

Design Thinking & Ruimtelijke Adaptatie

EXTREEM WEER



Colofon

Tekst: André Schaminée, Dick Boland, Karla Niggebrugge en Thijs Witjes

Eindredactie: Marguerite de Ruijter-Feenstra (EMMA)

Dit project is een initiatief van: provincie Noord-Brabant, provincie Limburg, Unie van waterschappen, waterschap Limburg, waterschap Aa en Maas, waterschap Brabantse Delta, waterschap De Dommel, gemeente Boxmeer, gemeente Breda, gemeente Eindhoven, gemeente Halderberge en gemeente Peel en Maas.

Het project is door het Stimuleringsprogramma Ruimtelijke Adaptatie (SRA) geselecteerd als impactproject.

Beeld: Karla Niggebrugge, Wouter Corvers, Monique Roosen, Hugo Schuitemaker, Sofie van Greevenbroek, Sjaak Langenberg, Rosé de Beer, Thijs Witjes, Myrthe Krepel (Muzus), Helma van den Berg (Muzus), Maarten Essenburg (Vandejong Creative Agency).

Vormgeving: TACCT | Communicatie voor overheid en non-profit

Drukwerk: ADC Nederland

Oplage: 750 exemplaren

Mei 2019 (1^e druk)

Dit werk is gelicentieerd onder de licentie Creative Commons Naamsvermelding-NietCommercieel 4.0 Internationaal. Ga naar <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> om een kopie van de licentie te kunnen lezen.



**Overheden en bewoners
bereiden zich samen voor op**

extreem weer





Inhoudsopgave

	Design Thinking & Extreem weer	8
	Fase 1: drijfveren begrijpen	12
	Fase 2: nieuwe thema's en invalshoeken	18
	Fase 3: testen van nieuwe concepten	22
	In Boxmeer maken we het de bewoners graag gemakkelijk	24
	In Breda gebruiken we lokale kennis	30
	Eindhoven doet mee omdat het leuk is	35
	In Oudenburg ontwerpen we samen omdat het belangrijk is	41
	Club weerbaar en kwetsbaar: Helden en Baarlo helpen elkaar	45
  	De geleerde lessen	50
	Verantwoording en verdieping	60



Betekenis geven aan ruimtelijke adaptatie

De toenemende verandering in het klimaat stelt ons voor nieuwe en steeds grotere uitdagingen. De gevolgen voor mens en natuur nemen toe. Het werken aan oplossingen wordt acuter en urgenter. Toekijken is niet langer een optie. We moeten ons aanpassen aan extremer weer en dat werkt alleen als die noodzaak breed wordt gevoeld. Iederéén moet meedoen! En elke druppel – of het gebrek eraan – telt! Maar hoe doen we dat als ruim 70 procent van de oppervlakte in Nederlandse steden en dorpen privébezit is? Hoe betrekken we de eigenaren: burgers en bedrijven? Belangrijker: hoe krijgen we hen in beweging?

Overheden zijn goed in het maken van plannen. Rekenkundige plannen als het de waterwereld betreft, want daar domineert het ingenieursbrein. Dat levert ons veel op, maar er blijven ook kansen liggen. Willen we mensen actief betrekken en ze oproepen zélf ook maatregelen te treffen, dan is er iets anders nodig. Dan moeten we gaan luisteren. En dan moeten we bij het vinden van oplossingen aansluiten bij de belevingswereld en de drijfveren van de mensen om wie het gaat. Wat betekent klimaatverandering voor hen? Vanuit die gedachte

heeft een collectief van twaalf overheden uit Brabant en Limburg besloten Design Thinking toe te passen op projecten voor ruimtelijke adaptatie.

Design thinking helpt overheden en bedrijven om anders naar vraagstukken te kijken. Om vanuit het dagelijks leven van mensen te onderzoeken wat klimaatverandering nou eigenlijk betekent. En hoe je daar nu al slim mee kunt omgaan. Ook ontwerpers zijn betrokken. In *Design Thinking* werken deze verschillende werelden – overheden, burgers, bedrijven en ontwerpers – in cocreatie samen aan innovatieve oplossingen voor een leefbare toekomst. Vaak ontstaan nieuwe invalshoeken, gericht op lokale initiatieven en flexibel genoeg om direct in de praktijk te toetsen en bij te stellen.

Het project heeft al sprankelende nieuwe concepten opgeleverd. Concepten die zich lenen voor brede toepassing en die ertoe aanzetten *Design Thinking* vaker toe te passen op vraagstukken rond ingrijpende maatschappelijke opgaven. Juist hier is de inspirerende en menselijke benadering – anders dan de traditionele kennisgerichte en politiek-bestuurlijke aanpak –

bij uitstek waardevol. Brede lokale betrokkenheid is immers essentieel om te komen tot een klimaatbestendige en waterrobuuste inrichting. En... het is in de geest van de Omgevingswet: niet vóór, maar dóór de maatschappij.

Ik daag daarom iedereen uit de komende jaren te komen met een veelheid aan oplossingen die werkelijk betekenis geven aan ruimtelijke adaptatie. Zodat we – samen – voorbereid zijn op de extremen van onze toekomst.



PETER GLAS

Regeringscommissaris voor het Deltaprogramma



Design Thinking & extreem weer

Het klimaat verandert. Het wordt steeds vaker heel warm weer en er volgen veel meer periodes van droogte en hevige neerslag. De afgelopen jaren hebben we deze extremen in grote delen van Nederland aan den lijve ondervonden. Extreem weer leidt tot aanzienlijke schadeposten. Daarnaast maakt extreem weer het leven minder aangenaam. Daarom moeten we voorkomen dat de gevolgen van extreem weer voor maatschappelijke problemen zorgen.

De overheid neemt initiatief om de samenleving voor te bereiden op deze veranderende omstandigheden. Dat kan zij echter niet alleen. De overheid bezit slechts 30 procent van alle grondeigendommen in steden en dorpen. Het zijn daardoor de versteende tuinen en de platte daken van particulieren en bedrijven die binnenstedelijk tot de nodige ongemakken leiden. Bij hevige regenval kan het water niet snel genoeg weg en lopen straten en kelders onder. Bij langdurige hitte leidt een versteende omgeving tot “hittestress” bij mens en dier.

Dit onderzoek richt zich op particulieren. Een aanzienlijke groep bewoners neemt al maatregelen waardoor zij minder kwetsbaar wordt voor extreem weer. Helaas is die groep niet groot genoeg.

De pogingen van de overheid om deze groep te vergroten, zijn maar beperkt succesvol.

Bereik een grotere groep

De belangrijkste strategieën om bewoners in beweging te krijgen, richten zich tot nu toe op bewustwording (vaak via campagnes) en motivatie (vaak via subsidieregelingen). Deze strategieën zijn soms succesvol, maar zorgen niet voor een brede maatschappelijke beweging. Nog beter uitleggen en nog harder motiveren levert waarschijnlijk uiteindelijk onvoldoende op.

Ambtenaren merken in dit kader op: ‘We spreken alleen mensen die toch al geïnteresseerd zijn.’ En: ‘We denken als overheid na over wat er in een tuin anders zou moeten, maar vergeten dat die tuin van iemand is.’

Uit de literatuur, maar ook uit eigen ervaring, weten we dat het lastig is om grote ontwikkelingen, zoals klimaatverandering, in het dagelijks leven hanteerbaar te maken. Mensen negeren of onderschatten het probleem. Of ze zijn het er wel over eens dat het voor iedereen belangrijk is om in actie te komen, maar passen daar vervolgens niet hun individuele concrete gedrag op aan. ‘Wat maakt die ene stoeptegel nou uit bij een enorme hoosbui?’ Daarnaast zijn er natuurlijk nog tal van praktische bezwaren die handelen in de weg staan.



Willen we meer mensen bij het voorbereiden op extreem weer betrekken, dan moeten we nadenken over totaal andere strategieën als aanvulling op de goede dingen die al gebeuren. In dit traject hebben wij als vertegenwoordigers van overheden, samen met bewoners die handschoen opgepakt. Dat deden wij, ondersteund door designers, met behulp van *Design Thinking*.

Design thinking zet mens centraal

Bij de voorbereiding op extreem weer moeten overheid en bewoners samenwerken. Dat lukt alleen als we de mens centraal zetten: wat betekent extreem weer voor het dagelijks leven van mensen? En wat kunnen bewoners vanuit hun individuele deskundigheid, betrokkenheid of persoonlijke motivatie bijdragen aan het grote vraagstuk rond klimaatverandering?

Design Thinking is een mensgerichte, onderzoekende en co-creatieve aanpak die uitnodigt tot actie. Deze aanpak leent zich vooral goed voor maatschappelijke vraagstukken waarbij veel partijen betrokken zijn en niemand de oplossing heeft of kan afdwingen.

Design Thinking is geen wilde brainstorm naar ideeën, maar een gestructureerd proces

dat leidt tot nieuwe benaderingswijzen van een probleem. Een aantal stappen in het proces wijkt af van de manier waarop overheden gewend zijn problemen aan te pakken. We beschrijven daarom wat er in deze stappen is gebeurd en wat het ons heeft opgeleverd.

'WAT BETEKENT EXTREEM WEER VOOR HET DAGELIJKS LEVEN VAN MENSEN?'





In het Design Thinking-proces staat de leefwereld van mensen centraal. Dus niet de beleidsagenda van de overheid, of de techniek van de ingenieur. Om te begrijpen wat mensen beweegt, wordt *empathisch onderzoek* gedaan.

 Dit vind je verderop in dit boekje bij de beschrijving van fase 1.

Op basis van de dingen die mensen bezighouden, ontwikkelen we nieuwe *frames* (oftwel: invalshoeken). Dat is zoiets als een bril waardoor je naar de wereld kijkt. Tot nu toe wordt ruimtelijke adaptatie vooral gezien als een motivatievraagstuk, of een technisch probleem.

 In fase 2 (zie verderop in dit boekje) onderzoeken we of ook andere invalshoeken denkbaar zijn.

Zo'n invalshoek geeft richting aan nieuwe ideeën. Deze voeren we niet meteen grootschalig in, maar gaan we eerst via wat we *prototyping* noemen, snel en eenvoudig testen en verbeteren.

 In fase 3 (zie verderop in dit boekje) doen we verslag van die tests. Daarna trekken we de belangrijkste lessen van dit traject.

Er is al veel gepubliceerd over de methode (stappen) van Design Thinking en de instrumenten waarmee je deze stappen doorloopt. Voor wie er meer over wil weten staan aan het einde van deze publicatie een aantal verwijzingen.



Fase 1: Drijfveren begrijpen

We zijn als overheden geneigd om zoveel mogelijk algemene beleidsmaatregelen te ontwikkelen. Dat is vanuit het oogpunt van efficiency en rechtsgelijkheid zeker te begrijpen. Toch vertaalt zich dit helaas al te vaak in communicatie die maar een beperkt deel van de samenleving aanspreekt. En in subsidies waarvan maar een beperkt deel van de bevolking gebruik maakt.

Om samen met bewoners tot slimme ideeën te komen in de voorbereiding op extreem weer, moeten we eerst begrijpen wat voor hen de betekenis is van klimaatverandering en extreem weer. Die betekenis is niet voor iedereen hetzelfde. Ook is het niet iets dat we vanachter onze bureaus kunnen bedenken. We moeten nieuwsgierig zijn naar diverse, soms zelfs tegenstrijdige, verhalen uit de leefwereld van mensen. En we moeten toegang krijgen tot die verhalen.

Design Thinking helpt ons om snel op een diep niveau te doorgronden wat mensen bezighoudt. Dat noemen we *empathisch onderzoek*. Dat is iets anders dan vragen wat men ervan vindt! Het gaat bij empathisch onderzoek niet om meningen, maar om ervaringen. Empathisch onderzoek helpt om in contact te treden met mensen die anders zijn dan

Verhalen ophalen

In dit traject hebben we bijvoorbeeld de betekenis van extreem weer onderzocht bij bouwvakkers. Op een hete dag gingen we met hen de steigers op en ervaaarden we hoe de hitte voor hen was en ook hoe zij ermee omgingen.

Maar we zijn ook op bezoek gegaan bij nonnen die hun hele leven in missiegebieden hebben gewerkt en we zijn in gesprek gegaan met mensen die inburgeren. Wat nemen zij mee vanuit het buitenland?

wijzelf, om wat voor reden dan ook. Omdat ze ouder of jonger zijn, een andere etnische afkomst hebben, andere sociale of praktische vaardigheden hebben. Empathie is een heel nuttige kwaliteit, want: het is heel menselijk om jezelf als de maat der dingen te nemen, maar de meeste mensen zijn toch echt anders dan jijzelf.



We spraken met de scouting over natuurbeleving en met ouderen over de betekenis van extreem weer voor hun sociale leven.

Daarnaast spraken we met de verkopers van een outdoorwinkel over klantvragen die met extreem weer te maken hebben.

Naast een reeks bezoeken aan deze en andere specifieke doelgroepen, deden we ook een groot publieksonderzoek op de Dutch Design Week 2017 (zie pagina 15).



Drempels overwinnen

Het blijkt voor professionals in de praktijk nog verrassend lastig om een open, onderzoekend gesprek met bewoners te voeren. Het gevoel overheerst dat je als ambtenaar iets moet brengen: een boodschap of een aanpak. Hoe introduceer je jezelf als je in de eerste plaats iets wilt halen? En hoe leg je het eerste contact?

We ontdekten al snel dat taalgebruik belangrijk is. Het heeft weinig zin om het over “ruimtelijke adaptatie” te hebben. De meesten hadden geen idee waarover dat gaat. “Extreem weer” daarentegen begreep iedereen. Schud de vaktaal van je af; voor bewoners is dat vaak nietszeggend en verhullend taalgebruik. En de bewoners zelf? Die blijken eigenlijk verrassend toegankelijk en open als je ze een oprechte vraag stelt. Ze hebben de nodige toepasbare ervaringen en reageren daar krachtig op.

