A young boy with dark hair, wearing a grey t-shirt, is blowing bubbles from a clear plastic bottle decorated with colorful paint splatters. He is on a balcony of a modern, multi-story apartment building with grey and white tiled facades and black metal railings. The background shows several floors of the building with windows and balconies. The overall scene is bright and cheerful, with many colorful bubbles floating in the air.

PEPERKLIP TOT DUURZAAMHEIDSICOON

Een actieplan om sociale veerkracht onder de bewoners te creëren

Lianne Blok, Ellis Soepenbergen Melissa Vermeulen
17 juni 2018
Rotterdamse Academie van Bouwkunst



01

Inleiding
Wie zijn wij? p 1 - 4

02

Aanpak
Constateringen p 5 - 8

03

Doelstellingen p 9 - 18

04

Bouwstenen p 19 - 30

05

Gereedschappen p 32 - 40

06

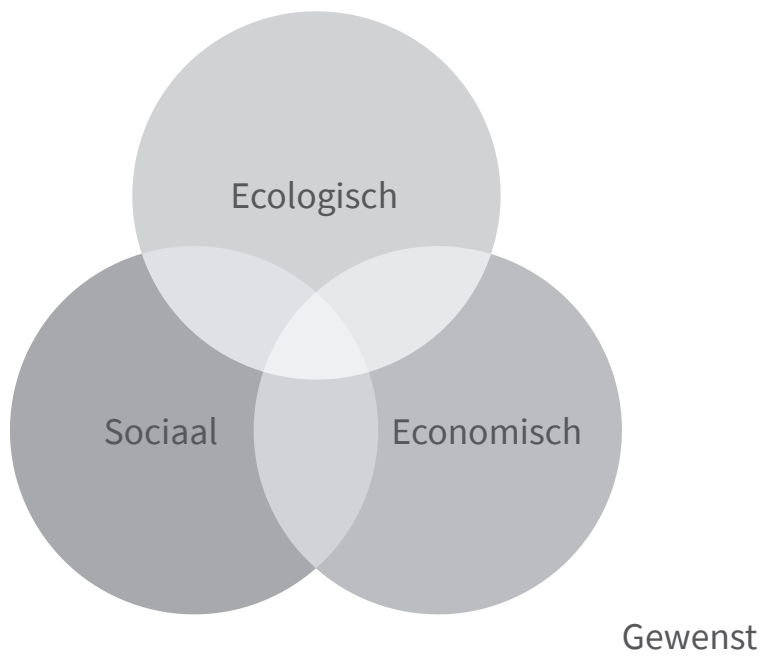
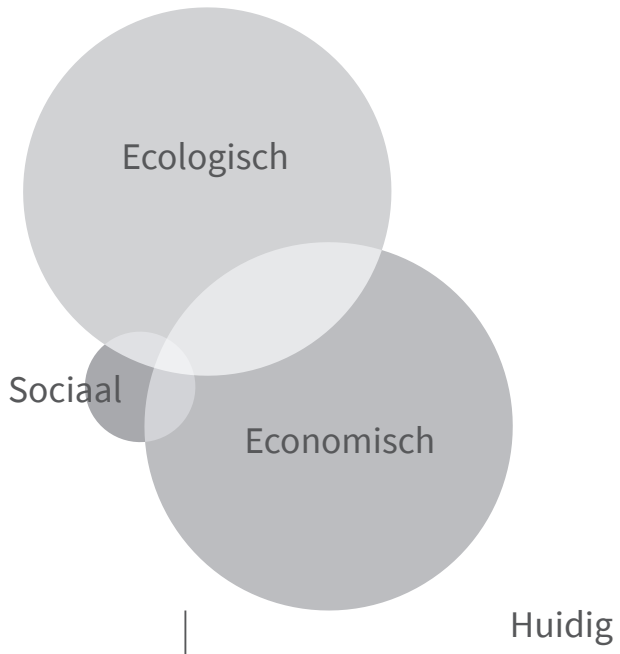
Scenario p 42 - 50

07

Conclusie p 10 - 15

08

Bronvermelding p 10 - 15



| 01 |

Inleiding

In het onderzoek voorafgaande aan het actieplan is er onderzoek verricht naar de verschillende ecosystemen die plaatsvinden in en rondom de Peperklip. Hieruit is gebleken, dat de Peperklip momenteel nog niet duurzaam is. De hoeveelheid watergebruik en het afval dat weggegooid wordt ligt vele malen hoger dan in andere woonblokken in Rotterdam. De Gemeente Rotterdam heeft in het kader van de 'Resilience Strategie' Europese subsidie ontvangen om gebouwen in de stad te verduurzamen. De Gemeente Rotterdam wil samen met Vestia een deel van deze subsidie inzetten om het dak van de Peperklip te voorzien van beplanting, zonnepanelen en wateropvang. Dit draagt bij aan de veerkracht van het gebouw en is dus volgens de Gemeente Rotterdam en Vestia een goed voorbeeld van "resilience". Resilience gaat echter naast fysieke veerkracht ook over sociale veerkracht. Met het brengen van fysieke veerkracht, zal sociale veerkracht niet vanzelf volgen. Omdat er geen link gelegd wordt tussen de aanleg van een groen dak en wat dit de bewoners oplevert, slaan de Gemeente Rotterdam en Vestia de plank mis als het gaat over sociale veerkracht.

Tijdens ons onderzoek zijn we dan ook op zoek gegaan naar een manier om sociale en fysieke veerkracht aan elkaar te koppelen om zo duurzaamheid te realiseren. Uit ons onderzoek is gebleken dat het creëren van duurzaamheid aan de hand van drie evenwijdige belangen wordt gerealiseerd. Sociale, economische en ecologische belangen moeten allemaal in balans zijn voor het ontwikkelen van duurzaamheid (zie diagram op pagina 1). Bij het transformeren van het bestaande dak naar een duurzaam dak, nemen de Gemeente en Vestia alleen de ecologische en economische belangen mee van duurzaamheid. Hierdoor zal het niets opleveren voor de bewoners en zal de transformatie niet werkelijk duurzaam zijn. In dit actieplan wordt ernaar gestreefd dat

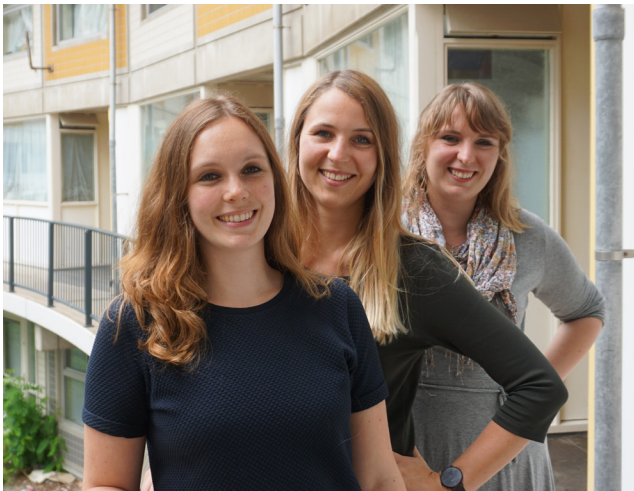
het sociale aspect van duurzaamheid meegenomen wordt in de ontwikkelingen die er gaande zijn in en rondom de Peperklip.

