experts in om je verhaal compleet te maken. Een klimaatdeskundige helpt bij de stresstest en de selectie van maatregelen. Voor leefstijlonderzoek werk je samen met een onderzoeksbureau. Zij kunnen je ook op weg helpen met de strategievorming. Met de strategie op zak schakel je desgewenst andere hulpbronnen in, zoals een communicatiebureau, tekstschrijver, grafisch ontwerper, workshopbegeleider of tuincoach.



Gebruik de checklist als basis voor een gebiedsgerichte communicatiestrategie



Voorafgaand aan deze workshop is de checklist ingevuld zodat het oefenen met het opzetten van de communicatiestrategie gelijk van start kon.

'klimaat' is het verboden woord



De minder makkelijke weg

In de casus Den Haag zijn bewoners relatief gemakkelijk te bereiken en te motiveren. Ze zijn aan te spreken op het thema klimaatverandering en hebben de middelen en kennis om iets te doen. In gelijksortige buurten in heel het land komen initiatieven van de grond. Gemeenten en waterschappen zetten hier graag op in.

Maar wat kun (en moet) je doen in buurten waar bewoners moeilijker te motiveren zijn? Of waar mensen wel willen maar niet de middelen hebben? Welke stappen kun je dan nemen? De case-study Rotterdam laat de kansen, maar ook de dilemma's zien.

Dit is een fictieve case-study!

Rotterdam - Lombardijen - het verslag van de workshop

Stap 1 checklist doorlopen

De groep gaat aan de slag met een wijk in Lombardijen, Rotterdam. De wijk is kwetsbaar, want gevoelig voor wateroverlast, droogte en verzakkingen. Veel woningen zijn in bezit van een woningbouwcorporatie. Medewerkers van de gemeente Rotterdam vertellen dat de bewoners over weinig middelen beschikken en dat men weinig vertrouwen in de gemeente heeft. Genoeg uitdagingen dus!

Stap 2 leefstijlen benoemen

'Geel' en 'groen' zijn in Lombardijen de grootste groepen. Beide groepen hebben geen affiniteit met het woord 'klimaat' (= verboden woord), maar wel met de woorden 'gezellig' (geel) en 'veilig' (groen). Geel vindt dat je dingen samen moet doen, omdat het gezellig is. Groen vindt dat je dingen samen doet om elkaar te helpen en de omgeving veilig te houden. Groen is gevoelig voor externe prikkels, zoals subsidie. Beiden groepen ontvangen informatie het liefst van dichtbij.

Stap 3 strategie uitstippelen

De leefstijlenkaart in Lombardijen is zeer gefragmenteerd, op elke hoek wonen weer andere mensen. Dit vraagt om een kleinschalige aanpak. De groep richt zich op de Racinestraat. Er wordt ingezet op de 'gele' en 'groene' bewoners vanwege hun verwante beleefswerelden. Het schaalniveau van de straat past goed bij deze groep: dichtbij huis. Omdat het woord 'klimaat' niet aanspreekt, wordt het doel anders gesteld: het creëren van een gezellige en veilige buurt. Het blijkt vooral een uitdaging om de bewoners te bereiken zonder het vertrouwen in de gemeente te doen afnemen of de gemeente teveel op de voorgrond te laten treden. Het verbeteren van de relatie tussen de bewoners en de gemeente is belangrijk en krijgt prioriteit. Hiervoor wil de groep eerst met actieve buurtbewoners en de woningbouwcorporatie overleggen hoe en wanneer bewoners het beste bereikt kunnen worden. Naar aanleiding van deze gesprekken wordt bepaald welke communicatiemiddelen en zenders worden ingezet. De lijst van maatregelen is lang en om-

dat de tuinen geen eigendom zijn van de bewoners zelf (maar van de woningbouwcorporatie) en de middelen van de bewoners beperkt zijn, wordt vooral ingezet op het onttegenen van de tuinen. De groep besluit verder het ophogen van de straat niet als probleem maar als kans te zien, een gelegenheid om andere activiteiten in de buurt aan te jagen.