Wat ook goed werkt: open zijn over de reden van je gesprek. Bewoners begrijpen dat je als overheid niet op alle vragen het antwoord hebt. Ze waarderen het dat je graag van ervaringen van een ander wilt leren. We hebben vele gesprekken gevoerd en geen enkele keer werd gezegd dat de overheid maar beter haar best moest doen: mensen begrepen best dat sommige vraagstukken ingewikkeld zijn. Ook leerden we: hoe meer je

als ambtenaar verschilt van degene met wie je in gesprek gaat, des te logischer je gesprekspartner het vindt dat je hem of haar als kennisbron beschouwt.

Praten en kijken: de instrumentenkoffer van Design Thinking

Ieder mens is expert van zijn eigen situatie. Het is daarbij aan ons, als onderzoekers, om telkens een manier te vinden om het expertschap van de ander aan te spreken. Als ambtenaren zijn we gewend efficiënt en doelgericht een gesprek te voeren. Maar recht op het doel af leidt niet altijd tot de beste resultaten. Design Thinking is in die zin een beetje omfloerst. Het biedt gespreks- en observatietechnieken om de drijfveren en expertises van mensen te ontdekken.

Door iedere ontmoeting te visualiseren, bijvoorbeeld door mensen te vragen om illustraties van hun verhalen te geven, trainden we onze visuele vaardigheden. In een aantal gevallen hielpen scherpe observaties om tot waardevolle inzichten te komen, zoals in het voorbeeld op pagina 17.



KARLA NIGGEBRUGGE,
PROVINCIE NOORD-BRABANT

‘Het was best spannend: thuis op bezoek gaan bij iemand die je niet kent om te praten over extreem weer. Maar als je oprechte interesse toont, nemen mensen je snel in vertrouwen en vertellen ze persoonlijke verhalen. Soms is het verleidelijk om bijvoorbeeld uit te leggen waarom het belangrijk is om weinig tegels in je tuin te leggen. Maar door vooral proberen te begrijpen waarom iemand een bepaalde keuze maakt, heb je een mooi en leerzaam gesprek. Dan zie je een twinkeling in de ogen komen bij die ander omdat je oprecht geïnteresseerd bent in hun leven. En dat opent uiteindelijk de deur naar werkende oplossingen.’



**'TAALGEBRUIK IS BELANGRIJK, DE
MEESTE MENSEN HEBBEN GEEN IDEE WAT
"RUIMTELIJKE ADAPTATIE" BETEKENT'**

Publieksonderzoek op de Dutch Design Week



Empathisch onderzoek geeft rijke opbrengst

In deze fase van het Design Thinking-proces zijn we nog niet bezig met oplossingen. Ook dat was even wennen voor oplossings- en doelgerichte ambtenaren. Wat we wilden weten was: wat is de betekenis van extreem weer voor bewoners? Met welke kansen en problemen worden ze geconfronteerd? Dit geeft inzicht in de dieperliggende drijfveren van mensen om zich op extreem weer voor te bereiden.

Voor de oudere mensen die we op het heetst van de dag tegenkwamen, was hitte vooral een bedreiging voor hun autonomie en hun sociale contacten. Voor de scouting was de verandering van biodiversiteit vooral een kans en een bedreiging voor hun natuurbeleving. Bij de bouwvakkers ging het over veiligheid.

Hadden we iedere denkbare doelgroep gesproken? Nee, zeker niet. Maar op een bepaald moment begonnen we rode draden te zien, waarmee we in de volgende fase van het ontwerpproces verder konden.



DICK BOLAND, WATERSCHAP DE DOMMEL

‘Wat betekent extreem weer voor iemand? Nooit geweten dat de diversiteit zo groot is. Nog extremer dan het weer zelf. Waar de één geniet van de hitte, maakt de ander zich druk over wespenplagen. Het maakt verhalen los uit het verleden een boort ervaringen aan uit verre oorden. De beleving is groot en herkenning was direct daar. In het nadenken over ‘voorbereiden op extreem weer’ werden we overspoeld met een stortvloed aan waardevolle ideeën, waar altijd iets waardevols in zat.’



**'DOOR EMPATHISCH
ONDERZOEK KREGEN WE
INZICHT IN DE DRIJVEREN
VAN MENSEN'**

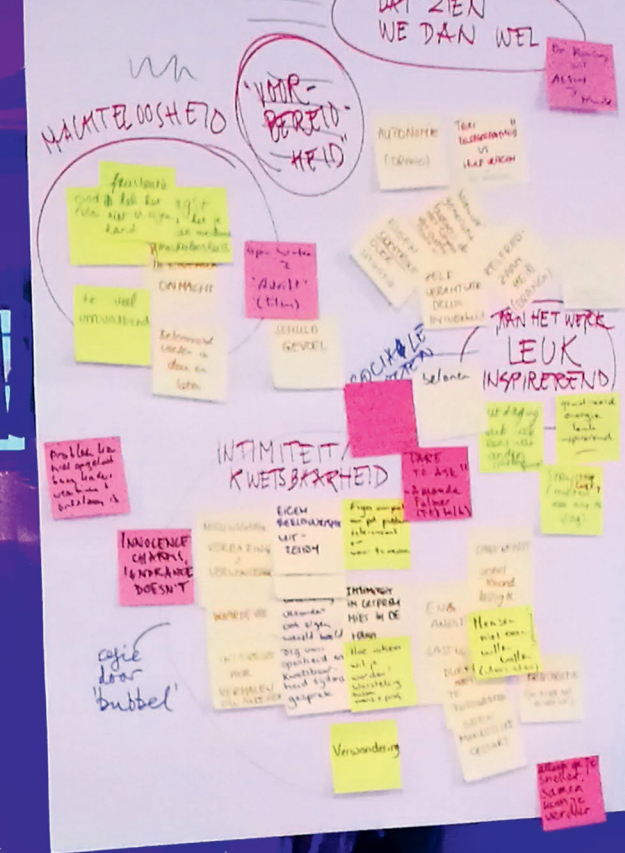
Scouting

We deden onderzoek bij de scouting.

We waren nieuwsgierig hoe zij omgaan met de verandering van biodiversiteit als gevolg van klimaatverandering. Bijvoorbeeld de toename van het aantal teken en de eikenprocessierups waarvan de haren brandwonden kunnen geven. Hun antwoord was: 'Daar trekken we ons niks van aan.' Dat was helaas geen antwoord waar we veel aan hadden.

Na elkaar een tijdje glazig aangekeken te hebben, viel het op dat de scouts allemaal insignes op hun kleding hadden. Die verdienen ze door het ontwikkelen van kennis en vaardigheden. Toen wij voorstelden een insigne te maken voor "natuurveiligheid" en de scouts vroegen welke kennis en vaardigheden ze moesten hebben om die te verdienen, stelden ze in tien minuten voor verschillende leeftijdsgroepen een lijst op. Door het maken van een insigne hadden we ineens een instrument om met deze scouts over hun expertise te praten.





Fase 2: Nieuwe thema's en invalshoeken



Hoe kom je tot een oplossing voor je probleem? In de praktijk leggen we vaak de nadruk op het bedenken van slimme ideeën. Als je je focust op ideeën, worden in het geval van ruimtelijke adaptatie waarschijnlijk nieuwe subsidies en communicatiecampagne voorgesteld – dat wat we altijd al deden, maar dan net even anders. De kans dat meer van hetzelfde tot de gewenste grote betrokkenheid gaat leiden, lijkt echter klein.

Wat Design Thinking ons leert, is dat vóór het bedenken van een idee nog een andere stap zit. Namelijk: op een nieuwe manier naar het vraagstuk leren kijken. Tot nu toe lijkt ruimtelijke adaptatie (onbewust) geframed als een proces waarin specialisten aan bewoners uitleggen waarom het belangrijk is je voor te bereiden op extreem weer en wat de beste oplossingen zijn. De communicatie en subsidies die daarbij horen, sluiten helaas onvoldoende aan bij de leefwereld van grote groepen mensen. Zolang we dat niet oplossen, blijft het probleem bestaan.

Daarom gaan we nieuwe invalshoeken maken. Die invalshoeken laten ons eerst nadenken over de vraag: wat is het fundament onder de verbinding tussen overheden en bewoners? Pas als we dat fundament hebben gelegd, gaan we over tot de uitwerking ervan: de ideeënfase.



Waar tot nu toe inspiratie het bij de betrokken ambtenaren had gewonnen van het ongemak door onbekendheid met het Design Thinking-proces, nam bij sommigen in deze fase kortstondig het ongemak de overhand. Geen probleem, dat hoort erbij. Het is zelfs nodig om tot nieuwe invalshoeken te komen waarvan iedereen de potentie voelt.

De “reframing stap”, de stap waar de nieuwe invalshoeken worden geconstrueerd, is de meest abstracte stap van het Design Thinking-proces. Op enig moment verdwijnen, als het goed is, de oorspronkelijke vraag en context zelfs even uit beeld. Het Design Thinking-proces is hier een themaonderzoek, waarbij het wenselijk is om helemaal los te komen van het probleem. Voor de betrokken ambtenaren die gewend zijn hun houvast te hebben bij de inhoud van het vraagstuk en de kennis van het proces, voelde dit soms wel wat ongemakkelijk.

Ze werden in deze fase bovendien niet meer aangesproken als vakprofessional, maar als mens: waar heb jij in jouw leven met deze thema’s te maken gehad?

Het gevoelde ongemak hoort erbij, er is zelfs een officiële naam voor: de Groan zone. Het moment dat men begint te steunen: ‘Wat zijn we aan het doen, waar gaat het heen en waarom zijn we hieraan begonnen?’ Maar zie: op het moment dat we midden in de Groan zone zitten, is daar ineens de doorbraak en ontstaan er nieuwe invalshoeken waarvan alle betrokkenen direct de potentie voelen.



Dieperliggende thema's

Tijdens de vorige fase, het empathisch onderzoek, hebben we veel verhalen opgehaald van heel verschillende mensen. Mensen die we bovendien normaal gesproken niet zo snel horen als het gaat om klimaatverandering en extreem weer. Zij gaven ons een inkijkje in hun levens. Alle verhalen samen maakten ons bewust van de dieperliggende menselijke thema's die spelen rond de voorbereiding op extreem weer. Denk hierbij aan onderwerpen als veiligheid, vrijheid, autonomie, meedoen en avontuur. Maar we kwamen ook thema's als machteloosheid, maakbaarheid en de wens om het te begrijpen tegen.

Iedereen heeft weleens met dergelijke thema's in zijn leven te maken, al was het in een andere context. Om de thema's goed te begrijpen, laten we ons door die ervaringen inspireren.

Het thema-onderzoek is een van de abstractere stappen van het Design Thinking-proces. Het is een fase van clusteren, ordenen en herschikken, net zo lang tot er een aantal clusters ontstaat van samenhangende thema's.



THIJS WITJES, PROVINCIE NOORD-BRABANT

'Het was smullen om als ambtenaar van de provincie Noord-Brabant met Design Thinking in de huid te mogen kruipen van bewoners. Nieuwe invalshoeken zorgen voor een betekenisvolle verbinding met de samenleving én laten zien hoe het ook anders kan. Deze verfrissende aanpak is zeer welkom om uitvoering te gaan geven aan de omgevingswet en voor omgevingskwaliteit te zorgen die het begrip definieert.'



Nieuwe invalshoeken

De clustering van thema's leidde tot nieuwe invalshoeken voor de samenwerking tussen overheden en bewoners in de voorbereiding op extreem weer.

Deze vier invalshoeken zijn niet de gebruikelijke invalshoeken die we hanteren als we bewoners bij de voorbereiding op extreem weer proberen te betrekken. Dat alleen al maakt ze beloftevol: we zijn immers niet op zoek naar meer van hetzelfde. Maar werken deze invalshoeken ook? Het is nog te vroeg om in deze fase van het Design Thinking-proces daarover een duidelijke uitspraak te doen. Dat vraagt eerst om enkele experimenten. Daarover lees je in fase 3 meer.

Vier nieuwe invalshoeken



Omdat het leuk/ belangrijk is

Op het moment dat het voorbereiden op extreem weer aansluit bij datgene wat mensen in het dagelijks leven toch al leuk of belangrijk vinden, is de kans groter dat ze ermee aan de gang gaan.



Benut lokale kennis

De lokale ruimtelijke, en vooral ook sociale context, bepalen voor een groot deel de slagingskans van een uit te voeren idee. En niemand weet meer over de lokale situatie dan bewoners. Door bewoners aan te spreken op hun deskundigheid, voelen zij zich uitgenodigd na te denken over wat en onder welke voorwaarden kan werken.



Club Weerbaar en Kwetsbaar

Zelfhulpgroepen zijn van alle tijden. Kunnen we een proces faciliteren waardoor er binnen een gemeenschap mensen opstaan om anderen te helpen de weerbaarheid tegen extreem weer te vergroten of de kwetsbaarheid te verkleinen?



Maak het makkelijk

De meeste mensen zijn niet tegen het voorbereiden op extreem weer. Ze geven er alleen geen prioriteit aan, omdat ze simpelweg belangrijkere zaken te doen hebben. Hoe kunnen we het zo gemakkelijk maken, dat ze zich toch op extreem weer voorbereiden?

'UIT DE VERHALEN VAN MENSEN ONTDEKTEN
WE DIEPERLIGGENDE THEMA'S DIE LEIDEN
TOT NIEUWE INVALSHOEKEN VOOR OMGAAN
MET EXTREEM WEER'



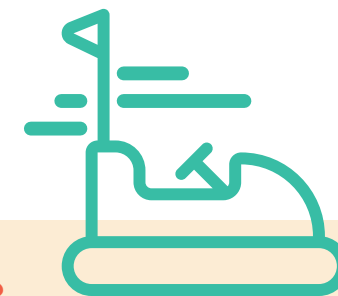
Fase 3: Testen van nieuwe concepten



Omdat het leuk/belangrijk is, 'Maak het makkelijk', 'Benut lokale kennis' en 'Club Weerbaar en Kwetsbaar'. Dit zijn de vier nieuwe invalshoeken uit fase 2 om bewoners te betrekken en te activeren bij het voorbereiden op extreem weer. De invalshoeken voelen kansrijk, maar we moeten onderzoeken of ze echt werken.