Het sociale aspect van duurzaamheid kan worden gerealiseerd door de Peperklip sociaal veerkrachtiger te maken. In dit actieplan is een scenario ontwikkeld en uitgewerkt die succesvol zal zijn in het creëren van sociale veerkracht in de Peperklip. Het actieplan wil bewoners er op gaan attenderen hoeveel ze kunnen verdienen met een kleine verandering in hun dagelijks patroon. Dit betekent dat plannen of communicatiemiddelen begrijpbaar moeten zijn voor bewoners met verschillende nationaliteiten en leeftijden. Het actieplan is een uitnodigend pakket om de bewoners inzage te geven in hun verbruik en het aanpassen hiervan. Dit gaat in samenwerking met, verschillende hulpgroepen, werkgroepen, sleutelfiguren, Vestia, en de Gemeente Rotterdam. Ook de catalogus 'Tools' kan hierbij helpen. Zonder het realiseren van sociale veerkracht, zal de Peperklip er niet in slagen om duurzaam te worden.

De Peperklip heeft vanaf de bouw een slecht imago gehad. Dit komt door de grootte van het gebouw wat bestaat uit 545 woningen, maar ook door de 1300 bewoners die een slechte reputatie hebben. Deze reputatie heeft te maken met dat ze in de bijstand zitten of een achterstand hebben tot de arbeidsmarkt. Door dit actieplan, wordt de peperklip een voorbeeld voor andere sociale woningbouwprojecten. Ook al zitten bewoners in de bijstand of hebben ze een betalingsachterstand, ze kunnen altijd iets betekenen voor een beter milieu. Iedere kleine aanpassing, kan al iets opleveren. Dus wordt de Peperklip tot een succes gemaakt, dan zullen andere woongebouwen kunnen volgen!

Wie zijn wij?

Wij zijn drie studenten van de Rotterdamse academie van Bouwkunst genaamd Lianne Blok, Ellis-Dorien Soepenbergh en Melissa Vermeule. Ellis en Lianne doen de Msc Stedenbouw en Melissa de Msc Architectuur. De combinatie van verschillende achtergronden geeft een waardevolle blik op Peperklip vanuit zowel stedelijke als architecturale schaalniveaus.



v.l.n.r. Melissa Vermeule, Lianne Blok en Ellis-Dorien Soepenbergh

Met de studio 'de Stemmen van de Peperklip' hebben we een half jaar lang op locatie vanuit een woning van de Peperklip onderzoek gedaan. Vestia heeft ons tijdelijk een logeerwoning aangeboden. Dit was een unieke kans, om zo dicht bij de doelgroep van de opdracht te staan.

Zo kon de sfeer van het woongebouw geproefd worden, maar kon er ook contact gelegd worden met de buurtbewoners. Doordat we op locatie in de Peperklip werkten, hebben we verrassende ontdekkingen gedaan, die niet waren ontdekt als we gewerkt hadden op de Academie. Erg verrassend was bijvoorbeeld de ijscoman die bij mooi weer, iedere vrijdag na half vier langs kwam. Wij waren niet de enigen die kwamen opdagen voor een lekker ijsje, zo kwamen we ook in contact met kinderen en ouders die hier wonen onder het genot van een echte Italiaanse Gelato.

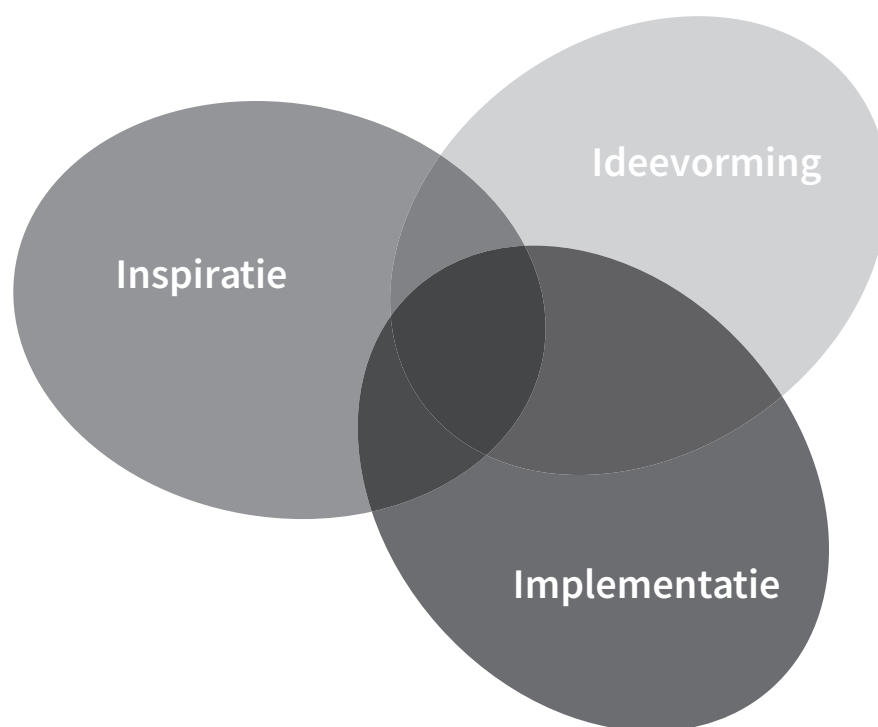
Door onze verschillende expertises en interesses te bundelen hebben we een uniek onderzoek kunnen verrichten.

Lianne is erg geïnteresseerd in inclusief en onderzoekend ontwerpen met behulp van bewoners. In 2015 heeft ze dan ook voor haar vooropleiding Ruimtelijke Ordening en Planologie een half jaar met bewoners van een township in Zuid-Afrika gewerkt aan een aantal sociale ontwerpprojecten. In de Peperklip zet ze in op het vergroten van de persoonlijke capaciteit van de bewoners.