Strategie op hoofdlijnen

- op straatniveau aan de slag
- verbeteren relatie tussen bewoners en gemeente
- inzetten op gezellige en veilige straat (klimaat = verboden woord)
- koppeling maken met het ophogen van de straat
- samenwerking zoeken tussen gemeente en woningbouwcorporatie

Samen met de woningbouwcorporatie

Door het ophogen van de straat komen de (voornamelijk versteende) tuinen lager te liggen dan de openbare ruimte. De tuinen worden dan mogelijk plekken waar hemelwater naar toe stroomt. Ook de toegankelijkheid voor de bewoners neemt af. De woningbouwcorporatie ziet het niet gebeuren dat bewoners zelfstandig hun tuinen gaan ophogen en heeft zelf beperkte middelen om de tuinen na ophoging in oorspronkelijk staat terug te brengen. De gemeente is bereid een deel van de kosten te dragen, maar stelt als voorwaarde dat de tuinen flink vergroend moeten worden. De gemeente en woningbouwcorporatie besluiten hierin gezamenlijk op te trekken.

Op de koffie bij Sjaak

Via een buurtwerker heeft de projectleider van de gemeente gehoord dat Sjaak Hengelman een actieve en geliefde man in de buurt is, een sleutelfiguur. De projectleider en een communicatiemedewerker van de gemeente en de contactpersoon van de woningbouwcorporatie gaan samen bij hem op de koffie. Ze bespreken met elkaar wat de plannen van de gemeente zijn en wat er speelt in de wijk. Gezamenlijk maken ze een plan hoe ze de bewoners het beste bij het ophogingsproject én het gezellig en veilig maken van de buurt kunnen trekken. Sjaak vertelt dat er rondom 21 juni altijd een buurtbarbecue in de straat plaats vindt. Hij oppert het idee om de herinrichting van de tuinen te koppelen aan de barbecue. De gemeente maakt vrolijke flyers en Sjaak deelt deze uitnodiging uit aan de bewoners in zijn straat.

Bouwen en bbq'en

Het ophogen van de straat zorgt natuurlijk voor overlast, maar er wordt een positieve draai aan gegeven. Tijdens de werkzaamheden is de straat voor even een zandstrand. We organiseren met een aantal actieve bewoners 'bouwen en bbq'en' voor de hele straat. De gemeente en woningbouwcorporatie zorgen samen dat de tuinen worden opgehoogd ter compensatie van het ontstane hoogteverschil. De inrichting van de tuinen is aan de bewoners zelf. Om vergroening in de hand te werken stelt de gemeente een vrachtwagen beschikbaar voor het afvoeren van tegels van bewoners. In tuinen aanwezige planten kunnen tijdens het ophogen tijdelijk worden opgeslagen in het 'plantende pot' om de hoek. Via Sjaak Hengelman kunnen de bewoners voor een vriendenprijs planten kopen van Tuinplanten De Jong. Tijdens 'bouwen en bbq'en' wandelt een tuincocoon rond die de mensen tips geeft.

Resultaat

De klimaatopgave in deze wijk is te groot om enkel op te lossen met het vergroenen van de voortuinen. Het levert wel een buffer op waardoor er minder lang water in de voortuinen blijft staan bij een hevige regenbui. De ondernomen acties dragen vooral bij aan het leefbaarheidsgevoel in de wijk. De relatie tussen gemeente, corporatie en bewoners is sterk verbeterd.

Wat is effectief?

De vraag is of de gemeente er verstandig aan doet om geld en tijd te besteden aan het in beweging krijgen van bewoners die moeilijk te motiveren zijn. Zou de woningbouwcorporatie zich niet meer moeten inspannen om het eigen bezit klimaatbestendiger te maken? Als je je puur richt op de klimaatdoelstellingen moeten we concluderen dat het in sommige gevallen effectiever is om, als gemeente, te concentreren op maatregelen in de openbare ruimte. Toch kan het verbeteren van de leefbaarheid in de wijk ook een startpunt zijn om andere thema's op te pakken. Zeker als er werkzaamheden gepland zijn. Dan is meekoppelen een must.