Daarvoor zijn binnen vijf gemeenten zeer uiteenlopende projecten gestart. Aan ieder casusgebied zijn designers gekoppeld. Zij ontwikkelden en testten een of meer concepten, passend binnen de specifieke invalshoek. De designers werkten hierbij nauw samen met ambtenaren van de betreffende gemeente. Ook waren ambtenaren van de waterschappen en de provincies betrokken.

Dit proces van het ontwikkelen en testen van concepten noemen we *prototyping*. De doelstelling van deze stap is tweeledig. Je test hiermee de invalshoeken. En je wil met de ontwikkelde concepten in lokale situaties ook daadwerkelijk resultaat boeken in de voorbereiding op extreem weer.



Wat is een prototype?

Het lastige van innovatie is dat je vooraf niet weet of de uitwerking van een nieuw idee gaat werken. Je wilt voorkomen dat alles, waarvan nog niet bekend is of het werkt, wordt afgeschoten. Tegelijkertijd wil je ook niet dat je te veel investeert in een idee dat niet werkend te krijgen is. Het is daarom wenselijk zo snel en eenvoudig mogelijk te achterhalen of een idee kans van slagen heeft, of dat er nog aanpassingen nodig zijn. Het proces van prototyping helpt daarbij.

Voor prototyping is het allereerst nodig om de belangrijkste onzekerheden rond je idee te definiëren. Van welke onderdelen van je concept heb je nog onvoldoende beeld of het gaat werken? Dat kan bijvoorbeeld technisch, financieel, politiek, of praktisch van aard zijn. Voor de belangrijkste onzekerheden bedenk je een zo'n klein mogelijke test. De testresultaten leiden tot een verbetering van het concept (of tot het tijdige inzicht dat het uit te voeren idee niet haalbaar is).

Het is hierbij goed om op te merken dat een risico (een bekend, maar ongewenst effect) wat anders is dan een onzekerheid (een onbekend effect). Publieke organisaties benaderen onzekerheden nogal eens als een risico. Maar waar je risico's probeert te beheersen, wil je onzekerheid reduceren door er iets over te leren. Een subtiel maar fundamenteel verschil dus!



In Boxmeer maken we het de bewoners graag gemakkelijk



Boxmeer realiseert aan de Steenstraat een binnenstedelijk nieuwbouwproject. Bij nieuwbouwprojecten is het een bekend fenomeen dat de tuin zowel in de begroting als de planning een sluitpost is. Als het huis klaar is, zijn er ondertussen vaak al onderhoudsarme tegels in de tuin gelegd.

Designers Sjaak Langenberg en Rosé de Beer ontwikkelden drie concepten vanuit de invalshoek “maak het makkelijk”: De Kwekerij, Tuinzorg en Het Tuinbesluit.



De Kwekerij

Het concept

Zijn mensen te verleiden om in een voor hen hectische tijd te kiezen voor een groenere tuin met minder tegels, zodat water beter in de bodem kan wegzakken? Om dat te onderzoeken, is een groene ontmoetingsplek gecreëerd te midden van de bouwplaats op de Steenstraat: inspiratietuin De Kwekerij.

Bewoners konden tijdens de bouwfase in De Kwekerij terecht om even rustig te zitten, terwijl verderop hun huis werd gebouwd. De nieuwe bewoners konden planten uit De Kwekerij adopteren. Zo zagen zij niet alleen de bouw van hun huis vorderen, maar ook hun toekomstige tuinplanten groeien. Verwacht werd dat tegen de tijd dat de huizen werden opgeleverd de bewoners zo aan het groen gehecht zijn, dat ze het een kleine moeite vinden om de planten naar de eigen tuin te verkassen.

De uitvoering

Er is een Kwekerij aangelegd van zo'n 25 m². Vanaf het moment dat met de aanleg van de Kwekerij werd begonnen, werd de Kwekerij een ontmoetingsplek. Binnen een week begonnen de nieuwe bewoners planten, struiken en bomen te adopteren, om ze later een plekje te geven in hun eigen tuin.



Resultaten en inzichten

- In het project werd samengewerkt met een lokale hovenier, twee tuinentra en de ontwerper van het groeninrichtingsplan van de wijk. Het aangaan van zo'n coalitie helpt niet alleen om de kosten te beperken. Je krijgt ook expertise tot je beschikking over de aanleg en het beheer van een Kwekerij en alvast een advies over kansrijke beplanting qua jaarperiode en “tuintrends”.

'ER IS BEWUST NIET
GESPROKEN OVER KLIMAAT
OF EXTREEM WEER'



De Kwekerij

Resultaten en inzichten

- De Kwekerij is gerealiseerd in de openbare ruimte op grond van de gemeente. Goede afstemming met de aannemer is echter wel belangrijk. Zij hebben de ruimte vaak nodig en zijn, om begrijpelijke redenen, zeer terughoudend met het toelaten van mensen op het bouwterrein. Door de Kwekerij op te nemen in het bestek, kan de aannemer nadenken over de vraag hoe (in plaats van of) een en ander aantrekkelijk en veilig te realiseren is.
- De Kwekerij deed al snel dienst als ontmoetingsplek. Ook trok De Kwekerij buurtbewoners aan die daar al woonden. Zij picknickten en barbecueden er en kwamen zo ook in contact met het project. Bewoners van een nabijgelegen huis voor mensen met een verstandelijke beperking gaven de planten water en leerden zo ook hun nieuwe burens kennen.
- Het feit dat mensen planten adopteren voor in hun tuin draagt bij aan de doelstellingen die horen bij ruimtelijke adaptatie. In het project is echter bewust niet gesproken over klimaat of extreem weer, maar is onderzocht of mensen bereid waren na te denken over de inrichting van de tuin op het moment dat normaal gesproken alle aandacht uitgaat naar de bouw van het huis en het interieur. Dat was het geval.
- De gemeente zou in dit stadium van de bouw uit beeld zijn geweest. Door de Kwekerij bleven ze in contact met bewoners om het gesprek aan te gaan over groene tuinen.
- De gemeente Boxmeer is van plan dit project op grotere schaal te herhalen bij nieuwbouwprojecten en renovatie of herontwikkeling van huizen. De insteek is om het, daar waar dat kan, mee te nemen in het contract met de aannemer of in het bestek.

Tuinzorg

Het concept

Kun je drukke mensen verleiden een groene tuin te nemen als het onderhoud weinig tijd kost? Om dat te onderzoeken, is een nieuwe dienst ontwikkeld die drukke bewoners ontzorgt: Tuinzorg. Lekker loungen in een onderhoudsarme tuin, dat is voor velen het ideaal. Helaas betekent onderhoudsarm vaak dat de tuin wordt betegeld. Dat is een probleem bij extreem weer, want het wordt extra heet in de tuin. En als het hard regent, kan het water niet weg of geeft dat elders overlast.

Tuinzorg is een sociale en betaalbare hoveniersdienst die wordt gerund door senioren. Zij hebben - als generatie van voor de loungebank - vaak veel kennis over en plezier in tuinieren. Tuinzorg maakt een verbinding tussen ouderen die op zoek zijn naar een zinvolle dagbestedingsactiviteit in het groen en mensen die geen zin of tijd hebben hun tuin te onderhouden. Zo zitten de ouderen niet achter de geraniums en worden de tuinen groener. Niet onderhoudsarm, maar onderhoudsrijk, want het sociale contact is een mooi extraatje.

De uitvoering

Anders dan bij de Kwekerij, is het concept van Tuinzorg wat lastiger in een korte doorlooptijd te testen. Als je zo'n concept start, ga je ook een verantwoordelijkheid aan met de betrokkenen. Deze verantwoordelijkheid kon gezien de doorlooptijd van het project niet worden waargemaakt.

Daarom is besloten op een vertellende manier het concept te testen. De designers visualiseerden het concept in een flyer, op een manier dat het voelde alsof de dienst al bestond. Deze is voor reflectie aan een aantal partijen voorgelegd.



Resultaten en inzichten

- Ook door een simpel prototype als een flyer komen al belangrijke inzichten naar voren.
- Het opzetten van een dienstverlening zoals Tuinzorg vraagt om community-building. Je moet je er als initiatiefnemer, in dit geval de gemeente (of een welzijnsorganisatie), gedurende een langere periode aan durven te verbinden. Het betrekken van maatschappelijke partners, zoals een seniorenvereniging, lijkt een pré.
- Timing is belangrijk. Het activeren van een netwerk moet gebeuren in een periode kort voorafgaand aan het tuinseizoen, zodat tussen activering en in actie komen weinig tijd zit.
- Alhoewel “senioren” de doelgroep zijn, werkt het contraproductief om deze groep onder die noemer aan te spreken. Je bereikt ze sneller als niet leeftijd, maar interesse in tuinen het verbindende element is.



Het Tuinbesluit

Het concept

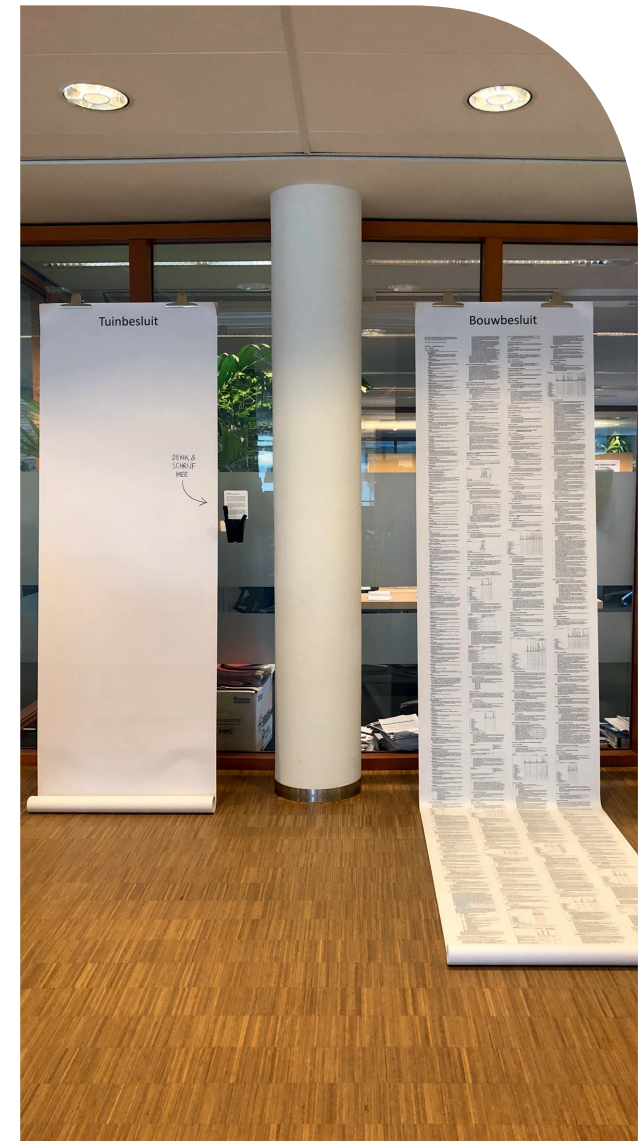
Veel mensen willen best een tuin die op extreem weer is voorbereid, maar hoe doe je het goed? Zou de overheid het makkelijker kunnen maken door het goede voor te schrijven? In het Bouwbesluit staan veel regels voor de bouw van energiezuinige woningen. Daar hoef je dus niet meer over na te denken, want het wordt voorgeschreven.

Maar waarom is er eigenlijk geen Tuinbesluit? Met de ambtenaren van de gemeente Boxmeer werd nagedacht over een Tuinbesluit en welke elementen je hierin kunt opnemen.

De uitvoering

Het volledige bouwbesluit werd uitgeprint op een rol van 4 meter en opgehangen in de kantine naast een volledig lege rol voor het Tuinbesluit. Door de medewerkers te confronteren met dit contrast werden zij uitgedaagd om op de rol ernaast voorstellen te doen voor het Tuinbesluit. Ook werd een workshop gehouden om ideeën te genereren die een plek konden krijgen in een Tuinbesluit.

Verwacht werd dat de ambtenaren met hele operationele voorstellen zouden komen. Bijvoorbeeld dat er een limiet werd gesteld aan het aantal tegels dat je mag leggen, uitgedrukt in een percentage van de totale tuinoppervlakte. Tijdens een workshop bleek echter dat het draagvlak voor een Tuinbesluit onder ambtenaren zeer beperkt was vanwege weerstand tegen meer regels. Door die weerstand ontstonden meer strategische ideeën. Zoals bijvoorbeeld een andere vormgeving van de grens tussen openbaar en privé. Stel dat de gemeente hier zelf een groene grensafscheiding realiseert voordat de bewoners hun huis betrekken? Dat voorkomt waarschijnlijk dat de bewoners een schutting of een muurtje neerzetten op de erfgrans.





MANDY VAN KOUWEN, WATERSCHAP AA EN MAAS

‘De pop-up tuin in Steenstraat-Zuid bleek, ondanks het kleine formaat, een groot succes. Door tijdens de opleveringsperiode in de wijk aanwezig te zijn en groen aan te bieden, bereik je veel nieuwe bewoners. Waar wij overheden soms wat afwachtend zijn, gingen de designers meteen aan de slag.’



Resultaten en inzichten

De vorm van een Besluit leidde tot ambtelijke weerstand. Zij bleken niet te zitten wachten op nog meer regels. Het idee dat een verplichting ook gezien kan worden als ontzorgen, bleek niet goed over het voetlicht te brengen. Toch willen we het kind niet met het badwater weggooien. We zien nog kansen door er geen Besluit maar een Handreiking van te maken. Het karakter is dan minder dwingend. Het wordt een uitnodiging om het goede te doen.

Dit experiment vindt echter niet meer in het kader van dit project plaats.



NICOLETTE PETERS, GEMEENTE BOXMEER

‘Twee jaar geleden werd ik gevraagd of ik wilde deelnemen aan dit project design thinking voor ruimtelijke adaptatie. Ik had nog nooit van design thinking gehoord, maar na de eerste bijeenkomst was ik al meteen heel enthousiast. Ik hoor mijzelf nog tegen mijn leidinggevende zeggen ‘ik heb geen idee wat het gaat opleveren of wat er uit komt, maar ik weet zeker dat het iets gaat opleveren en dat ik hier veel van ga leren!’.