Met Ellis' ervaringen in het buitenland en een BSc in Social Geography and Environmental Management werd een interessante link gelegd tussen de verschillende culturen in de Peperklip en duurzaamheid.

Door Melissa's marketing ervaring met het project 'Waalwijks Leer herleeft' in Waalwijk en de studie BA Ruimtelijk & grafisch ontwerp hebben we doeltreffende iconen leren maken en op een handige manier leren communiceren met bewoners. Ook door haar architectonische achtergrond werd er een interessante link gelegd tussen gebruik van de peperklip en de bewoners.





$$\text{Doelstelling} + \text{Gedragsverandering (Gereedschappen)} = \text{Sociale veerkracht}$$

| 02 |

Aanpak

De Europese Unie heeft subsidie uitgereikt aan Rotterdam in het kader van de resilience strategie. De gemeente heeft samen met Vestia besloten om van deze subsidie de Peperklip te voorzien van een groen dak. Ze bedienen hiermee fysieke veerkracht maar slaan echter wel de plank mis als het gaat over sociale veerkracht. Dit actieplan zet in op de sociale veerkracht van de Peperklip om zo een evenwichtige balans tussen sociale en fysieke veerkracht te creëren.

Op dit moment verdienen water-, electriciteits- en afvalbedrijven miljoenen met het verkopen van electriciteit en water en het recyclen van afval. De schaal van de peperklip biedt kans om op een andere manier te kijken naar verbruik zodat er door de bewoners zelf ook aan verdient kan worden. Bewoners hebben direct profijt van het anders omgaan met verbruik van water, electriciteit en afval. Deze voordelen zijn jammer genoeg nog niet inzichtelijk en daarom is dit actieplan opgesteld waarmee Vestia en de Gemeente aan de slag kunnen om de bewoners de voordelen van duurzaamheid te laten zien. Door middel van de 'Design Thinking Methode' kunnen bewoners positief benaderd en geprikkeld worden om na te denken over hun verbruik.

Design Thinking Methode

'De design thinking methode is een manier van ontwerpen waarbij de mens centraal staat in het ontwerp. Belangrijk in deze methode is dat er geloofd wordt dat alle problemen opgelost kunnen worden, zoals armoede, geslachtsgelijkheid, en schoon drinkwater. Daarbij geloven de ontwerpers erin dat de mensen die met deze problemen omgaan en mee in aanraking komen, ook de sleutel tot het antwoord op het probleem zijn. De design thinking methode reikt probleemoplossers de kans om te ontwerpen met gemeenschappen en bewoners. Dit om de mensen waarmee ze ontwerpen goed te leren kennen, de juiste dromen en ideeën naar boven te brengen en zo op innovatieve manieren problemen op te lossen waar de mensen echt naar opzoek zijn.'

'Er zijn 3 fases dat elk ontwerp zal ondergaan; inspiratie, ideevorming en implementatie. In de inspiratiefase leer je als ontwerper beter je partners kennen, je observeert hun leven, leert over hun dromen en leert je uitdaging kennen. Dit betekent dat de opgave nog kan veranderen! Ideevorming is de fase waarin je alles wat je gehoord hebt omzet in ideeën, de vele verhalen zullen tot veel ideeën leiden. Hieruit kunnen de kansen ontdekt worden, getest worden en de oplossing steeds verder gedefinieerd worden. In de implementatiefase kun je je oplossing tot leven wekken, hier wordt bekend hoe je de oplossing aan de markt kan laten zien en hoe je een maximale impact kan verwachten. In de Design Thinking Methode is dit geen lineaire ontwikkeling, maar zullen de verschillende fases elkaar overlappen. De overlap kan gezien worden als de terugkoppeling en het betrekken van de bewoners van de Peperklip,

hierdoor ontstaat er een sterk opgezet plan wat voldoet aan de eisen van de bewoners en het collectief. ' De uitleg van design thinking methode volgens het boek 'The Field Guide to Human-Centered Design bij IDEO'.

Doelstellingen, bouwstenen en gereedschappen

Vanuit constatering uit onderzoek op locatie zijn er acht doelstellingen opgesteld. Deze doelstellingen dragen allemaal bij aan het creëren van sociale veerkracht in de Peperklip. Denk hierbij aan het creëren van zelfredzaamheid, besparen op de rekening of recyclen van materialen. Om de doelstellingen te bereiken is goede communicatie richting de bewoners essentieel. Het is uiteindelijk het idee dat de bewoners zelf aan de slag gaan. Om de bewoners op een goede manier te kunnen betrekken zijn er acht bouwstenen voor communicatie opgesteld. Dit zijn als het ware principes waar rekening mee gehouden moet worden. Deze bouwstenen zijn ook gebaseerd op constatering uit het vooronderzoek en benoemen dan ook heel specifiek hoe te communiceren met bewoners, met de kennis van de plek en mensen in het achterhoofd.

Om een goede communicatiecampagne uit te kunnen rollen in de Peperklip zijn er gereedschappen nodig die ervoor zorgen dat er naar de doelstellingen toegewerkt kan worden. Denk bij deze gereedschappen bijvoorbeeld aan een duurzaamheidsevenement of een campagne. Er zijn enorm veel gereedschappen die ingezet kunnen worden. Uit gesprekken met communicatieprofessionals zijn een zestal inzetbare gereedschappen gekomen. Deze zes gereedschappen vormen een mogelijk scenario. Bij de keuze voor andere gereedschappen zijn uiteraard andere scenario's denkbaar.

In het scenario met daarin de gereedschappen komen de doelstellingen en bouwstenen voor communicatie samen. De bouwstenen moeten in ieder scenario en bij alle gereedschappen als basis dienen voor de communicatie richting bewoners. De doelstellingen hebben invloed op de keuze van gereedschappen. De gereedschappen zorgen er op hun beurt weer voor dat één of meerdere doelstellingen gehaald kunnen worden. Uiteindelijk zorgen de doelstellingen met behulp van de gereedschappen en bouwstenen voor een veerkrachtige Peperklip!



Constrateringen

Om een sociaal veerkrachtige Peperklip te kunnen creëren is het van belang goed zicht te hebben op de huidige problematiek. Uit ondervraging van bewoners, onderzoek naar harde data, referentieonderzoek en communicatie met betrokken partijen zijn een aantal constatering naar boven gekomen. Deze constatering zijn het startpunt geweest voor het opstellen van de doelstellingen en de bouwstenen.