Dilemma's

Krijgen bewoners plantjes gratis mee of voor een vriendenprijs? Moeten bewoners zelf betalen voor ophoging van hun tuin of levert de gemeente de grond gratis aan? Hoe zorg je ervoor dat net aangelegde geveltuintjes worden bewaterd en onderhouden? Neem je als gemeente de zorg van de mensen over, zodat je zeker weet dat dingen gebeuren of laat je de verantwoordelijkheid geheel bij de bewoners liggen met het risico dat de dingen niet gebeuren?

Het antwoord is niet makkelijk. De keuze zal afhangen van de wijk. In de ene wijk zijn de bewoners gemakkelijk bereikbaar en te motiveren. In de andere wijken zul je meer inspanning moeten leveren om iets voor elkaar te krijgen en in stand te houden.

Checklist

Opgave	Locatie	Fysieke omstandigheden	Mogelijke maatregelen	Leefstijlen	Zenders en momenten	Eigen observaties
<p>Bepaal een strategie om bewoners aan te zetten tot het nemen van klimaatadaptieve maatregelen op eigen terrein.</p> <p>Welke maatregelen hebben op een termijn van twee jaar het grootste effect en kosten de maatschappij het minst?</p>	<p>Rotterdam Lombardijen rondom Racinestraat</p> <p>■ pijn - kwetsbaar gebied voor wateroverlast, droogte en verzakkingen.</p> <p>Klimaatdoel</p> <p>■ geen druppel hemelwater naar het riool</p> <p>■ toekomstige verzakkingen verminderen</p> <p>■ hitte verminderen</p>	<p>bodem</p> <p><input type="checkbox"/> goed waterdoorlatend</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> slecht waterdoorlatend</p> <p>waterstand t.o.v. maaiveld</p> <p><input type="checkbox"/> laag</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> hoog</p> <p>woningbezit</p> <p><input type="checkbox"/> koopwoningen 0%</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> huurwoningen 100 %</p> <p>woningeigenaren huurwoningen</p> <p><input type="checkbox"/> particulier 0 %</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> woningbouwcorporatie 100 %</p> <p><input type="checkbox"/> investeerder of ontwikkelaar 0 %</p> <p><input type="checkbox"/> overig 0 %</p> <p>type woningen</p> <p><input type="checkbox"/> woning zonder buitenruimte</p> <p><input type="checkbox"/> woning met balkon</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> woning met tuin</p>	<p>■ waterschutting plaatsen</p> <p>■ groen op straat onderhouden</p> <p>■ moestuin aanleggen</p> <p>■ flexibele zonwering plaatsen</p> <p>■ grindkoffer in de tuin aanleggen</p> <p>■ boom planten in eigen tuin</p> <p>■ parkeerplaats inruilen voor ontmoetingsplek</p> <p>■ regenwaterwifvier aanleggen</p> <p>■ regenpijp alzagen</p> <p>■ infiltratiekragen plaatsen</p> <p>■ waterdoorlatende verharding aanleggen</p> <p>■ tuin onttegenen</p> <p>■ haag planten i.p.v. schutting</p> <p>■ regenton plaatsen</p> <p>■ drainage aanleggen</p>	<p>dominante leefstijl per postcode6 gebied</p> <p>BSR Klimaat- en waterbewustzijnsleefstijlen GISkaart Lombardijen, SAMR, 2018</p> <p>leefstijlverdeling in de Racinestraat</p> <ul style="list-style-type: none"> 47% 20% 13% 0% 20% 0% 	<p>ondernemers/ instellingen in de buurt</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Henwo IJzer- en Metaalhandel ■ familiebedrijf Tuinplanten De Jong ■ huisartsenpraktijk ■ dierenkliniek ■ verzorgingshuis ■ twee basisscholen ■ Johanneskerk ■ buurtrestaurant HotspotHutspot <p>bijzondere momenten</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ jaarlijkse buurtbbq langste dag van het jaar ■ groot scherm bij wk-ek voetbal ■ gemeente gaat in 2019 de straat ophogen. De straat wordt weer opgehoogd tot oorspronkelijk uitgiftepeil. De werkzaamheden nemen half jaar in beslag. 	<p>eigen waarnemingen</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ woningen gebouwd tussen 1960-1975 ■ ernstige verzakkingen <p>waarnemingen buurtwerker</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ veel kinderen in de buurt ■ hoge werkloosheid ■ Sjaak Hengelman is zeer actief in de buurt. Hij is loodgieter en werkt 2 dagen bij Henwo <p>maatschappelijke initiatieven</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ MAEX:Stichting Het Pad: In Nederland bevordert de stichting bezigheidstherapie voor eenzame, bejaarde weduwen in diverse bejaardentehuizen, ten bate van behoeftige kinderen en bejaarden in het buitenland. <p>goed om te weten</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ de woningbouwcorporatie heeft net de renovatie van de woningen afgerond