En dat heeft het zeker gedaan.

Het samenwerken met social designers geeft mooie en verfrissende nieuwe inzichten en ervaringen en is ook gewoon heel erg leuk! Vooral het besef dat zo ontzettend belangrijk is om in de belevingswereld van inwoners, ondernemers en projectontwikkelaars te kruipen is mijn grootste winst van deelname aan dit proces. Als je daar meer inzicht in hebt opent het zoveel nieuwe deuren!’



In Breda gebruiken we lokale kennis



De wijk Fellenoord in Breda wordt aangemerkt als een kwetsbare wijk. Sociale problemen dreigen op te stapelen, officiële instanties worden het liefst buiten de deur gehouden en veel huizen ogen gesloten. Initiatieven van de gemeente om de openbare ruimte in de buurt te vergroenen, leiden hoofdzakelijk tot afwijzing – als bewoners er al op reageren. Vergroening van tuinen was nog helemaal niet aan de orde.

De social designers van Muzus kregen de opdracht om vanuit de invalshoek “benut de lokale kennis” beweging te creëren in Fellenoord. De gedachte is dat de fysieke lokale situatie in combinatie met de sociale ongeschreven regels maken dat een initiatief kansrijk is - of niet. Zij ontwikkelden en testten twee concepten. De Plantenbingo was een vorm om met de buurt in gesprek te komen en met de Vroetels werd met de buurt een ontwerpproces gestart.



Plantenbingo

Het concept

De Plantenbingo is een ontwapenende manier om overheid en bewoners met elkaar in gesprek te brengen. Gehuld in glitterpak en voorzien van een bingomolen uit het lokale buurtcentrum vroegen de designers aan bewoners of zij een wens hadden voor hun buurtgenoten. Zo ontdekten designers de behoeften van bewoners voor hun buurt.

De uitvoering

De bingomolen bepaalde naar welk huisnummer de wens van een medebewoner, voorzien van een plantje voor in de tuin, werd gebracht. De Plantenbingo liet zo een groen spoor achter in de wijk. Bovendien kregen we door het grote aantal gesprekken gevoel bij wat er leeft in de buurt en wat bewoners belangrijk vinden.

'DOOR DE ONTWAPENENDE GESPREKSVORM
ONTSTOND GEVOEL BIJ WAT BEWONERS
BELANGRIJK VINDEN'



Plantenbingo

Resultaten en inzichten

- Eén van de belangrijkste inzichten was dat de kinderen belangrijk zijn in de wijk. Zo gingen deuren letterlijk open als buurtkinderen zich bij de bingomolen voegden. Ook bleek dat initiatieven in de wijk die samen met kinderen zijn uitgevoerd, zoals een wandschildering door kinderen, niet worden verwijderd.
- Wat er speelt in de buurt, meet de gemeente vaak af aan parameters, zoals schooluitval, het beroep op uitkeringen en criminaliteit. Dat zegt echter weinig over de structuur en de binding in de wijk. Door de plantenbingo, ontdekten we samenhang in de wijk, hoe de onderlinge binding tussen de bewoners is en hoe de sociale structuur eruitziet. Dit hielp om bijvoorbeeld beter te begrijpen hoe nieuwtjes zich door de wijk verspreiden.



De Vroetels

Het concept

De gedachte is om de buurt via de kinderen aan te zetten tot actie en op die manier de buurt minder kwetsbaar te maken voor hevige regenval en extreme hitte. Daarvoor zijn de Vroetels ontwikkeld.

De Vroetels zijn kleine fantasiebeestjes met grote neuzen, die onder de grond leven. In het versteende Fellenoord ruiken ze onraad. Wat is er aan de hand?

De Vroetels laten de kinderen uitvindingen knutselen om te kunnen onderzoeken wat er boven de grond gebeurt. Met hun spel dagen de Vroetels kinderen uit om de ideale straat te bedenken. Gewapend met krijt, bellen kinderen aan bij bewoners en schetsen ze samen hoe Vroetels het bóven de grond willen hebben. Op deze manier worden oplossingen voor extreem weer bespreekbaar in de wijk.

De Vroetels vertellen een verhaal in begrijpelijke taal, het is beeldend en mensen, in dit geval kinderen, uit de wijk nemen het voortouw.



De uitvoering

De Vroetels nemen bewoners mee in vier stappen. Bij elke stap hoort een verhaal en een activiteit met de kinderen uit de wijk. Tijdens een bijeenkomst in het buurtcentrum hoorden de kinderen voor het eerst over de Vroetels. Ze werden zich bewust van het leven dat zich onder hun voeten afspeelt.

In de tweede bijeenkomst ontdekten kinderen de Vroetelvoorwaarden: voorwaarden waaraan een gezonde bodem moet voldoen. Kinderen leren het verband zien tussen bodemkwaliteit en extreem weer.

De derde bijeenkomst vroegen de Vroetels hulp aan de mensenwereld om boven de grond dingen te veranderen. Kinderen gingen in teams de deuren langs om bewoners over te halen om mee te doen aan de vroetelpetitie. Meedoen aan de vroetelpetitie hield in dat de bewoners een markering kregen op tegels voor de deur en/of de tuin die eruit mochten en plaats mochten maken voor een plant. Bewoners die geïnteresseerd waren, ontvingen informatie over de volgende stap in het proces (omvroetelen). De markeringen werden gemaakt door kinderen met stoepkrijtspray en sjablonen. Het boevige van het spuiten sprak aan en paste bij de wijk.

Na dit buurtbezoek komen de kinderen nog één keer terug, met een kar vol planten. Dat moet nog gebeuren. Hierbij worden aangewezen stoeptegels ingewisseld voor planten. Dit proces is Omvroetelen gedoopt. Om praktische redenen is dit wat langer blijven liggen dan gehoopt. De gemeente wil deze actie nu op korte termijn uitvoeren.



'WE ONTDEKTE WAAR DE LOKALE ONDERSTEUNINGSBEHOEFTE ZIT'

Resultaten en inzichten

- Ook in wijken waar de bewoners te boek staan als moeilijk bereikbaar, is het mogelijk om mensen aan te zetten tot het voorbereiden op extreem weer. Er is in dit geval gekozen voor een ietwat omfloerste aanpak: niet het belang van ruimtelijke adaptatie proberen te verkopen, maar een educatief project starten, dat leidt tot een met kinderen ontwikkeld verhaal.
- Het helpt om zoveel mogelijk aan te sluiten bij sociale structuren die er al zijn, zoals een knutselmiddag in het wijkcentrum.
- Sommige mensen houden echt niet van groen. Andere mensen vinden groen alleen interessant als het ander nut heeft, bijvoorbeeld omdat er vlinders op af komen.
- Het doel van deze invalshoek was om te onderzoeken of we lokale kennis konden gebruiken. Het grondig testen van deze invalshoek bleek in deze casus lastig. Erg veel energie ging zitten in het überhaupt bereiken van de mensen.



VINCENT KUIPHUIS EN INGEBORG HOEVENAARS, GEMEENTE BREDA

'We hadden geen ervaring met het inzetten van social designers en waren dan ook zeer benieuwd naar de uitkomst. De concepten van Plantenbingo en Vroetels zijn zeer positief ontvangen, zowel bij ons als bij collega's en partners. We hebben ons positief verbaasd dat de designers zich in zo'n korte tijd zo goed verdiept hebben in wat leeft bij de bewoners. Dat hadden ze omschreven in een prachtig stukje proza. Het werken met de designer geeft veel energie en je wordt er vrolijk van. De bewoners zijn moeilijk benaderbaar maar hebben nu gezamenlijk meer groen aangevraagd. Precies wat we willen!'



Resultaten en inzichten

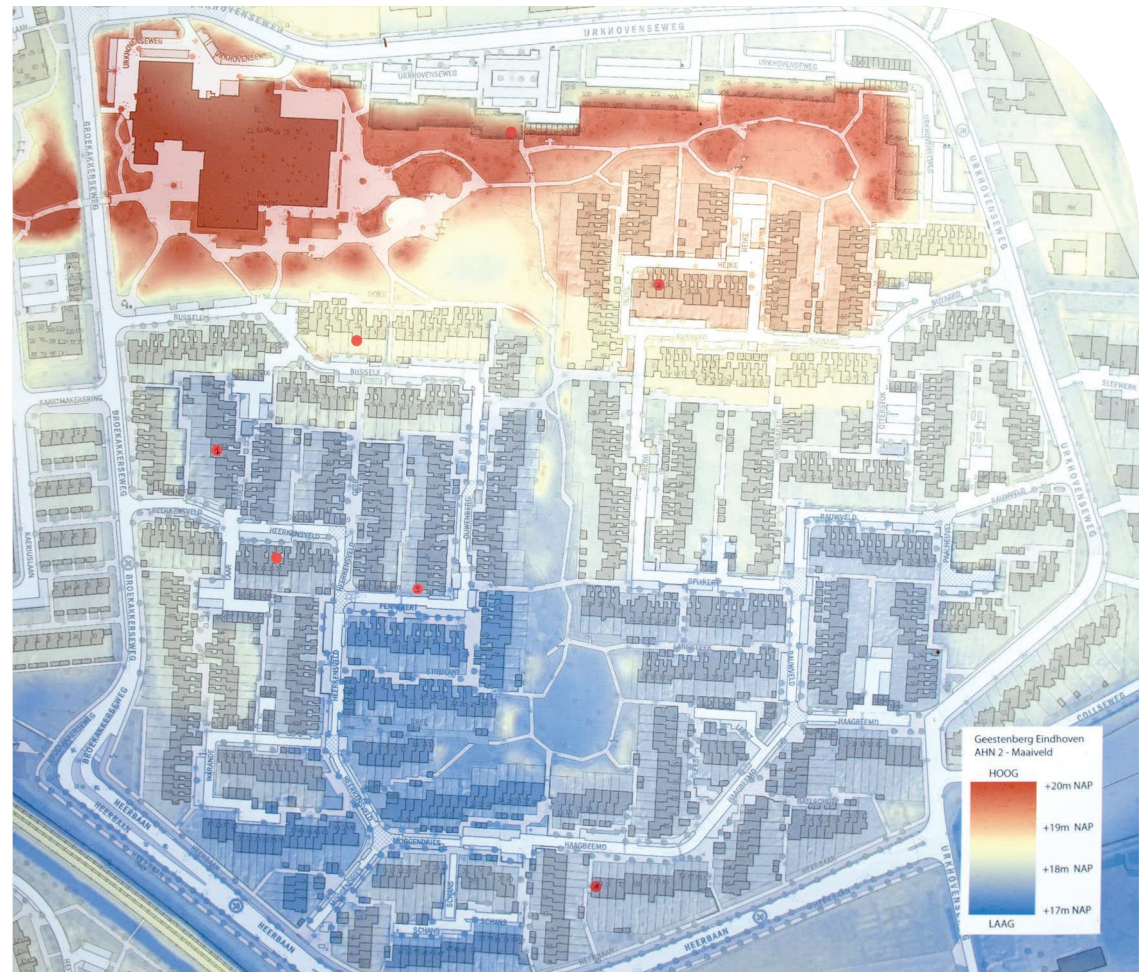
- Toch is met deze aanpak wel een belangrijk inzicht opgedaan. Namelijk niet waar de lokale expertise, maar waar de lokale ondersteuningsbehoefte zit.
- Bij de gemeente was het al mogelijk om een waardebon van het tuincentrum te ontvangen. Gaandeweg het project ontstond het besef dat de vergroening niet op die manier tot stand kwam. Ook bij het verwijderen en afvoeren van tegels, het selecteren van het juiste groen en het beheer en onderhoud (op termijn) is assistentie nodig. Door dat inzicht kan de gemeente veel meer een maatwerkoplossing bieden aan de bewoners.
- Er is nu beweging in de wijk. Mensen vragen om geveltuintjes bij de gemeente. Het blijkt echter lastig om snel gehoor te geven aan de wensen van de bewoners. Daarom is het belangrijk bij de start van dit soort projecten te bedenken wat je als overheid mogelijk in beweging zet. Als het project een succes wordt, moet je er als gemeente snel een vervolg aan geven.

Eindhoven doet mee omdat het leuk is



De wijk Geestenberg is een rustige woonwijk in het oosten van Eindhoven. Een jaren zeventig wijk, die zich kenmerkt door een wat in zichzelf gekeerd stedenbouwkundig karakter en veel verharding. Het noordelijke deel van de wijk ligt wat hoger dan het zuidelijke deel, zoals te zien op de hoogtekaart hiernaast. Hierdoor ontstaan er vooral in het zuidelijke deel bij hevige regenval problemen.

Ontwerpers Hugo Schuitemaker en Wouter Corvers kregen de opdracht om bewoners te betrekken bij de voorbereiding op extreem weer vanuit de invalshoek: “omdat het leuk is”. In andere woorden: waarmee zijn de bewoners op dagelijkse basis enthousiast bezig en hoe kan het voorbereiden op extreem weer dat enthousiasme vergroten?



Real Life Fortnite

'IN DEZE VARIANT VAN FORTNITE
VOEGDEN WE OPDRACHTEN TOE
OVER EXTREEM WEER'

Het concept

Jongeren zijn over het algemeen een lastig te bereiken doelgroep. Ze zijn (begrijpelijk) vooral bezig met het hier en nu, en meer met elkaar dan met de wereld. In de wijk Geestenberg in Eindhoven wordt weinig buiten gespeeld, maar wel veel gegamed. Daarom ontstond het idee om het populaire spel Fortnite buiten te spelen en er elementen aan toe te voegen die helpen om je voor te bereiden op extreem weer.

Fortnite Battle Royale is een schietspel dat je kunt winnen door als laatste over te blijven. Om het ingewikkelder te maken, wordt het speelveld gedurende het spel kleiner, waardoor verstoppertje kansloos wordt. In deze Real Life-versie van het spel is een zogenoemd “Afterlife” toegevoegd. Als je bent geraakt, kom je in het Afterlife terecht. Een plek waar je niet meer aan het spel meedoet, maar wel de kans krijgt om, tot de finaleronde begint, terug te keren in het spel. Dat doe je door een opdracht uit te voeren. Het aardige van deze variant van Fortnite is dat die opdrachten verrassend zijn en onbeperkt qua vorm – je kunt er dus opdrachten invoegen die te maken hebben met extreem weer.