Huidige ecosysteem afval

Door het lakse gedrag van de bewoners van de Peperklip slingert er veel afval in de binnentuin. Op eigen initiatief ruimen vrijwilligers Aïsha en Fatima dit zwerfafval iedere week op. Er is een link te vinden tussen het gedrag van weggooien en de cultuur. In sommige culturen is het uit den boze om producten als brood en rijst weg te gooien omdat armen soms geen brood en rijst hebben. Het is volgens deze culturen beter om deze producten in de openbare ruimte te gooien omdat dieren er dan nog van kunnen eten. Er zijn nu bovendien geen voorzieningen in de Peperklip om GFT en Plastic gescheiden in te zamelen.

Fysieke ruimtes

De touchpoints zijn de plekken die onderdeel zijn van het dagelijks ritme van alle bewoners zoals de portieken, galerijen, bergingen, afvalcontainers en de binnentuin. Een selecte groep bewoners gebruiken nog andere plekken zoals het speelveld en de bar van Saray. Opvallend is de loggia's en inhammen door de bewoners gebruikt worden als extensie van hun woning. Dit gedrag is een uiting van eigenaarschap. Uit de hoeveelheid afval in de binnentuin en vaak onverzorgde achtertuinen blijkt juist een mindere mate van eigenaarschap.

Sociale verbondenheid en participatie

De spelende kinderen in de binnentuin blijken een belangrijke schakel te zijn in sociale verbondenheid. Ook worden er al buurtbarbecues georganiseerd waar bewoners samenkomen. In de Peperklip en de wijk zijn al enkele initiatieven, ondernemingen en sleutelfiguren aanwezig die kunnen helpen bij het betrekken van de andere bewoners. Uit ondervraging blijkt wel dat veel bewoners participatie-moe zijn. Enerzijds komt dit door beloftes van welzijnspartijen die niet zijn uitgevoerd, anderzijds hebben veel bewoners andere zaken aan hun hoofd.

Financiën

Veel bewoners van de Peperklip leven van een uitkering en hebben dus weinig te besteden. Bewoners hebben een kleine beurs, elke besparing zou veel verschil maken. Vestia merkt dit ook in de vorm van huurachterstanden. Als mensen huur niet kunnen betalen worden er hulporganisaties ingeschakeld die de bewoners advies geven om hun financiële situatie weer op orde te krijgen.

Milieu

Bewoners van de Peperklip hebben een hoger waterverbruik dan gemiddeld in Rotterdam. Dit is ongeveer 60 liter per persoon, per dag meer. Vestia en de Gemeente Rotterdam zijn hard bezig om de duurzaamheidsdoelen van het Parijsakkoord na te streven. Zo is Vestia bezig met een grootschalig onderhoud om zo het energielabel van de woningen omhoog te krijgen. Verder is er het plan van de Gemeente Rotterdam en Vestia om het dak te vergroenen.

Werk en educatie

Veel kinderen hebben hoge cito-scores, maar eindigen op een laag opleidingsniveau. Ze leren soms niet door na de Middelbare school. Er is veel werkloosheid, zelfs 28% van alle bewoners in de Peperklip ontvangt een bijstandsuitkering. Werkgelegenheid is vaak aan de overkant van de rivier waardoor er lange reistijden zijn naar banen.

Imago

De Peperklip heeft een roerig verleden achter de rug met veel slechte media aandacht en sociaal zwakkeren die hier geplaatst werden. Hoewel de problemen achter de voordeur nog blijven, is het imago veranderd door de social media. Bewoners vertellen vaak alleen maar vol trots over de Peperklip. Er is dus verschil in beleving tussen de buitenwereld en de bewoners zelf, die er met veel plezier wonen.

Cultuur en nationaliteit

De Peperklip is thuis voor 56 verschillende nationaliteiten. 17% van alle bewoners is van Nederlandse afkomst, en 83% komt uit een ander land. Dit is een erg spannende combinatie van bewoners, en biedt mogelijkheden om de rijkdom van de verschillende culturen aan te boren. Door de verschillende talen die er gesproken worden, zal het soms moeilijk zijn om het eerste contact te leggen met alle bewoners. Vestia heeft met de communicatie in het kader van de onderhoudsronde geconstateerd dat schriftelijke communicatie niet goed werkt. Ook met drukwerk moet opgepast worden. Uit onderzoeken is bekend dat veel mensen met andere culturele achtergronden niet geneigd zijn folders of posters uit zichzelf te bestuderen en dit geldt zeker voor laaggeletterden. Zij zijn niet gewend om op deze onpersoonlijke manier geconformeerd te worden.



| 03 |

Doelstellingen

Het actieplan 'Peperklip in Actie' agendeert een achttal doelstellingen. Deze doelstellingen zijn samen het uiteindelijke doel van dit actieplan en zullen allemaal meewerken om sociale veerkracht te realiseren. Denk hierbij aan het creëren van zelfredzaamheid, besparen op de rekening of recyclen van materialen. Door de bewoners van de Peperklip sociaal veerkrachtiger te maken, zullen ze gaan meedragen aan de duurzaamheid van het gebouw en de omgeving. Vanuit onze constatering tijdens ons onderzoek van een half jaar in de Peperklip zijn deze doelstellingen opgebouwd. Hierdoor worden de doelstellingen die ook toegepast kunnen worden op andere woongebouwen, toegespitst op de Peperklip.

Alle acht doelstellingen kunnen op zichzelf worden uitgewerkt. Ze zullen zowel alleenstaand of gezamenlijk al een positieve toekomst bieden aan de bewoners. Om de doelstellingen te kunnen behalen, kunnen partijen zoals de Gemeente of Vestia werken, maar ook bewoners of sleutelfiguren kunnen een positieve bijdragen leveren. Om de doelstellingen te bereiken is goede communicatie richting de bewoners essentieel. Het is uiteindelijk het idee dat de bewoners zelf aan de slag gaan. De doelstellingen zullen centraal staan in het actieplan, en zullen in samenwerking met de gereedschappen en bouwstenen een positieve draai brengen aan het verduurzamen van de Peperklip.