Gebruik de checklist als basis voor een gebiedsgerichte communicatiestrategie

* Voorafgaand aan deze workshop is de checklist ingevuld zodat het oefenen met het opzetten van de communicatiestrategie gelijk van start kon. Een lege checklist kunt u vinden op www.destraad.nl

straaDkennis



Zet een netwerker in

Laat anderen je verhaal vertellen. Bouw een stevig netwerk op van enthousiaste mensen binnen én buiten je organisatie. Zet een topnetwerker in om de verbindingen te maken en blijvend te investeren in het netwerk. Dit kost tijd, maar de inspanning verdient zich zelf terug.

Kijk, zij doen het al! Zij hebben contact gelegd

Robert Fruinstraat

De projectmedewerkers van de gemeente Rotterdam hadden bij de start van het project voor de herinrichting van de Robert Fruinstraat geen kennis van leefstijlen en ook geen idee wie er in de straat woonden. Hij brengt bewoners in beweging en vraagt hen naar de bijeenkomsten te komen. Het project duurt lang en daarom organiseert de gemeente minimaal halfjaarlijks een bijeenkomst: een straatmiddag of een rondleiding in het gemeentelijk archiefgebouw ter plekke.

In de straat woont een enthousiaste man, een sleutelfiguur. Hij kent iedereen en ieder-

een kent hem. Het contact met de gemeenten Rotterdam hadden bij de start van het project voor de herinrichting van de Robert Fruinstraat geen kennis van leefstijlen en ook geen idee wie er in de straat woonden. Hij brengt bewoners in beweging en vraagt hen naar de bijeenkomsten te komen. Het project duurt lang en daarom organiseert de gemeente minimaal halfjaarlijks een bijeenkomst: een straatmiddag of een rondleiding in het gemeentelijk archiefgebouw ter plekke.

Inmiddels is een aantal wensen van de bewoners gerealiseerd voordat de werkzaam-

heden in de straat zijn begonnen, zoals een waterbestendige achtertuin en tijdelijke geveltuinen. Verder doen bewoners en eigenaren mee met het klimaatbestendig maken van hun gebouw en tuin. Zo wordt (met Europese subsidie LIFE@Urban Roofs) het pand van de stichting Arosa verduurzaamd met groene daken en zonnepanelen. Op het gemeentearchief wordt een water- en een groendak aangelegd. De regenpijpen van de woningen van de woningcorporatie Woonstad worden afgezaagd. Een projectontwikkelaar legt een groen dak aan, een groene gevel en een wateropslag onder een

te renoveren gebouw. Het aantal geveltuin- tjes in de straat neemt toe. Contact hebben met bewoners en eigenaren loont! Meer weten over de Robert Fruinstraat? www.rotterdam.nl/wonen-leven/robert-fruinstraat/

Kijk, zij doen het al! Zij bouwen een netwerk op

Amsterdam Rainproof bouwt een 'regenbestendig' netwerk

Amsterdam Rainproof bouwt aan een netwerk van ambtenaren, ondernemers en bewoners om samen de stad regenbestendig te maken. Amsterdam Rainproof gaat op zoek naar de sleutelfiguren in organisaties, buurten en bestaande netwerken. Zij laat vervolgens deze sleutelfiguren uitleggen wat de impact van een hoosbui is en welke regenmaatregelen mogelijk zijn. Een ontwerper van de openbare ruimte, bijvoorbeeld, laat aan collega's zien hoe je regenbestendig kunt ontwerpen. Een beleidsmedewerker maakt van klimaatverandering een thema, zodat het onderdeel gaat uitmaken van de beleidscyclus en door collega's wordt overgenomen. Een buurt-

coördinator van een woningbouwcorporatie neemt het opvangen van regenwater op als actie van bewoners voor het behoud van een leefbare buurt. Een medewerker van een tuincentrum adviseert klanten over regenbestendige tuinen. Een enthousiaste bewoonster legt aan burens uit welke regenbestendige maatregelen zij in de tuin heeft genomen. Het verhaal van een bekende boezemt nu eenmaal meer vertrouwen in dan dat van een buitenstaander.