De uitvoering

Een eerste test met waterpistolen leverde al snel het inzicht op dat de spelregels moeilijk te handhaven waren. Wie werd er nou het eerst geraakt? Bovendien is slecht weer meestal een beperkende factor om het spel te spelen. In de tweede versie werden de waterpistolen vervangen door de camera's van mobieltjes. Met een camera kun je tenslotte ook iemand “schieten”.

Wanneer je iemand hebt geschoten, wordt het bewijs via WhatsApp gestuurd aan de moderator, die bepaalt of een speler geraakt is en naar de “Afterlife” moet. In Afterlife krijgen spelers opdrachten waarmee ze weer een plaats in het spel kunnen verdienen. Bovendien bepaalt de moderator wanneer het speelveld wordt verkleind.



De Grazende Auto's

Resultaten en inzichten

- Het werven van deelnemers ging heel persoonlijk, op buurtbijeenkomsten. Dit bleek beter te werken dan met flyers.
- Jongeren bleken vaak geen telefoon met mobiel internet te hebben. Maar dat probleem loste zichzelf op doordat volwassenen met de kinderen gingen meespelen. Men had zin in een spelletje en de bewoners deden ook hun best om er wat van te maken.
- De opdrachten in het “Afterlife” kunnen behoorlijk toegepast zijn. Vind een afgekoppelde regenpijp, maak een foto van de laagstgelegen straat (met verstrekking van een hoogtekaart). In de evaluatie, een nazit met prijsuitreiking, kan er op de opdrachten worden teruggekomen.
- Real Life Fortnite is nu eenmaal gespeeld en het werkt, maar kan verder worden ontwikkeld. Een aantal van de handelingen die de moderator moet verrichten zou geautomatiseerd kunnen worden. Hierdoor is er minder kans op fouten en blijft de vaart erin zitten.

Het concept

De mens is gek op zijn auto. We noemen het niet voor niks “de heilige koe”. Maar de auto eist verharde buitenruimte en dat is nou net niet handig als je te maken hebt met hevige neerslag. Het water kan dan niet wegzakken in de bodem en loopt in kelders en keukens. Je verruult dus liever verharding voor groene bestrating dat water opslaat en doorlaat.

Geparkeerde auto's maken het beheer van groene bestrating echter moeilijk. Daarom ontwikkelden de designers het concept van de grazende auto's. Door groene verharding aan te leggen die onderhouden wordt door de eigenaars van de auto's. Om mensen te verleiden hun auto te veranderen in een grazende auto, onderzochten we de spelregel: “beheren is parkeren”. De vraag is of mensen die een groene parkeerplaats beheren ook door andere buurtbewoners wordt gegund dat zij alleen daar mogen parkeren. Mensen met een “grazende auto” hebben daardoor meer kans op een “vaste” parkeerplek dicht bij huis. Daarnaast gaat het verrommeling van de openbare ruimte tegen doordat er meer binding is met de omgeving.



De uitvoering

Het concept van de Grazende Auto's raakt aan de ongeschreven wijkregels: "zo doen wij dat hier". En ook aan een welhaast overgereguleerd overheidsdomein: parkeren. Al snel waren er een paar mensen die openstonden voor een experiment in hun buurt.

Maar het creëren van de ruimte voor experimenteren met parkeren bleek binnen de gemeente te lastig. Er moest een uitgebreide beheertoets worden uitgevoerd, en dit concept paste daar niet zo lekker in. Uiteindelijk bleek het niet mogelijk om binnen de looptijd van dit project een experiment uit te voeren.

Resultaten en inzichten

- De denktrant is interessant: veel van de verharding is er voor auto's en je kan de verantwoordelijkheid voor de afwatering van die plekken deels bij de bewoners proberen te beleggen. Maar het is ook een idee met veel onzekerheden. Hoe wordt er sociaal op gereageerd? - je creëert privileges - is het praktisch, technisch en economisch uitvoerbaar? Dat wil je het liefst testen op een zo'n klein mogelijke schaal. Daarvoor is experimenteerruimte nodig en die zit over het algemeen niet in bestaande toetsingsprocedures, zoals een beheertoets.
- Door aan alle regels te voldoen, gaat een experiment met één parkeerplaats vele duizenden euro's kosten – dat is niet wenselijk. Het was daarom wellicht beter geweest om voorafgaand aan het experiment een vrije ruimte met elkaar af te spreken voor een gecontroleerd experiment en pas daarna te kijken hoe de uitkomsten daarvan breder toepasbaar zijn. Nu moesten mogelijke uitkomsten al vooraf vertaald worden naar een brede invoering.



URSULA GERRITSEN, GEMEENTE EINDHOVEN

'De kracht van Design Thinking zit 'm in de benadering. Van mens tot mens, in alle eerlijkheid en openheid het gesprek willen voeren. Expertise en creativiteit inzetten voor een probleem van de ander. De social designers komen vervolgens met ideeën die aanhaken bij de belevingswereld van bewoners, of gewoon leuk zijn om te doen. Geweldig! Mensen worden vanzelf uitgenodigd om mee te praten over belangrijke onderwerpen als klimaatadaptatie. Met een directe link naar de eigen woonomgeving.'



**'EXPERIMENTEERRUIMTE
IS NODIG OM OP KLEINE
SCHAAL TE KUNNEN
TESTEN'**

Waterweg

Het concept

Generaties kinderen vermaken zich met stoepkrijt. Dat is waarschijnlijk de enige maatschappelijk aanvaardbare vorm van “graffiti”. In de wetenschap dat Nederland vlak is, maar niet waterpas, ontwikkelden de designers de Waterweg.

Een erg simpel instrument waarmee je op stoeptegelniveau duidelijk maakt wat de stroomrichting van water is, waarna je daar met elkaar over praat: wat vinden we ervan en wat doen we ermee?.

De uitvoering

De designers voerden een aantal experimenten uit. Zo gebruikten ze op een buurtfeest de zogenoemde Waterweg-tool. Snapten de mensen hoe de waterpas en de pijl werkten? Hoe vonden ze het om een stroomrichtingspatroon zichtbaar te maken? Die test leverde nog een paar kleine aanpassingen op.

Daarna herhaalden ze het experiment met enkele scholen. Op een schoolplein tekenden kinderen onder begeleiding van de designers het stroomrichtingspatroon en groeven ze op de laagste punten een putje uit waar het water kan wegzakken. Het putje kon op verschillende manieren worden afgewerkt, met een doorlatende tegel of een groene plant. Hetzelfde gebeurde op een plek in de wijk. Deze experimenten leidden tot een uitgewerkte workshop met alle instructies en benodigdheden die andere partijen nu gaan gebruiken.



Resultaten en inzichten

- De Waterweg-tool, inclusief workshop, heeft een hanteerbare schaal. Er is vanwege de kleinschaligheid geen beheertoets of clickmelding voor nodig en kan dus snel en laagdrempelig worden uitgevoerd. Een koppeling met de herinrichting van groene schoolpleinen (waarvan er in Brabant de komende jaren honderden worden gerealiseerd) ligt voor de hand.
- De workshop is heel educatief. Zelf onderzoeken, in workshopvorm, is een mooie manier om inzicht te vergroten en “putjes” vast te leggen. Uit het experiment kwam naar voren om niet alleen de pijlen te laten tekenen, maar ook juist het putje te laten graven. Dan werden ze echt nieuwsgierig naar of, en hoe snel het water de grond in kan.
- Veel van de kennis die in dit experiment is ontwikkeld, bestond al (zoals de hoogtekaarten). Maar door het gewoon met z’n allen te doen, gebeurt er iets. Het vernieuwende zit ‘m dan ook niet in de data, maar in het feit dat bewoners in hun eigen omgeving met waterstromen bezig zijn en daarmee hun kennis over eigen stoep, plein of tuin vergroten.



In Oudenbosch ontwerpen we samen omdat het belangrijk is



Het is lang niet altijd makkelijk om bewoners bij gemeentelijk beleid te betrekken. Soms zijn ze het vertrouwen in de overheid kwijt, of hebben ze andere zaken aan het hoofd. Toch willen ze wel degelijk bij hun eigen omgeving betrokken zijn.

In Oudenbosch (gemeente Halderberge) ligt een oud, groot en verwaarloosd stenen plein, dat nauwelijks wordt gebruikt. Die verharding is zeer ongewenst, omdat er bij hevige neerslag problemen ontstaan met wateroverlast aan de randen van de wijk. Toch valt het nog niet mee om het plein een rol te laten spelen in de voorbereiding op extreem weer. Bewoners zijn kritisch op gemeentelijke plannen en reageerden dan ook negatief toen de gemeente de term “waterplein” liet vallen.



De Volkspolder

Het concept

Mensen zijn wel betrokken bij hun omgeving en uitten dat in zelforganisatie (buurtapps), het verlangen om zeggenschap over verandering te hebben en de eis dat er naar hen wordt geluisterd. Deze betrokkenheid is een kans. Ontwerper Hugo Schuitemaker bedacht daarop de Volkspolder. De Volkspolder biedt bewoners een denkkader en een proces om het plein opnieuw in te richten naar de behoeftes van de buurt, waarbij waterberging een van de elementen is. De buurt krijgt de mogelijkheid om het plein samen met de gemeente te ontwerpen, te beleven en te beheren. Daarvoor krijgt de Volkspolder een eigen bestuur.



De Volkspolder

De uitvoering

De ontwerper was op pad gestuurd met de invalshoek om vanuit zaken die collectief leuk worden gevonden in de wijk, in co-creatie een voorstel te maken voor de herinrichting van het plein. Waar deze invalshoek in Eindhoven goed werkte, bleek dat in Oudenbosch een stuk lastiger. In de openbare ruimte waren weinig sporen te vinden van collectieve hobby's of fascinaties. Ook interviews leverden weinig op.

Wat wel opviel: er was een grote betrokkenheid bij de buurt. In enkele gevallen vanuit de wij-tegen-de-gemeente-houding. Rust, veiligheid en autonomie waren belangrijke motivaties voor betrokkenheid bij de buurt. Besloten werd om vanuit die motivaties een proces te starten. Dus niet omdat het leuk is, maar omdat het aanhaakt bij wat buurtbewoners toch al belangrijk vinden.

De situatie waarin de gemeente met een voorstel komt, en de bewoners dit afkeuren, werd doorbroken door de invoering van enkele spelregels. Zo werd gestart met de collectieve aanvaarding van de ontwerpopdracht. Er werd gekozen voor een sociocratisch gesprek, waar iedereen volwaardig inzigt en alle stemmen tellen. Daarnaast werd gewerkt aan een consentbesluit. Daarbij is het niet de vraag of je voor of tegen bent, maar of je met het in gezamenlijkheid ontwikkelde besluit kunt leven.



De uitvoering

Ieder onderwerp werd besproken met de vraag: wat is je bezwaar? Hierdoor voorkom je een verliezende minderheid en het gebruik van veto's.

Er zijn vier workshops gehouden. In de eerste workshop is de ontwerpopdracht toegelicht, aangepast en aanvaard. De tweede workshop vertrok vanuit deze opdracht: ontwerp op basis van datgene wat belangrijk wordt gevonden in de wijk een nieuwe toekomst voor het plein, waarbij zowel het gebruik van het plein, de speelfunctie, als de waterbergende functie worden gecombineerd. Het vinden van een bestuursvorm maakt deel uit van dit ontwerp. De sessie eindigde niet, zoals gehoopt, met één ontwerp waarmee de groep tevreden was. Besloten werd om twee varianten verder uit te werken. Hiervan werden ter voorbereiding op de derde bijeenkomst maquettes gemaakt. Maquettes helpen geweldig om abstractie te verminderen. In de derde workshop zijn van beide varianten alle zorgen benoemd en zijn er gezamenlijke afspraken gemaakt om deze zorgen in het toekomstig beheer weg te nemen. In de vierde workshop kwamen de deelnemers door een reeks aanpassingen tot één ontwerp.

'MAQUETTES HELPEN GEWELDIG OM
DE ABSTRACTIE TE VERMINDEREN'

Resultaten en inzichten

- De bewoners en gemeente hebben afgesproken dat dit project losstaat van de echte toekomst van het plein. Alle zorgen over mogelijke toekomst en zijn in kaart gebracht en uitgesproken. Er is één open versie verkozen die volgens de aanwezige bewoners en gemeente het beste aan ieders wensen voldoet. Van deze versie bestaat een maquette. Het proces is door de groep geëvalueerd. Hieruit moet blijken welke projectdelen in een volgend gesprek over het plein opnieuw gebruikt kunnen worden.
- De ontwerper koos ervoor om huis aan huis te gaan en direct omwonenden persoonlijk uit te nodigen voor een eerste ontwerpessie. Hierdoor kwamen er veertien bewoners naar de bijeenkomst. Van bewoners uit de omliggende straten, die alleen een schriftelijke uitnodiging kregen, was niemand aanwezig.
- Het proces leidde tot betere communicatie en begrip tussen de gemeente en bewoners en bewoners onderling. De gemeente heeft haar nek uitgestoken met dit proces. Dat wordt gewaardeerd.



De Volkspolder

Resultaten en inzichten

- Eerdere pogingen om bewoners bij het maken van een pleinontwerp te betrekken, mislukten. Bewoners gaven daarbij alleen aan wat ze niet op het plein wilden zien. Dit was uiteindelijk na enige twijfel voor de gemeente reden om aan dit project mee te doen. Bij deze ronde waren mensen beleefd en luisterend, met respect voor elkaar. Deelnemers kunnen bij een vervolgtraject als ambassadeurs andere buurtgenoten aansporen toch deel te nemen. Ze moeten dan wel zelf hun opdracht onderschrijven en invloed hebben op de randvoorwaarden voor het ontwerp. Dat blijft dus een aandachtspunt voor het vervolg.
- Een collegebesluit was in dit geval nodig om ervoor te zorgen dat er voldoende bestuurlijk draagvlak was voor deze aanpak. De inrichting van het plein ligt politiek gevoelig.
- Dit proces bevatte vier workshops. Door al in de eerste bijeenkomst gezamenlijke uitgangspunten en spelregels af te spreken, was het moeilijk om in de tweede en derde bijeenkomst nieuwe mensen te laten instromen. (Dit in tegenstelling tot de werkvorm die gekozen is in Helden, zie volgende casus). Nieuwkomers vonden het lastig zich te houden aan uitgangspunten die zonder hen waren afgesproken.