1 € **BESPAREN OP FINANCIËLE REKENING**

Binnen de Peperklip valt er
veel te besparen op financiële
rekening

2 **BEWUSTWORDING VAN VERBRUIK**

Door middel van educatie
en betrokkenheid zal de
Peperklipper bewustworden van
eigen verbruik

1. Besparen op financiële rekening

Door bewoners inzage te geven op hun bestaande rekening, zullen ze zien wat hun dagelijks verbruik per maand kost. Dit biedt kansen om de maandelijkse kosten te verlagen en hierop te besparen. Verschillende rekeningen zouden hierdoor lager kunnen zijn of volledig kunnen vervallen. De water- en elektriciteitsrekening zijn twee rekeningen die per maand voldaan worden, en per verbruikte kwh of liter worden verrekend. Ook wordt de rekening van afvalstoffenheffing door de afvalbedrijven en Gemeente Rotterdam naar de bewoners doorgerekend. Door inzage te geven zouden bewoners zelf kunnen beslissen hoeveel ze kwijt willen zijn aan hun dagelijks verbruik of hun eigen afval.

De bewoners in de Peperklip hebben een kleine maandelijkse beurs, elke besparing zou een groot verschil maken. De servicekosten van de portieken zoals elektriciteit zijn een deel van de huur, ze betalen een standaard bedrag per maand aan Vestia. Voor de water- en elektriciteitsrekening kunnen bewoners zelf een keuze maken bij welke leverancier ze aangesloten willen zijn. Deze worden namelijk apart geleverd. Ook is het financieel bevorderen van een huishouden een goede trigger voor mensen om aan te haken bij verschillende projecten.

2. Bewustwording van verbruik

Bewustwording omtrent eigen verbruik kan gecreëerd worden door bewoners inzage geven in het eigen water- en elektriciteitsverbruik, en afvalproductie. Door educatieve doeleinden kan er inzicht gegeven worden aan het verbruik en de mogelijkheid tot verandering. Ook smart-meters zouden inzage kunnen geven in het verbruik. Door bewoners verantwoordelijk te maken voor hun eigen verbruik, zullen ze inzien hoeveel extra per maand verbruikt wordt. Het idee is dat door hun eigen inzage hun verbruikspatroon zullen aanpassen en zo een positieve bijdrage zullen geven aan hun omgeving.

In het binnenterrein van de Peperklip slingert veel afval rond. Het merendeel van dit afval is plastic, wat hergebruikt of gerecycled zou kunnen worden. Het waterverbruik van de bewoners in de Peperklip is ligt 60 liter per dag per persoon hoger dan het gemiddelde in de Gemeente Rotterdam. Door bewoners hier bewust van te maken op een creatieve manier, en suggesties aan te reiken die zouden kunnen helpen met het besparen van water zou hier een positieve verandering kunnen opleveren.

3 **DUURZAAMHEID DOELEINDEN**

De Peperklip zal bijdragen aan de duurzaamheid doeleinden uit het Parijs akkoord

4 **WERKGELEGENHEID EN OPLEIDINGSKANSEN**

Werkgelegenheid en opleidingskansen zullen de bewoners helpen om verder te komen

3. Duurzaamheid doeleinden

In het Parijs-akkoord zijn er door de Europese Unie duurzaamheids doeleinden vastgesteld. Hierin wordt voorgeschreven dat de deelstaten hun water- en elektriciteitsverbruik en Koolstofdioxide uitstoot teruggedrongen moeten worden en de opwarming van de aarde tegengegaan moet worden. De Gemeente Rotterdam heeft hier zijn eigen duurzaamheid doeleinden uit gedestilleerd en vertaald naar de 'Resilience Strategie', die voorschrijft waar in de stad de klappen van klimaatverandering makkelijk opgevangen kunnen worden en waar nog wat extra hulp nodig is.

Door het gebouw van de Peperklip en de bewoners te verduurzamen, kan op microniveau een belangrijke bijdrage aan de duurzaamheids doeleinden geleverd worden. Vestia is hier momenteel mee bezig door grootschalig onderhoud te plegen aan het gebouw. Ook heeft de Europese Unie een subsidie uitgeschreven voor het vergroenen van het dak, zonnepanelen plaatsen en regenwater opvangen, waar de Gemeente en Vestia een samenwerking zijn aangegaan om dit te starten. Belangrijk in het traject van duurzaamheid is dat bewoners betrokken worden bij veranderingen, zodat deze gedragen worden door de bewoners en in stand gehouden kunnen worden.

4. Werkgelegenheid en opleidingskansen

Door de verschillende acties met als doel bewustwording, zoals evenementen en door pilotprojecten zullen er (vrijwilligers)banen ontstaan. Ook zullen er kansen gecreëerd worden om opleidingen te volgen, workshops te geven, op excursie te gaan of andere educatieve programma's op te zetten. Hierdoor zullen bewoners beter begrijpen wat de impact van hun acties zullen zijn, en zijn ze eerder geneigd om te participeren. Door werkgelegenheid en opleidingskansen te koppelen aan projecten en ontwikkelingen in de buurt, zijn mensen eerder betrokken bij de pilotprojecten.

Veel kinderen hebben een hoge cito-score in de Peperklip, maar zakken in de middelbare school af naar een lager niveau. Kinderen worden eerder gedwongen om te gaan werken dan om te studeren vanwege financiële situaties thuis. De banen die voor veel bewoners van de Peperklip aantrekkelijk zijn, zijn ver weg bijvoorbeeld aan de andere kant van de Maas en hebben daardoor een lange reistijd. Door werkgelegenheid dicht bij huis te creëren zou dit al toegevoegde waarde kunnen hebben voor de bewoners. Opleidingskansen zullen de kinderen of schoolverlaters stimuleren om door te gaan met hun studie, of een nieuwe techniek te leren die hen later in het leven zal helpen.

5 **EIGENAARSCHAP**

Door betrokkenheid zal er gewerkt worden aan eigenaarschap binnen de Peperklip

6 **ZELFREDZAAMHEID**

De Peperklip zal de tools krijgen om zelfredzaam te zijn

5. Eigenaarschap

Eigenaarschap is het gevoel van betrokkenheid en verantwoordelijkheid over iets zonder hier juridisch officieel eigenaar van te zijn. Hierdoor wordt eigenwaarde en aanspreekbaarheid voor het product gecreëerd. Dit is een belangrijk aspect bij het betrekken van mensen, want zonder het gevoel van eigenaarschap, zullen mensen minder snel bij een initiatief aangehaakt blijven. Door het verantwoordelijkheidsgevoel wat eigenaarschap creëert zal de betrokkenheid bij een project of product ook omhoog gaan.

In de Peperklip eigenen veel mensen hun loggia's, inhammen bij de voordeuren en bergingen toe. Ook wordt de individualiteit van de bewoners gezien door de verschillende inrichtingen en verbouwingen die aan de loggia's zijn gedaan. Dit laat zien dat bewoners trots zijn en zich verantwoordelijk voelen voor hun omgeving. Door hierop in te spelen zullen bewoners ook eigenaarschap gaan creëren voor andere aspecten in hun dagelijks leven.