Ons Water: de stroom vertakt zich

Het platform 'Ons Water' wil Nederlanders bewust maken van het feit dat schoon, veilig en voldoende water niet vanzelfsprekend is. Het bewustzijn van bewoners en de bereidheid om actie te nemen zijn sterk afhankelijk van de plek waar de mensen wonen. Hoe kwetsbaar ben je? Oorspronkelijk vormden aan waterbeheer gerelateerde partijen, zoals waterschappen en waterbedrijven, het netwerk. Om de boodschap beter ter plaatse te kunnen verspreiden, haken nieuwe partners aan: het Nederlandse Rode Kruis, musea en tuincentra. De aandacht gaat uit naar plekken waar vaak mensen komen, waar veel contactmomenten zijn met bewoners.

inspiratie

Het Rode Kruis

Het Nederlandse Rode Kruis vindt het belangrijk dat mensen zich voorbereiden op noodsituaties. Samen met 'Ons Water' ontwikkelden zij een lespakket voor jonge Nederlanders, werkten zij mee aan een kinderboek en ontwikkelden zij tools, zoals www.overstroomik.nl. Door de samenwerking kunnen ze elkaars contacten delen.

Nederlands Watermuseum

Het Nederlands Watermuseum in Arnhem laat het publiek zien wat je moet doen bij een overstroming en stelt de mobiele tentoonstelling "Het riool leeft" beschikbaar aan gemeenten.

Helden

Jonge watersporters maken jongeren warm voor watergerelateerde onderwerpen. Deze sporters - de helden - vertellen vol passie over hun sport én de gevolgen van klimaatverandering. 'Zonder schoon water kan ik niet spelen in mijn speeltuin'.

Operatie Steenbreek Den Haag verbindt

De gemeente Den Haag werkt samen met een intermediair die dicht bij bewoners staat, Operatie Steenbreek. Dit is een landelijk kennis- en lobbynetwerk dat acties door bewoners ter vergroening van straten, tuinen en (school)pleinen ondersteunt. Afhankelijk van de samenstelling van een buurt of straat worden gerichte acties voorbereid in samenhang met belangrijke stakeholders en bedrijven ter plekke. Door middel van een jaarlijkse prijs zet de stichting de succesvolste steenbrekers in het zonnetje. Resultaat? Jaarlijks worden circa 25.000 stenen opgehaald.

Kijk, zij doen het al! Zij gebruiken leefstijlen

Leefstijlen worden al gebruikt!

Diverse gemeenten en waterschappen zijn het BSR™-model aan het toepassen. Zo ontwikkelt een waterschap op basis van leefstijlverdeling een strategie om bewonersparticipatie rond een dijkversterkingsproject vorm te geven. Een gemeente die recentelijk een klimaatstresstest heeft uitgevoerd wil weten hoe zij de resultaten van de test kan toelichten aan bewoners. Een provincie wil onderzoeken hoe zij de actuele zwemwaterkwaliteit beter kan communiceren aan recreanten.

'Ons Water' en de lokale overheden hebben de gezamenlijke ambitie om de kennis te gaan delen via een inspiratiedag/expertmeeting later in 2018.

Laten we het wiel niet steeds opnieuw uitvinden! Laten we gezamenlijke praktijkkennis opbouwen en delen. De pilot in samenwerking met 'Ons Water' duurt één jaar.

Het platform 'Ons water' is een initiatief van het Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat, Rijkswaterstaat, Unie van Waterschappen, VNG, IPO, Vewin, Waterschappen, provincies, gemeenten en waterbedrijven.

voorbeelden uit andere domeinen!