JEANITA EMBREGTS EN ALBERT VERKOOIJEN, GEMEENTE HALDERBERGE

‘Design Thinking heeft ons betere communicatie met de bewoners gebracht en begrip voor de reden waarom bewoners iets niet willen. We weten nu dat het belangrijker is om aan mensen te vragen waarom ze iets niet willen, in plaats van ze te overtuigen waarom de gemeente iets wel wil. Angsten voor veranderingen kunnen worden weggenomen door gesprekken te voeren en afspraken te maken over de mogelijk gevolgen van de veranderingen.’



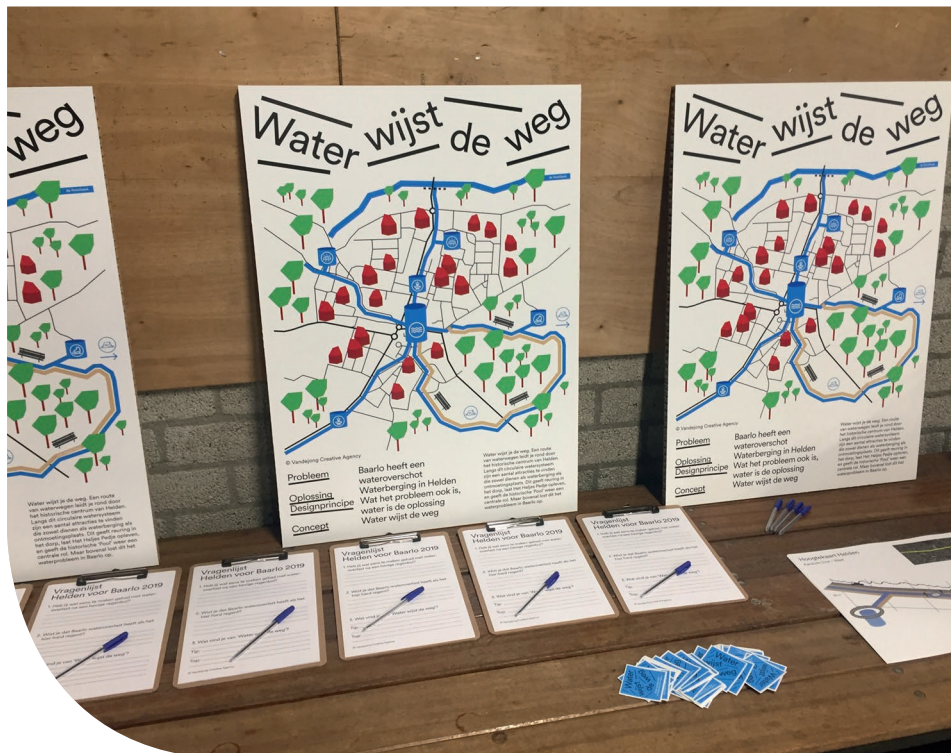
**'AANDACHTSPUNT VOOR HET VERVOLG
IS DAT BEWONERS INVLOED MOETEN
HOUDEN OP DE RANDVOORWAARDEN
VOOR HET ONTWERP'**

Club weerbaar en kwetsbaar: Helden en Baarlo helpen elkaar



De mensen die de grootste problemen ervaren met extreem weer -
wonend op het laagste punt van een wijk of stroomafwaarts aan een
beek - zijn niet altijd de mensen die het probleem kunnen oplossen.
Van dit scenario is sprake in de gemeente Peel en Maas.

Helden van Baarlo



Het concept

Door de gemeente stroomt de Kwistbeek, bepaald geen kolkende rivier. Toch ontstaat er bij hevige neerslag wateroverlast. Dit wordt vooral in het dorp Baarlo gevoeld. Helaas is er in Baarlo weinig ruimte voor waterberging. In Helden, een dorp stroomopwaarts, is die ruimte er wel. Inwoners van Helden merkten zelf op dat zij best wilden meedenken over de oplossing voor wateroverlast in Baarlo.

Wij vroegen ons af of het water dat in Baarlo te veel is, problemen kon oplossen in Helden? Kan de kwetsbaarheid van de een de weerbaarheid van de ander vergroten? Met die invalshoek gingen de ontwerpers van Vandejong Creative Agency aan de slag.



Helden van Baarlo

'DIT GEEFT REURING
IN HET DORP'

De uitvoering

Er werden drie Design Thinking-workshops gehouden met een groep bewoners en ondernemers uit Helden, Panningen en Baarlo. Deze groep was voor een deel door de gemeente bijeengeroepen en voor een deel zelf ontstaan. Los van de uitkomst was het proces daarin erg belangrijk om tot een maatschappelijk gedragen concept te komen.

Workshop 1: brainstorm, pitches en stemronde

Voor de eerste workshop had de gemeente drie lokale probleemgebieden benoemd, waarvoor water mogelijk een oplossing kon bieden. Dit ging om de vitaliteit van de dorpskern van Helden, de verduurzaming van corporatiehuizen en “Het Heljes Pedje”; een verbinding tussen dorpskern en natuurgebied. Voor ieder van deze gebieden werd in ronde één bedacht hoe water kan helpen een oplossing te vinden. Dit gebeurde in drie groepen, die na ronde één een vraagstuk opschoven. Zij bekeken de groslijst aan ideeën en kozen daaruit het meest aansprekende idee en vulden die aan. Daarna schoof men nog een vraagstuk door. In de derde ronde werd het gekozen idee uitgewerkt naar een testbaar concept. De criteria waren daarbij: er is sprake van waterberging en het concept draagt bij aan een oplossing voor een gemeenschappelijk vraagstuk. Na de brainstorm-, pitch- en stemrondes in deze eerste workshop was voor ieder van de drie ingebrachte lokale vraagstukken één idee ontwikkeld dat doorging als startpunt voor de tweede workshop.

Workshop 2: conceptontwikkeling

De tweede workshop stond in het teken van conceptontwikkeling. Voor ieder idee uit de eerste workshop werd een maquette gemaakt, die in de tweede workshop werd doorontwikkeld. Uiteindelijk koos de groep uit die drie maquettes het meest beloftevolle concept dat navolgend zou worden getest. Dit concept heette: “Water wijst de weg”. In dit concept werd zichtbaar hoe water in de openbare ruimte de kwaliteit van de dorpskern benadrukt. In “Water wijst de weg” leidde een route van waterwegen de deelnemers rond door het historische centrum van Helden. Langs dit circulaire watersysteem is een aantal attracties te vinden die zowel dienen als waterberging als ontmoetingsplaats. Dit geeft reuring in het dorp, laat Het Heljes Pedje opleven, en geeft het historische dorpsplein “de Pool” weer een centrale rol. Maar bovenal lost dit het waterprobleem in Baarlo op.

Workshop 3: wat vinden de specialisten?

In de derde workshop keek een aantal specialisten kritisch naar het concept “Water wijst de weg”. Onder hen een landschapsarchitect, een programmamaker Duurzaamheid en Energietransitie, een verandermanager en experts van het waterschap. Een greep uit de feedback:

- ‘Wat als het niet regent? Werkt het dan nog?’
- ‘De bewoners aan zet, is basis voor draagvlak.’
- ‘Is deze omdenk-aanpak dupliceerbaar?’
- ‘Goed streven om met het ene probleem het andere op te lossen.’

Er lag nu een concept dat op enthousiasme kon rekenen bij de workshopdeelnemers, maar dat nog niet ver genoeg was ontwikkeld om in te voeren. De werkgroep van bewoners liet nadrukkelijk weten zelf een belangrijke rol te willen vervullen in de doorontwikkeling van het concept, omdat zij als groep daarvan eigenaar waren geworden. Daarvoor wilden ze nog meer onderzoek doen binnen hun eigen netwerk. Ze gaven aan dat het dorp Helden toe is aan de uitvoering van een innovatief concept zoals dit en dat zij er alles aan willen doen om dat voor elkaar te krijgen. Juist omdat ze dit project niet wilden laten mislukken, is er met veel zorg nagedacht over de vervolgstappen binnen de gemeente en richting de gemeenschap.



ROY THIJSSSEN, GEMEENTE PEEL EN MAAS

‘De mensen in de werkgroep zijn enthousiast aan de slag gegaan met het onderwerp wat ZIJ belangrijk vonden en niet met wat de overheid hen had opgelegd. En het mooiste van alles was dat mensen van de werkgroep vanuit zichzelf met klimaatadaptatie aan de slag gingen, zonder dat ooit het woord klimaatverandering of klimaatadaptatie is gevallen!’



Helden van Baarlo

Resultaten en inzichten

- De conclusie vanuit de groep in de derde workshop was de bevestiging dat het proces geslaagd was:
 - de groep heeft zélf een oplossing bedacht voor het probleem
 - de groep voelt zich eigenaar van dat concept
 - de groep neemt de verantwoordelijkheid op zich om het concept verder uit te voeren
- Een overvloed aan water wordt vaak gezien als een probleem. Door een overvloed aan water als een potentiële oplossing voor een probleem te gaan zien, ontstaat een heel nieuwe dynamiek.
- Door de gekozen werkvorm, waarbij drie groepen toewerken naar één concept waaraan iedereen een bijdrage heeft geleverd, ontstaat als vanzelf eigenaarschap onder de betrokkenen. Doordat organisaties als de gemeente en de corporatie een actieve rol speelden, ontstaat er ook tussen de bewoners en de organisaties een goede dynamiek.
- In Helden koppelden we de opgave van waterberging aan vraagstukken die in eerste instantie niks te maken hebben met ruimtelijke adaptatie (immers: wat het probleem ook is, de oplossing is water). Dat werkte verrassend goed. De betrokken inwoners omarmden het denken en bleven gedurende het ontwerptraject een grote drijvende kracht achter het ontwerpproces.
- Door vraagstukken/thema's die op het eerste oog niks met elkaar te maken hebben te koppelen, is er extra aandacht nodig voor het "interne proces" binnen de betrokken organisaties. Bovendien moeten er nu twee problemen worden opgelost.
In onderliggende casus: het vinden van waterberging en het vergroten van de aantrekkelijkheid van de dorpskern. Dit maakt het proces niet per se eenvoudiger.



Resultaten en inzichten

- In de eerste ronde van de eerste workshop wordt de kiem gelegd voor verrassende oplossingen. Het kan lonen om daar een creatieve geest bij de groepen te zetten om radicaliteit aan te jagen. Veel van de nu geopperde ideeën waren dingen die we al heel vaak hebben gezien. In de eerste fase is haalbaarheid niet belangrijk. Het gaat erom een nieuwe toekomst voor je te kunnen zien, dan mag het even radicaal
- Het proces eindigde met een concept dat op enkele onderdelen (maatschappelijk en technisch) is getest. Niettemin is er nog een lange weg te gaan voordat er iets gerealiseerd is. Het concept moet bijvoorbeeld zodanig worden uitgewerkt dat er een bestuurlijk besluit over genomen kan worden. Ook moeten nog verschillende procedures, zoals een bestemmingsplanprocedure, worden doorlopen. Hier zit nog wel een zeker risico. Dit proces is in hoog tempo en op een hoog energieniveau uitgevoerd. Als het lang stil blijft bij de gemeente, of als er iets zonder betrokkenheid van de inwoners wordt gedaan, bestaat het risico dat het opgebouwde enthousiasme en vertrouwen weer verdwijnen.

'HET GAAT EROM EEN NIEUWE
TOEKOMST VOOR JE TE KUNNEN ZIEN'



LARA SAVELKOUL, WATERSCHAP LIMBURG

'Het meest opmerkelijke vond ik dat je een groep aan een plan liet werken en vervolgens een andere groep datzelfde plan liet verkopen. Mensen willen altijd winnen, dus ook al moet je een plan van een ander verdedigen, ze doen het allemaal en met verve. Hierdoor ontstaat nog meer draagvlak voor de ideeën en nog meer begrip voor elkaar. Positiviteit is de sleutel geweest van het succes.'



CARMEN MEERBEEK, GEMEENTE PEEL EN MAAS

'De opgave van waterberging werd gekoppeld aan vraagstukken/wensen die in Helden actueel waren. Daardoor waren we als groep direct enthousiast om mee te doen. De focus op 'water' als oplossing zorgde voor nieuwe inzichten. Dat vond ik heel verfrissend. De groep was met haar eigen vraagstuk bezig, bedacht haar eigen oplossing en er ontstond tegelijkertijd bewustzijn over klimaatadaptatie. Inspirerend. Daarnaast was het vooral heel leuk om deel te nemen aan dit Design Thinking-programma.'





De geleerde lessen

De afgelopen jaren hebben we ervaren dat we bij extreem weer als samenleving kwetsbaar zijn. Hevige buien, langdurige droogte of een periode van hete dagen leiden tot schade en het leven wordt minder aangenaam. Om die kwetsbaarheid te verminderen, moeten meer mensen hun eigen woonomgeving anders inrichten.

De manier waarop de overheid bewoners via bewustwordingscampagnes en subsidieregelingen probeert te activeren, werkt onvoldoende. In dit onderdeel kijken we terug op vier nieuwe invalshoeken om bewoners in beweging te krijgen.

Gedurende het project hebben we ook veel geleerd over het vraagstuk van ruimtelijke adaptatie, de methode van Design Thinking en over de manier waarop publieke organisaties gewend zijn maatschappelijke vraagstukken aan te pakken. In dit laatste deel kijken we ook daarop terug.

Lessen over invalshoeken

In dit boekje vind je vier nieuwe invalshoeken om als overheid bewoners krachtig te betrekken bij de voorbereiding op extreem weer. Die invalshoeken zijn: aansluiten bij wat mensen al leuk en belangrijk vinden.