6. Zelfredzaamheid

Het voor jezelf zorgen en in je eigen behoefte kunnen voorzien is zelfredzaamheid. Dit betekent dat er een onafhankelijkheid ontstaat van bestaande systemen en leveranciers. Om dit te kunnen realiseren zijn verschillende partijen nodig. Als een woongebouw bijvoorbeeld in zijn eigen waterbehoefte zou willen voorzien door het hergebruik van grijs water, zullen de gemeente, het hoogheemraadschap en waterschap aangehaakt moeten worden om de bestaande systemen aan te passen om de nieuwe werkelijkheid te maken.

In de Peperklip zijn veel bewoners verantwoordelijk van verschillende instanties. Financiële zelfredzaamheid is een kans die eerst aangepakt moet worden in de Peperklip. Door mensen het vertrouwen te geven in hun eigen financiële mogelijkheden zullen ze ook eerder geneigd zijn om zelfredzaam te worden in andere delen van hun leven. Hierna zouden initiatieven zoals het afkoppelen en hergebruik van het regenwater gerealiseerd kunnen worden.

7 **SOCIALE VERBONDENHEID EN VEERKRACHT**

Sociale verbondenheid en veerkracht zullen centraal staan in de Peperklip

8 **HERGEBRUIK EN RECYCLING**

Door mogelijkheden te creëren voor recyclingen en hergebruik zal het makkelijker worden om grondstoffen en materialen opnieuw te gebruiken

7. Sociale verbondenheid en veerkracht

Door samen sterk te staan creëert dit een verbondenheid binnen de buurt. Hierdoor zal er meer sociale controle ontstaan tussen buurtbewoners en kunnen problemen onderling opgevangen worden. Educatie, communicatie en een duidelijk aanspreekpunt zijn hiervoor erg belangrijk. Ook het vertrouwen in eigen omgeving, en het leren kennen van de burens speelt hierbij een grote rol. Sociale veerkracht is iets wat erg belangrijk is voor sociale huurwoningen, want de soms aanwezige multiproblemen van de bewoners zullen dan eerder verholpen kunnen worden zonder afhankelijk te zijn van instanties.

In de Peperklip is het imago de laatste tijd positief veranderd sinds de komst van social media. Bewoners spreken positief over hun thuis, en de iconische vorm van het gebouw is een symbool geworden. Ook spelen er veel kinderen in de binnentuin, en komt de Italiaanse ijscoman op vrijdagmiddag langs om ijsjes te verkopen. Dit creëert veel reuring en ontmoetingen tussen de bewoners. Toch zijn er veel families met multiproblemen achter de voordeur. Door mensen het vertrouwen in hun omgeving te geven zouden ze samen sterk kunnen staan en problemen samen kunnen oplossen.

8. Zelfredzaamheid

Veel grondstoffen en materialen, zoals plastic en water, zouden nogmaals gebruikt kunnen worden. Het wordt moeilijk gevonden door woningbouwcorporaties om voor grote woongebouwen afval te scheiden, want de coöperaties hebben het gevoel dat bewoners onvoldoende interesse hebben in afvalscheiding. Ook hebben mensen in grote woongebouwen vaak een laag verantwoordelijkheidsgevoel, omdat het voor hen voelt alsof alles geregeld wordt. Daardoor hebben woningbouwcorporaties geen haast in het toevoegen van mogelijkheden om afval te scheiden. In België is afvalscheiding bij grote woongebouwen wel een feit, en iets wat erg goed werkt. Hier kan Vestia en andere woningbouwcorporaties nog iets van leren.

Momenteel wordt er in de Peperklip niet gedaan aan het scheiden van verschillende groepen afval. Er bevindt zich alleen een restafvalbak, waar alles in gedumpt wordt. Op het binnenterrein en rondom het gebouw ligt veel zwerfafval, wat voornamelijk plastic bedraagt. Dit zou vrij gemakkelijk hergebruikt kunnen worden. Door bewoners bijvoorbeeld te helpen met het verzamelen van plastic en het ter plekke gebruiken in een 3D printer kan er laten zien worden dat het merendeel van het afval wat weggegooid wordt nog een keer gebruikt kan worden. Door de Peperklip als voorbeeld te gebruiken, zouden andere woonblokken hier veel van kunnen leren en dit actieplan ook kunnen gebruiken als leidraad.



| 04 |

Bouwstenen

Om de doelstellingen te bereiken is goede communicatie richting de bewoners essentieel. Het is uiteindelijk het idee dat de bewoners zelf aan de slag gaan. Om de bewoners op een goede manier te kunnen betrekken zijn er acht bouwstenen voor communicatie opgesteld. Dit zijn als het ware principes waar rekening mee gehouden moet worden. Deze bouwstenen zijn ook gebaseerd op constatering uit het vooronderzoek en benoemen dan ook heel specifiek hoe te communiceren met bewoners, met de kennis van de plek en mensen in het achterhoofd. Alle acht bouwstenen zijn nodig om tot een goed gereedschap te komen. Deze gereedschappen zijn communicatiemiddelen die ingezet worden om de doelstellingen te bereiken en worden verder toegelicht in hoofdstuk 5.

Communicatie gaat niet altijd zoals gehoopt. Veel geweldige participatieve ideeën of projecten mislukken uiteindelijk omdat de manier van communiceren niet is afgestemd op de ontvanger. Om dat te voorkomen is het belangrijk om de ontvanger, in het geval van de Peperklip dus de bewoner, te begrijpen. Sommige manieren van communicatie zullen niet werken bij deze bewoners vanwege cultuur, taalachterstand of participatie moeheid. In dit hoofdstuk staan daarom acht bouwstenen, die specifiek benoemen waar op ingezet kan worden bij de Peperklip.



1 CULTUUR EN RELIGIE

Hou rekening met culturele en religieuze achtergrond van bewoners en zet in op het multiculturele karakter van de Peperklip



2 PEPERKLIP ALS ICOON

Maak gebruik van de iconische architectuur/ vorm van de peperklip en geef het woongebouw hiermee een “gezicht”

1. Hou rekening met culturele en religieuze achtergrond van bewoners van de Peperklip

De Peperklip is thuis voor 56 verschillende nationaliteiten. 17% van alle bewoners is van Nederlandse afkomst, en 83% komt uit een ander land. Dit is een erg spannende combinatie van bewoners, en biedt mogelijkheden om de rijkdom van de verschillende culturen aan te boren. Alhoewel dit een gigantische kans is, maakt het communicatie niet altijd makkelijk. Door de verschillende talen die er gesproken worden, zal het soms moeilijk zijn om het eerste contact te leggen met alle bewoners. Door verschillende bewoners te betrekken die verschillende talen beheersen, zouden die als tolken op kunnen treden om zo verschillende mensen te informeren over de aankomende evenementen of plannen.