Beter afval gescheiden

De afvalinzamelaar HVC merkte dat bewoners in de ene wijk beter afval scheiden dan in de andere wijk. Voorlichting via folders leverde niets op. Uit de analyse van leefstijlen bleek dat in deze wijken vooral 'gele mensen' (ver-van-mijn-bed) en 'blauwe mensen' (calculerende sceptici) woonden. Voor de 'gele mensen' is van het scheiden van afval een feestje gemaakt, inclusief een echte afvalpolonaise. Voor de 'blauwe mensen' is een app ontwikkeld. Het percentage gescheiden afval in deze wijken is merkbaar toegenomen.

Elektrisch rijden stimuleren

De gemeente Den Haag wil graag weten hoe zij elektrisch rijden onder bewoners kan stimuleren. Voor 'elektrisch rijden' worden 5 groepen onderscheiden: Liefhebbers, Idealisten, Sceptici, Nonchalance en Afwachtenden. De ene groep kiest vooral voor een elektrische auto als statussymbool. Een andere groep is wel geïnteresseerd in een elektrische auto maar kiest alsnog voor een conventionele auto, omdat de energie-inhoud van de batterij (nog) te klein is om de caravan over een lange afstand te kunnen trekken. De 5 groepen zijn gekoppeld aan een leefstijlenkaart van de gemeente waarop te zien is wie waar woont. De gemeente kan nu gerichte plannen voor communicatie opstellen.

Gericht woonmilieus ontwikkelen

De Grote Woontest is een grootschalig onderzoek naar de woonbeleving en woonwensen van mensen in de regio Rotterdam. De woontest biedt inzicht in de belangrijkste trends en ontwikkelingen in de Rotterdamse woningmarkt. De gemeente Rotterdam gebruikt leefstijlen om bijvoorbeeld bij nieuwbouwoontwikkelingen in de binnenstad gefundeerd te kunnen kiezen voor een klantgericht woonprogramma. Per binnenstadkwartier is de verdeling in woonstijlen inzichtelijk gemaakt. De gebieden met rode leefstijlen zijn het meest dynamisch en zullen ook vaker jonger publiek aantrekken. Hier zijn betaalbare kleine woningen gewenst. De gebieden met een blauwe leefstijl zijn potentieel exclusief, met grotere woningen in het hoge segment.

Dank voor jullie inzet en aanwezigheid!



Wil je kranten bestellen? Neem dan contact op met één van de partners!

straaDteam + partners

Anne-Sietske Smits
Rosanne Vlaar
Floor van den Bergh
Astrid de Wit
Carl Paauwe
Jaap Kooman
John Jacobs
André Rodenburg
Reinder Brolsma
Saskia Hommes
Jurgen Bals
Nora Prins
Arno Lammers

Bosch Slabbers
Bosch Slabbers
Buro Bergh
Provincie Zuid-Holland
Hoogheemraadschap van Delfland
Stichting Rondom GWW
Gemeente Rotterdam
Gemeente Rotterdam
Deltares
Deltares
Hoogheemraadschap van Schieland en de Krimpenerwaard
Hoogheemraadschap van Schieland en de Krimpenerwaard
Gemeente Den Haag

met speciale expertise van

Marjolein van Kouterik
Diede van Delft

SAMRmarktfinders
SAMRmarktfinders

workshop 31 mei - oefenen met opzetten gerichte communicatie

Sabine Joling
Nora Prins
Arno Lammers
Carl Paauwe
Anja van Rijn
Tjerron Boxem
Laurence Peels
Ilse Schalks
Mayke Kuijpers
Marjolein van Kouterik
Diede van Delft
Liselotte de Haan
Rosanne Vlaar
Anne Sietske Smits
Saskia Hommes
Jaap Kooman
Floor van den Bergh
Richard Walet

Hoogheemraadschap van Schieland en de Krimpenerwaard
Hoogheemraadschap van Schieland en de Krimpenerwaard
Gemeente Den Haag
Hoogheemraadschap van Delfland
Hoogheemraadschap van Delfland
Hoogheemraadschap van Delfland
Gemeente Rotterdam
Gemeente Rotterdam
SAMR
SAMR
Liselotte de Haan
Bosch Slabbers
Bosch Slabbers
Deltares
Rondom GWW
Buro Bergh
Gebiedsmanagers

interviews - brainstormsessies

Julie Köler
Angeline Sijsenaar
Arjen van Ulden
Neele Kistemaker
Marloes Gout
Esmee Overtoom
Stijn Koole
Wijnand Bouw
Irene Poortinga
Koen Weytingh