Voorbereiden op extreem weer makkelijk maken. Lokale kennis van bewoners gebruiken. En: een proces ondersteunen waardoor er binnen een gemeenschap mensen opstaan om anderen te helpen om de weerbaarheid tegen extreem weer te vergroten of de kwetsbaarheid te verkleinen. Deze vier invalshoeken hebben we getest in vijf casusgebieden. Dat gebeurde via een groot aantal concepten. Hierna gaan we kort in op alle vier invalshoeken. Wat is er in andere situaties mogelijk?





Omdat het leuk/belangrijk is

Binnen deze invalshoek zijn verschillende concepten ontwikkeld. Hoewel het ene concept beter uit de verf kwam dan het andere, viel wel op dat er bijzondere dingen gebeuren als je mensen echt weet aan te spreken op wat ze leuk of belangrijk vinden. In Eindhoven, waar de insteek “leuk” was, zagen we dat bewoners zich de uitvoering van het experiment deels toe-eigende. In Oudenbosch, waar de focus lag op wat bewoners belangrijk vinden, werd ook een innerlijke snaar geraakt. De bewoners committeerden zich hier sterk aan een co-creatief proces rond de herinrichting van een plein.

Een valkuil van deze invalshoek is dat hetgeen leuk of belangrijk wordt gevonden aan een heel ander beleidsdomein raakt. Dat kan gaan over veiligheid, bereikbaarheid, sport et cetera. Het is daarom aan te bevelen om direct een collega van de organisatie te betrekken die het onderwerp dat bewoners belangrijk of leuk vinden in portefeuille heeft.



Maak het makkelijk

De ontwikkelde concepten in Boxmeer laten zien dat er slimme acties mogelijk zijn om mensen klimaat adaptief gedrag te laten vertonen, zonder daarvan bewust te zijn. Mensen zijn geneigd verder te gaan met wat ze is aangeboden. Voorwaarde daarbij is wel dat het ter zake doet – in deze casus moet iedereen op enig moment nog na gaan denken over de nieuwe tuin – en dat het een zekere aantrekkelijkheid heeft.

Deze invalshoek is waardevol voor gemeenten, maar ook voor woningbouwcorporaties. De ontwerpers die zich met deze invalshoek bezighielden, zagen bijvoorbeeld dat Woonbedrijf Eindhoven experimenteert met het verwijderen van een deel van de tuinbestrating, vlak voordat een nieuwe huurder een pand betreft. Dit in de wetenschap dat de meeste huurders weinig aan de tuin doen. Het startpunt van de huurders is dan totaal anders. Dat werkt veel beter dan met zittende huurders tot een aanpassing te komen.



Benut lokale kennis

Ook in een wijk als Fellenoord, waar bewoners en gemeente ver uit elkaar staan, is het mogelijk om mensen in beweging te krijgen. We ontdekten hier dat een initiatief een grotere kans van slagen had als het samen met de wijkkinderen gebeurt. Dat was een interessant inzicht en opende inderdaad de deur naar de gemeenschap. Tegelijkertijd lukte het de designers maar beperkt om de expertise van volwassenen in te zetten.

Ze ontdekten eigenlijk het tegenovergestelde, namelijk waar de bewoners kennis (of middelen) tekortkwamen om een verandering te realiseren. De gedachte van de gemeente dat bewoners in beweging zouden komen door ze een tegoedbon bij het tuincentrum te geven, bleek onjuist. Het vervoer naar het tuincentrum, de keuze voor de juiste planten en het afvoeren van de tegels waren allemaal beletsels voor actie.



Club Weerbaar en Kwetsbaar

De designers werkten vanuit de stelregel: wat het probleem ook is, de oplossing is water. Als je ruimte moet maken voor waterberging, welk probleem kan die waterberging dan nog meer oplossen? We ontdekten dat vraagstukken over toerisme, aantrekkelijkheid van de dorpskern en de verduurzaming van woningen allemaal aan waterberging zijn te verbinden. Dit zijn onderwerpen waarmee bewoners, in tegenstelling tot klimaatadaptie, iets hebben en die mensen kunnen verbinden met de voorbereiding op extreem weer.

Aandachtspunt bij deze invalshoek is dat je vanaf het begin verschillende type vraagstukken combineert, waardoor je vrijwel zeker tegen de systeemgrenzen in een organisatie oploopt. Daar kun je van tevoren op anticiperen. Een ander aandachtspunt is dat de vraagstukken die op deze manier gekoppeld worden aan het voorbereiden op extreem weer wel moeten worden opgelost.

In andere woorden: door deze benadering moet je niet één maar twee ingewikkelde vraagstukken oplossen. Dat is zowel de sleutel naar de betrokkenheid van de bewoners, als een aandachtspunt.



'OOK COMBINATIES VAN
INVALSHOEKEN ZIJN
MOGELIJK'

Toepassen van de invalshoeken en concepten in andere gebieden

De invalshoeken zijn tot stand gekomen door onderzoek met vele verschillende type mensen. We denken dat ze vrij universeel toepasbaar zijn, al zal er situationeel (intuïtief) een voorkeur zijn voor een bepaalde invalshoek. Uiteraard zijn ook combinaties van invalshoeken mogelijk. De opgave zal zijn om de invalshoeken lokaal steeds uit te werken tot concepten die aanspreken en tot beweging aanzetten. Een aantal van de hier ontwikkelde concepten lijkt bruikbaar buiten de casusgebieden waar ze zijn ontwikkeld. Denk bijvoorbeeld aan De Kwekerij (pagina 25) of Waterweg (pagina 39). Maar het toepassen van deze concepten vraagt wel om lokaal maatwerk.

Ben je hierin geïnteresseerd? Neem dan contact op met de betrokken designers (pagina 60).



Drie vuistregels over invalshoeken

In de praktijk werken we aan vraagstukken vanuit een bepaald, vaak onbewuste, invalshoek. Zoals: we moeten werken aan bewustwording, of: we moeten mensen een technische oplossing bieden. Die invalshoeken zijn impliciet, we denken er niet iedere keer over na en we stellen ze zeker niet elke keer ter discussie. We gebruiken die invalshoek en proberen dan een slim idee te bedenken. Door stil te staan bij een invalshoeken stel je eerst een fundamentele vraag: welke invalshoek gaat ons hier helpen? .

Het zou mooi zijn als je een aanpak hebt die in alle gevallen werkt, maar de praktijk is vaak weerbarstig. Daarom is het goed om vanuit verschillende invalshoeken een vraagstuk aan te pakken. Om die reden ontwikkelden wij er vier.

De oplossingen die uit de invalshoeken voortkomen zijn niet nieuw voor de wereld, maar wel nieuw voor het vraagstuk. De praktijk is vaak dat oplossingen zo verpletterend simpel zijn dat mensen reageren met: ‘hadden we dat niet eerder kunnen bedenken?’ Beloof daarom geen wereldschokkende innovatie, maar richt je op een oplossing die werkt op een specifieke plek en context.



Lessen voor ruimtelijke adaptatie

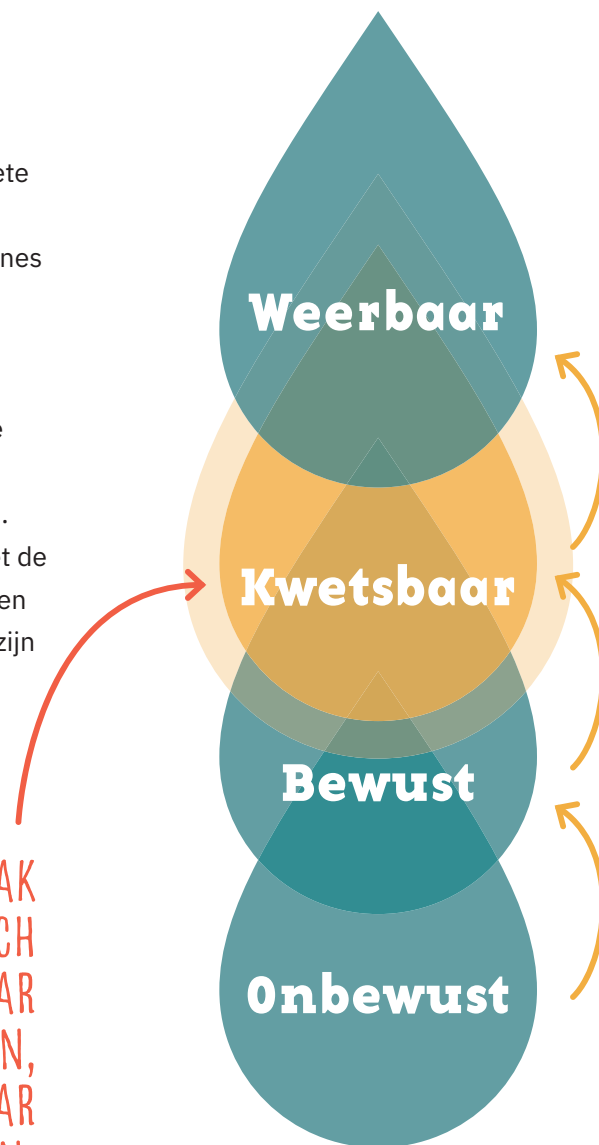
Dit boekje begint met het doorstrepen van het begrip ruimtelijke adaptatie. Dat is niet voor niks. De taal die wij als professionals gebruiken wordt nauwelijks begrepen. Pas toen we het over extreem weer hadden, begreep vrijwel iedereen waarover het ging. Maar ook begrippen als afkoppelen, piekbelasting, hittestress; het zijn woorden die iedere professional kent, maar waarbij veel bewoners geen enkel beeld krijgen. We vergeten weleens dat een op de zes Nederlanders laaggeletterd is (bron: stichting Lezen en Schrijven). Door ons jargon creëren we een onoverbrugbare afstand nog voordat we goed en wel begonnen zijn.

Daarnaast associëren mensen klimaatverandering in eerste instantie vaak met smeltende poolkappen, ijsberen in nood en oprukkende woestijnen. De menselijke maat is ver te zoeken. Dit proces heeft laten zien dat het binnen de menselijke maat mogelijk is om een brede groep burgers aan te spreken op hun expertise, betrokkenheid en drijfveren.

Een laatste, maar belangrijk inzicht is dit: als overheid zetten we vaak in op bewustwordingscampagnes, die mensen ervan moet doordringen dat het klimaat verandert en dat men zich moet voorbereiden. Die campagnes hebben zeker een functie, maar juist in de onwaarschijnlijk lange hete en droge zomer van 2018 gaven overheden een signaal af dat hun eigen bewustwordingscampagnes in de weg zat. Namelijk: 'wij hebben het onder controle'.

Overheden zijn geen pleitbezorgers van nodeloze onrust. Maar voor de meeste mensen geldt: ze handelen niet zolang ze zich onkwetsbaar voelen. Als we serieus zijn in onze ambitie om samen met de samenleving te werken aan de weerbaarheid tegen extreem weer, dan moet de overheid duidelijker zijn over de grenzen van haar invloed.

WE VERGETEN VAAK
DAT MENSEN ZICH
EERST KWETSBAAR
MOETEN VOELEN,
VOORDAT ZE WEERBAAR
WILLEN ZIJN.



Vier vuistregels voor het betrekken van bewoners bij de voorbereiding op extreem weer:

Maak het klein: breek het grote abstracte vraagstuk van voorbereidingen op extreem weer op in kleinere stukjes waarin de menselijke maat te herkennen is. Om mensen in beweging te krijgen, moeten ze zich eerst kunnen verhouden tot een opgave.

Praat duidelijke taal: laat je eigen jargon los. Stel bijvoorbeeld samen een verklarende woordenlijst op gedurende de ontmoeting(en).

Wees oprecht nieuwsgierig naar de betekenis van extreem weer voor mensen en naar hun persoonlijke expertise en drijfveren.

Wees eerlijk over de reden dat je bewoners betreft: zonder hen lukt het niet.

Over de aanpak Design Thinking

Design Thinking is een methode en een instrumentenkoffer die ons helpt om snel op een diep niveau te doorgronden wat mensen drijft. Daarnaast helpt het ons om nieuwe invalshoeken te ontwikkelen voor een complex vraagstuk. Tot slot helpt het ons om vanuit die invalshoeken tot echt nieuwe ideeën

te komen en deze snel en licht te testen, zodat we een gevoel krijgen bij wat werkt en wat kansrijk is.

Niet ieder vraagstuk is geschikt voor Design Thinking. Het leent zich vooral voor vraagstukken waarbij veel partijen betrokken zijn, niemand een oplossing kan afdwingen en bovendien vooraf niet duidelijk is wat een succesvolle oplossing is. Design Thinking is wat dat betreft anders dan een cognitieve benadering waarbij je zoveel mogelijk feiten verzamelt en zo objectief mogelijk tot de

beste oplossing komt en deze planmatig invoert. Het is ook anders dan een politiek proces, waarbij belangen worden afgewogen en een meerderheid wordt gecreëerd rond een oplossing (zie tabel op de volgende pagina).

Design Thinking gaat over co-creatie tussen relevante partijen, waarbij de leefwereld (en dus niet de systeemwereld) centraal staat en we al doende leren wat wel en niet werkt.