Het multiculturele karakter brengt ook een zekere zin van trots met zich mee. Door met het inzetten van instrumenten in te spelen op de verschillende nationaliteiten kunnen

mensen zich meer betrokken voelen en sneller willen participeren. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het gebruiken van traditionele muziek of multicultureel eten.

Al deze culturen hebben ook een eigen kijk op duurzaamheid. Soms zullen gewoontes van bewoners voortkomen uit cultuur. Zo is het in veel Islam-landen uit den boze om brood weg te gooien. Bij bakkers in Marokko kan je dan ook altijd gratis oud brood meekrijgen omdat ze het niet weg willen gooien. Brood is heilig. Het is van God gegeven. En daarom is het een religieuze plicht om brood aan de armen te geven. Brood aan vogels en dieren geven mag ook: dan wordt het in elk geval nog gebruikt. Maar de afvalbak in: dat kan absoluut niet. Het is belangrijk om deze culturele en religieuze gewoonten mee te nemen is het toepassen van instrumenten.

2. Maak gebruik van de iconische architectuur/ vorm van de peperklip en geef het woongebouw hiermee een “gezicht”

De Peperklip heeft een roerig verleden achter de rug met veel slechte media aandacht en sociaal zwakkeren die hier geplaatst werden. Social media heeft dit veranderd, hier is het slechte imago niet terug te vinden maar zien we juist vooral positieve berichten. Dit komt waarschijnlijk door het verschil in beleving tussen de buitenwereld en de bewoners zelf, die er met veel plezier wonen. Hoewel de problemen achter de voordeur nog blijven, is het imago veranderd door de social media. Loop je langs de Peperklip of door de binnentuin, dan verwijst er niks terug naar de oude slechte reputatie. Raak je aan de praat met een bewoner, dan zal diegene alleen maar vol trots over de Peperklip vertellen. Door de komst van social media en de positiviteit van de bewoners, zijn alle bewoners alleen maar trots op het gebouw en blij om hier te mogen wonen. Deze trots is bijvoorbeeld ook terug te zien in de bijzondere tattoo van de Peperklip. Verschillende jongeren hebben er al één. Het zorgt voor een band tussen de jongeren en brengen de trots over naar anderen. De

Peperklip is een grafisch logo en is snel herkenbaar. Je kunt dit logo als een kans zien, iedereen weet meteen dat het over de Peperklip gaat. Mensen willen er ook graag mee verbonden worden zoals met de tattoos. Ook beschikt de Peperklip over zijn eigen Rapper, Donny PPK. Hij wilt ook graag geassocieerd worden met de Peperklip, zo heeft hij een logo van de Peperklip op zijn shirt en de videoclips zijn vol trots opgenomen in de binnentuin van de Peperklip. Rapper Donny PPK noemt zichzelf ook de ambassadeur van de Peperklip.

Trots voor eigen woonplek draagt bij aan het gevoel van eigenaarschap. Als bewoners zich eigenaar voelen over niet alleen hun woning maar ook de binnentuin en omgeving. Eigenaarschap is essentieel om bewoners te betrekken in duurzaamheidsdoelen. Eigenaar zijn van en verantwoordelijk zijn voor woning en omgeving kan zorgen voor het besef dat ze duurzamer kunnen leven.



3 **BEEDEN SPREKEN WOORDEN**

Communiceer duidelijk en helder. Gebruik daarbij zoveel mogelijk beeld om mensen aan te spreken en geen tekst!



4 **GEBRUIK LOKALE KRACHT**

Betrek lokale ondernemingen, initiatieven en/of sleutelfiguren

3. Communiceer duidelijk en helder. Gebruik daarbij zoveel mogelijk beeld om mensen aan te spreken

Vanwege de aanwezigheid van verschillende nationaliteiten zijn niet alle bewoners vertrouwd met de Nederlandse taal. Vrijwilligers Fatima en Aisha organiseren activiteiten in de Peperlink en gaven aan dat taal een lastig punt is in de Peperklip. Ze zijn trots op de enorme mix aan culturele achtergronden die vertegenwoordigd zijn in de Peperklip. Fatima gaf aan dat bij veel vrouwen, met zoals haarzelf een Marokkaanse afkomst, schrijven en lezen van Nederlandse taal lastig is. In de Peperlink werden voorheen taallessen gegeven voor spreekvaardigheid in Nederlandse taal. De Nederlands leraar, voormalig inwoner van de Peperklip, is echter een

tijdje geleden gestopt en ze zoeken nu een vervanger. Ook Vestia heeft met de communicatie in het kader van de onderhoudsrunde geconstateerd dat schriftelijke communicatie niet goed werkt.

Er kan dus beter ingezet worden op een beeldende manier van communiceren naar de bewoners. Een goed voorbeeld van beeldcommunicatie is Steffie.nl. Deze website communiceert met treffende beelden en heeft een voorleesfunctie. Het belangrijkste aan goede beeldcommunicatie is dat het beeld zelf zonder nadere tekstuele uitleg begrepen kan worden.

4. Betrek lokale ondernemingen, initiatieven en/of sleutelfiguren

Voor het opstarten van een collectief is het belangrijk dat de juiste mensen worden betrokken. In de Peperklip en de wijk zijn al enkele initiatieven, ondernemingen en sleutelfiguren aanwezig die kunnen helpen bij het betrekken van de andere bewoners. Door deze lokale partijen te benutten kan er gebruik gemaakt worden van het bestaande netwerk van contacten in de wijk. Bij het inzetten van gereedschappen moeten deze partijen nauw betrokken worden. Zij weten namelijk het beste de bewoners te bereiken omdat ze al onderdeel zijn van hun dagelijks leven. Het is dus belangrijk om een goed overzicht van de initiatieven, ondernemingen en sleutelfiguren te hebben, aanwezig in en betrokken bij de peperklip. Op pagina 29 geeft de isometrie “lokale ondernemingen, initiatieven en/of sleutelfiguren” inzicht over welke partijen er zijn en waar die zich bevinden in de Peperklip. Wellicht dat er al initiatieven of sleutelfiguren aanwezig zijn die iets met duurzaamheid doen. De Rotterdamse Munt zou bijvoorbeeld kunnen helpen met composteren en Fatima en Aisha kunnen koken van overgebleven voedsel. Advies is om contact op te nemen met deze partijen en wensen en welwillendheid voor participatie te achterhalen. Hiernaast alvast twee partijen waar dit al van bekend is.