Ons Water - Ministerie van IenW
Hoogheemraadschap van Schieland en de Krimpenerwaard
Blauw Research B.V.
Muzus
Gemeente Rotterdam
Gemeente Rotterdam
Bosch Slabbers
Bosch Slabbers
Amsterdam Rainproof
Toekomst Sterk

redactie

Eric Burgers

Eric Burgers | Tekst & Redactie



de straaD

Samen met bewoners aan de slag

In dit project werken de overheid, het bedrijfsleven en bewoners samen aan het transformeren van straten. Van straat naar straaD, de straat voor een beter leefklimaat. Een mooi voorbeeld van het nieuwe werken in de netwerksamenleving!

Initiatief

Bosch Slabbers nam vier jaar geleden het initiatief. Zij verwonderde zich over de inrichting van onze stenige straten. Kan dat niet slimmer, socialer en klimaatbestendiger? Met dit idee heeft zij partners bereid gevonden om samen te onderzoeken hoe straten er in de toekomst uit zouden kunnen dan wel moeten zien.

Eerdere uitgaven

De eerste krant laat zien welke ruimtelijke en sociale maatregelen je kunt treffen om een straaD te maken. In de tweede straaDkrant gaan we op zoek naar het antwoord op de vraag 'hoe maak je de straaD?'. Van beide kranten zijn inmiddels 5.000 stuks verspreid.

Derde straaDkrant

In deze derde krant lees je hoe je bewoners in beweging krijgt, hoe je gericht met hen communiceert en hoe je hen motiveert om zelf bij te dragen aan een fijne en klimaatbestendige leefomgeving.

Partners

Deze krant is in nauwe samenwerking met onze partners ontwikkeld. De partners brachten elk - naar vermogen - kennis, tijd of geld in om deze derde uitgave van de straaDkrant mogelijk te maken.

Meer weten? Neem contact op met één van de partners!



colofon

Initiatief van

Bosch Slabbers
landschapsarchitecten
www.bosch-slabbers.nl
a.smits@bosch-slabbers.nl
s.koole@bosch-slabbers.nl

In samenwerking met

Buro Bergh
www.burobergh.nl
floor@burobergh.nl

Partners

Deltares
www.deltares.nl
reinder.brolsma@deltares.nl

Gemeente Rotterdam
WaterSensitive Rotterdam
www.watersensitiverotterdam.nl
jcj.jacobs@rotterdam.nl

Gemeente Den Haag
www.denhaag.nl
arno.lammers@denhaag.nl

Hoogheemraadschap van Delfland
www.hhdelfland.nl
cpauwe@hhdelfland.nl

Hoogheemraadschap van Schieland en de Krimpenerwaard
www.schielandendekrimpenerwaard.nl
j.bals@hhs.nl

Provincie Zuid-Holland
www.zuid-holland.nl
am.de.wit@pzh.nl

Stichting Rondom GWW
www.rondomgww.nl
jaap.kooman@rondomgww.nl

Met expertise van

SAMR marktfinders
www.samr.nl
marjolein.vankouterik@samr.nl

even oefenen met leefstijlen!

teken een lijntje van de persoon naar de juiste uitspraak

Ik maak me zorgen over het klimaat, het is echt belangrijk dat we nú iets doen.

Kom, laten we met zijn allen aan de slag gaan! Ik zal een burendag organiseren.

Klimaatverandering? Het is allemaal nepnieuws van de groene maffia.

Ik wil een betere wereld nalaten aan mijn kleinkinderen maar betwijfel of mijn eigen bijdrage wel genoeg impact heeft.

Waar zijn de bewijzen voor klimaatverandering? Ik ga alleen af op keiharde feiten.

Klimaat doet me niets, als het maar gezellig is in de buurt.



geel



groen



lime



aqua



blauw



rood



www.destraad.nl
voor meer informatie