	Cognitief	Onderhandelen	Design Thinking
<i>Brondomein</i>	Logica	Ideologie	Esthetica
<i>Basishouding</i>	Denken	Willen	Voelen
<i>Kernwaarde</i>	Objectief	Intersubjectief	Subjectief
<i>Duiding</i>	Evaluatie	Argumentatie	Interpretatie
<i>Beginpunt</i>	Definities	Conflict	Illustraties
<i>Relatie tot subject</i>	Afstand	Beïnvloeding	Deelname
<i>Autoriteit</i>	Verklaren	Verbinden	Inspireren
<i>Resultaat</i>	Feitelijkheid	Overeenstemming	Nieuwe betekenis

Design Thinking vergeleken met andere manieren om vraagstukken aan te pakken. (Bron: designing with and within public organizations, BIS publishers 2018)

Botsproeven

Tot slot wijzen we nog op het belang van “botsproeven”. Wanneer de conceptontwikkeling een eindje op streek is, loont het om een “botsproef” te organiseren. Een betrokken ambtenaar organiseert dan een bijeenkomst met collega’s die belangrijk gaan zijn voor het testen en invoeren van het concept. Niet alleen zijn zij in staat een concept aan te scherpen, ook wordt duidelijk waar de grenzen van het experiment liggen. Want dat laatste is belangrijk. Veel goede ideeën komen nooit tot uitvoering omdat ze niet passen in het systeem. Regels, beleidsafspraken, budgetten, taken en bevoegdheden zijn vaak niet op de juiste manier georganiseerd om tot een innovatieve oplossing te komen. Door dit tijdig te onderkennen,

kun je onderzoeken wat er in de organisaties nodig is om het concept verder te brengen. Hoewel de botsproef een krachtig instrument is, moet een botsproef wel worden begeleid door iemand die zowel het ontwerpproces, als de systemische dynamiek kent. Dit om te voorkomen dat de scherpe randjes van het concept worden afgevlijnd zodat het keurig in het systeem past (en er uiteindelijk niks verandert).

**'IN DE BOTSPROEF WORDEN DE
GRENZEN VAN HET EXPERIMENT
HELDER ZONDER DE SCHERPE
KANTJES ERAF TE HALEN'**



Vijf vuistregels voor het succesvol toepassen van Design Thinking

Ga er open in: formuleer een vraagstelling waarin geen oplossing voorgebakken zit, en wees bereid alle denkrichtingen die ontstaan te onderzoeken – ook als ze niet meteen passen binnen de bestaande systemen. Alleen op die manier kun je “outside the box” komen.

Design Thinking is géén wilde brainstorm naar ideeën, maar een gestructureerd proces waarbij gezocht naar nieuwe invalshoeken die de poort zijn tot nieuwe oplossingen. Het mooie van Design Thinking is dat het een voor velen nieuwe werkwijze is, die toegankelijk omschreven is en je uitnodigt om ermee te experimenteren. Er zitten echter ook een aantal expertmomenten in, die je niet op basis van een korte cursus in de vingers hebt.

In een Design Thinking-proces ben je grofweg 80 procent van de tijd bezig met het onderzoeken van het probleem en 20 procent met het vinden van de oplossing. Veel mensen zijn dat andersom gewend: 20 procent van de tijd met het probleem en 80 procent met de oplossing. Dit is geen triviaal verschil: na verloop van tijd wordt de omgeving ongeduldig waar dat briljante idee nou blijft. Het is daarom aan te bevelen om vooraf organisatorisch draagvlak te regelen voor het proces.

Heb vertrouwen: Design Thinking formuleert een aantal stappen en die geven houvast. Tegelijkertijd is het ook een aanpak die ruimte biedt voor voortschrijdend inzicht, improvisatie en herhaling. Gelukkig maar: veel van de vraagstukken van deze tijd veranderen terwijl je eraan werkt en Design Thinking is een van de weinige aanpakken die met die dynamiek kan omgaan. Durf daarom los te laten en bekijk per moment wat er nodig is om verder te komen.

Sluit aan bij wat er leeft en wanneer het leeft: beschouw de in dit project geteste prototypes niet als blauwdruk voor de oplossing op landelijke schaal. Kijk altijd wat er lokaal speelt. Vervolgens kun je vanuit de geteste invalshoeken in de specifieke lokale situaties passende concepten ontwikkelen en testen.



Over de betrokken organisaties

In dit project is Design Thinking als aanpak gekozen. De vraag kwam op wat het betekent voor de professionals die normaal gesproken bezig zijn met voorbereidingen op extreem weer. Wat is hun kennis waard in dit soort trajecten?

Inhoudelijk deskundigen brengen veel scherpste in het proces van ideevorming en doorontwikkeling. Ze voorkomen luchtftietserij en weten vaak wanneer ideeën lijken op initiatieven elders. Ze hebben kennis van de lokale situatie en helpen het proces door de eigen organisatie te loodsen. In een aantal cases was het bijvoorbeeld nodig bestuurlijke dekking te organiseren. In andere cases ontstonden denkrichtingen dwars door de organisatie heen, waardoor discussies over taken en bevoegdheden dreigden.

Het Design Thinking-proces en de samenwerking met ontwerpers vraagt van professionals dat zij nieuwsgierig zijn naar nieuwe invalshoeken, niet te vroeg in het proces ideeën forceren (jumping to solutions), of ideeën afschieten of doodknuffelen voordat ze goed getest zijn.

Zes vuistregels over Design Thinking binnen publieke organisaties

De kans is groot dat een complex maatschappelijk vraagstuk niet wordt opgelost binnen de kaders waarbinnen het probleem bestaat. Anders gezegd: de kans is groot dat er ineens hele andere mensen uit een andere hoek van de publieke organisatie een rol moeten gaan spelen, dat sommige protocollen of beleidsrichtlijnen beperkend blijken. Dit is iets waar je voorafgaand aan een Design Thinking-proces de organisatie van bewust kunt maken.

Als je concreet in een wijk met bewoners aan de slag gaat, heb je niet alleen de gemeentelijke ambtenaren van de vakinhoud nodig, maar juist ook de gemeentelijke contactpersonen voor de wijk. Zij weten vaak als geen ander wat er speelt en hoe de hazen lopen.

Design Thinking toepassen bij een publieke organisatie vraagt om ambtenaren die lef en doorzettingsvermogen hebben, die nieuwsgierig zijn, goed kunnen kijken, luisteren en verbinden. Ieder mens heeft dat van nature (in enige mate) in zich, maar niet iedereen ervaart de ruimte om dat binnen zijn of haar organisatie te laten zien.

Organisaties zijn in de regel niet zo adaptief als ze zouden willen. Als er zaken geregeld en vastgelegd moeten worden, dan kunnen er ineens proceduretijden ontstaan die de energie buiten geen goed doen. Door een vrije ruimte te creëren en een kort lijntje met de eindverantwoordelijken, kan de organisatie flexibel meebewegen met de dynamiek van het design-proces.

Anticipeer van tevoren op capaciteit en middelen om inwoners te helpen op het moment dat er bij hen beweging ontstaat. Als dat niet mogelijk is, moet je je afvragen of je een dergelijk traject wel wil ingaan. Als een creatief proces leidt tot enthousiaste bewoners, en de gemeente vervolgens niet thuis geeft, leidt dat tot teleurstelling bij inwoners.

Neem in je eigen organisatie je collega's mee in het proces en vertaal dat naar wat voor de organisatie belangrijk is (bijvoorbeeld het beter betrekken van burgers bij planvorming in kader van nieuwe omgevingswet). Dat maakt het makkelijker om te verantwoorden waarom je tijd besteedt aan een traject waarvan de uitkomst op voorhand niet duidelijk is.



Verantwoording en Verdieping

Dit project was een initiatief van de provincies Noord-Brabant en Limburg, Unie van Waterschappen, de waterschappen Limburg, Aa en Maas, Brabantse Delta en De Dommel en de gemeenten Boxmeer, Breda, Eindhoven, Halderberge en Peel en Maas. Het Stimuleringsprogramma Ruimtelijke Adaptatie (SRA) leverde een bijdrage door het project te selecteren als impactproject.

Meer informatie over het project staat op de website Klimaatadaptatie Brabant (www.klimaatadaptatiebrabant.nl/design-thinking). Het project werd afwisselend gecoördineerd door Karla Niggebrugge, Yvonne Degens en Thijs Witjes van de provincie Noord-Brabant, Dick Boland van Waterschap De Dommel, Erwin Kerkhof van Waterschap Aa en Maas en Sendy Farag van Waterschap Brabantse Delta. De betrokken ambtenaren werden methodisch ondersteund door een team van Twynstra Gudde onder leiding van André Schaminée. Hij werd afwisselend bijgestaan door Hugo Schuitemaker, Maartje van Gestel en Dick Rijken.

Bij het ontwikkelen en testen van de concepten waren koppels van designers en ambtenaren in the lead. Sjaak Langenberg en Rosé de Beer (www.sjaaklangenberg.nl) en Nicolette Peters werkten samen aan de casus Steenstraat in de gemeente Boxmeer. Mandy van Kouwen van Waterschap Aa en Maas ondersteunde hierbij. Hugo Schuitemaker en Wouter Corvers (www.hugoschuitemaker.nl en www.woutercorvers.nl) werkten samen met Rosalie Fransen, Ursula Gerritsen en Erik van Kronenburg aan de casus Geestenberg in de gemeente Eindhoven. Hugo Schuitemaker werkte ook aan de casus Oudenbosch met Jeanita Embregts en Albert Verkooijen van de gemeente Halderberge. Muzus (www.muzus.nl) werkte aan de casus Fellenoord met Vincent Kuiphuis en Ingeborg Hoevenaars van de gemeente Breda. Bij deze twee cases ondersteunde Karin Moll van Waterschap Brabantse Delta. En VandeJong (www.vandejong.com) was ten slotte samen met Roy Thijssen en Carmen Meerbeek-Teuwen van de gemeente Peel en Maas verantwoordelijk voor de casus Helden van Baarlo. Rien Huisman van de Provincie Limburg en Lara Savelkoul van Waterschap Limburg ondersteunden bij deze case.

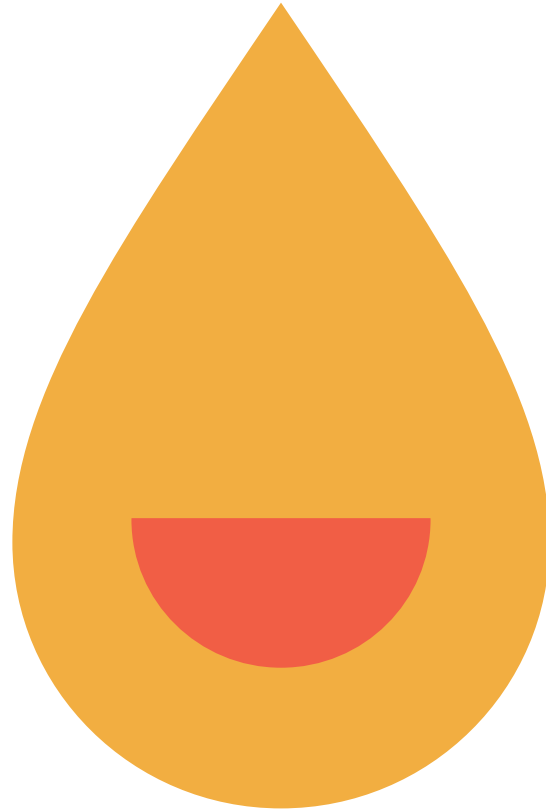
We hebben daarnaast veel samengewerkt met Mark van Kruining van de Unie van Waterschappen, die altijd enthousiast was over dit project.

Methodisch hebben we in dit project de Frame Innovation gebruikt. Een grondige Design Thinking-aanpak waarbij het ontwerpen van nieuwe invalshoeken centraal staat. Meer daarover kun je lezen in “Frame Innovation” (Kees Dorst, MIT Press) en in “Designing for the Common Good” (red. Kees Dorst, BIS publishers). Over de instrumenten om een designproces te doorlopen, onder meer voor het empathisch onderzoek en het ontwikkelen en testen van concepten, is veel gepubliceerd. Op internet staan verschillende (gratis) toolboxes, zoals deze van Stanford d-School: <https://dschool.stanford.edu/resources/design-thinking-bootleg>. Een zeer leesbaar boek is “Now This is Service Design Thinking” (BIS publishers). Over Design Thinking binnen publieke organisaties schreef André Schaminée “Designing with and within public organizations” (BIS publishers). Hierin reflecteert hij ook op dit project over ruimtelijke adaptatie.

Dit project eindigt terwijl de meeste cases nog niet af zijn. Dit is onvermijdelijk. Een deel van de initiatieven heeft een langere adem nodig. De betrokken gemeenten hebben de handschoen opgepakt om de concepten nu ook uit te voeren. Wil je na het lezen van dit boekje weten hoe dat verder gaat? Neem dan contact op met de betreffende gemeenten.









Je bent een nieuwsgierige ambtenaar... Je weet dat de grotere transities vaak moeilijk aansluiting vinden bij inwoners van ons land. Je ervaart dat jij en jouw organisatie alléén geen oplossingen kunnen afdwingen. Je verlangt naar creatieve werkvormen en nieuwe invalshoeken. En je voelt dat er meer is dan de kennis- en systeemwereld waarin je je begeeft. Klopt dit? Dan heb je verdraaid veel weg van ons; ambtenaren van twaalf overheden in Brabant en Limburg.

Wij deden tussen 2017 en 2019 samen met ontwerpers onderzoek naar de leefwereld van inwoners in het Design Thinking-project over Ruimtelijke Adaptatie. Of eigenlijk over “de voorbereiding op extreem weer”, want dat is de

simpelste les die we leerden om over dit onderwerp in contact te komen met inwoners; “pas je taalgebruik aan”.

Het lastigste was om niet direct in oplossingen te denken, maar om de tijd te nemen om de leefwereld van mensen écht te doorgronden. Hoe beleven bouwvakkers de weersveranderingen en waarom was dat belangrijk om te weten? Wat hebben nonnen en inburgeraars met het onderwerp van doen? En waar zit de sleutel voor een verbindend gesprek met een scoutingvereniging? Al deze zaken bleken uiterst belangrijk voor het formuleren van nieuwe invalshoeken om naar de thematiek te kijken.

We gingen met vier nieuwe invalshoeken aan de slag in Oudenbosch, Breda, Eindhoven, Boxmeer en Helden. Met behulp van ontwerpers testten we concepten zoals De Plantenbingo, Tuinzorg, De Kwekerij, De Vroetels en Real Life Fortnite.

We presenteren in deze eindpublicatie de geleerde lessen, die jou kunnen helpen vanuit een andere invalshoek te gaan werken. Welke beleidsthema's lenen zich voor een aanpak volgens de methode van Design Thinking? Hoe werkt die methode? Hoe kun je een van de vier nieuwe invalshoeken gebruiken voor jouw eigen “extreem weer-project”? En wat vraagt het van jou en je organisatie om op deze manier te werken?