Stichting Rotterdamse Munt wil bijdragen aan een levendige en gezonde stad door groene ruimte te maken en groene activiteiten te organiseren waarin buurt- en stadsbewoners samen werken aan de groene & gezonde stad. De tuin is ontstaan uit een bewonersinitiatief en is opgebouwd door en samen met buurtbewoners. In 2018 maakt de Rotterdamse Munt de sprong van hun huidige tijdelijke locatie in de Afrikaanderwijk naar een nieuwe permanente locatie naast de Peperklip. Ingrid Ackermans is de initiatiefnemer en heeft aangegeven graag samen te werken met bewoners uit de peperklip. Hier ligt dus een kans om het initiatief een rol te geven in de gereedschappen.

Aïsha en Fatima zijn twee bewoners van de Peperklip die actief zijn als vrijwilligers in de Peperlink. Fatima woont er al vanaf de oplevering van het blok en Aïsha al 26 jaar. Ze hebben een hele goede band met veel bewoners en praten veel met ze over problemen, gezondheid en voedsel. Ze hebben een actief groepje van 10 mensen en bij de aanschuiftafel iedere maand schuift ongeveer 30 man aan. Ze weten van veel burens wat er speelt en zullen dus zeker een aanwinst zijn voor actieve deelname aan de gereedschappen. Ze koken in ruil voor een kleine bijdrage, maaltijden voor bezoekers van de Peperlink. Ze hebben aangegeven graag actief vrijwilligerswerk te doen en staan open voor nieuwe uitdagingen.



5 **WAT LEVERT HET OP**

Maak direct inzichtelijk welke financiële en/of sociale baten er zijn voor de bewoners



6 **ONAFHANKELIJK PROFESSIONAL**

Zorg ervoor dat de communicatie en organisatie via een onafhankelijk professional verloopt die ervaring heeft met het werken in multiculturele wijken (Niet via gemeente en Vestia)

5. Maak direct inzichtelijk welke financiële en/of sociale baten er zijn voor de bewoners

Duurzaamheidsdoelen interesseren de bewoners van de peperklip niet. Daarom moet er gedacht worden vanuit de bewoners. Veel van de bewoners hebben financiële problemen, en 28% ontvangt een uitkering. De meeste huishoudens bestaan uit eenpersoonshuishoudens of alleenstaande ouders. Ook wonen er in de Peperklip gemiddeld dubbel zoveel kinderen als in Rotterdam. Door de ligging van de Peperklip ten opzicht van de stad, en de vrij moeilijke bereikbaarheid tot de arbeidsmarkt staan veel bewoners ook buiten de samenleving. Doordat de Peperklip een sociaal huurcomplex is, wordt er ook gevraagd vanuit het Rijk dat toetreders tot de maatschappij hier een plekje krijgen. Doordat dit een percentage is

van de hoeveelheid bewoners, is dit in de Peperklip een relatief hoog aantal van de bewoners. Alles samen zorgt dit ervoor dat er achter de deuren van de woningen zich multi problemen voordoen, en de bewoners al te veel aan hun hoofd hebben om ook nog mee te gaan doen in een participatietraject (Gemeente Rotterdam, 2018). Door in te zetten op het in eerste instantie verbeteren van deze problemen en duurzaamheid te gebruiken als manier om dit te bereiken wordt het interessant voor de bewoners om betrokken te raken.

6. Zorg ervoor dat de communicatie en organisatie via een onafhankelijk expert verloopt

Bij ondervraging van vrijwilligers en leden van de Peperlink bleek kwam naar boven dat veel bewoners participatie moe zijn. Dit heeft volgens hen vooral te maken met het feit dat ze wel belangrijkere zaken aan hun hoofd hebben dan het planten van bloemen in de binnentuin.

Omdat bewoners misschien niet altijd goede ervaringen hebben met Gemeente, Vestia en welzijnsorganisaties is het een risico om de bewoners direct vanuit deze organisaties aan te spreken. Uit ondervraging van vrijwilligers bleek dat er wantrouwen ontstaan is omdat

er af en toe dingen beloofd zijn die niet uitgevoerd zijn. Wij adviseren daarom om een professional in te schakelen die weet hoe je het beste te werk kan gaan in dit soort situaties. Deze professional kan vanwege zijn of haar onafhankelijkheid ook beter het vertrouwen van de bewoners winnen. Bij het uitzoeken van een professional zou ook rekening gehouden moeten worden met achtergrondkennis met duurzaamheids- en sociale projecten.



PERSOONLIJK CONTACT

Benader via persoonlijk contact, dit werkt bij verschillende doelgroepen.



TOUCHPOINTS

Denk goed na over de ruimtes en locaties die je gaat gebruiken voor het inzetten van instrumenten

7. Zorg voor persoonlijk contact

Door de hoge hoeveelheid kinderen die in de Peperklip woont en de grote verscheidenheid aan gezinssamenstellingen zullen er verschillende methodes gebruikt moeten worden om mensen te stimuleren en aan te spreken. Dit biedt ook een kans om creatief om te gaan, en nieuwe manieren te bedenken over hoe boodschappen overgebracht kan worden. We hebben aan een aantal communicatie experts advies gevraagd wat volgens hun de beste manier is om alle doelgroepen te bereiken, dat blijkt persoonlijk contact te zijn. Het is tevens de manier die het meeste tijd in beslag neemt. Er moet dus rekening gehouden worden met het feit dat er genoeg tijd voor uitgetrokken moet worden om iedereen te kunnen bereiken. Persoonlijk contact kun je zien als persoonlijk uitnodigingen door middel van deur aan deur en via sleutelfiguren of initiatieven.

In onze maatschappij is drukwerk het eerste medium waaraan men denkt indien men informatie wil overdragen. Maar drukwerk kan naar andere nationaliteiten toe nooit als zelfstandige drager van informatie dienst doen. Uit onderzoeken is bekend dat veel mensen met andere culturele achtergronden niet geneigd zijn folders of posters uit zichzelf te bestuderen en dit geldt zeker voor laaggeletterden. Zij zijn niet gewend om op deze onpersoonlijke manier geconformeerd te worden. Bij het inzetten van drukwerk moet dus altijd gecombineerd worden met persoonlijk contact.

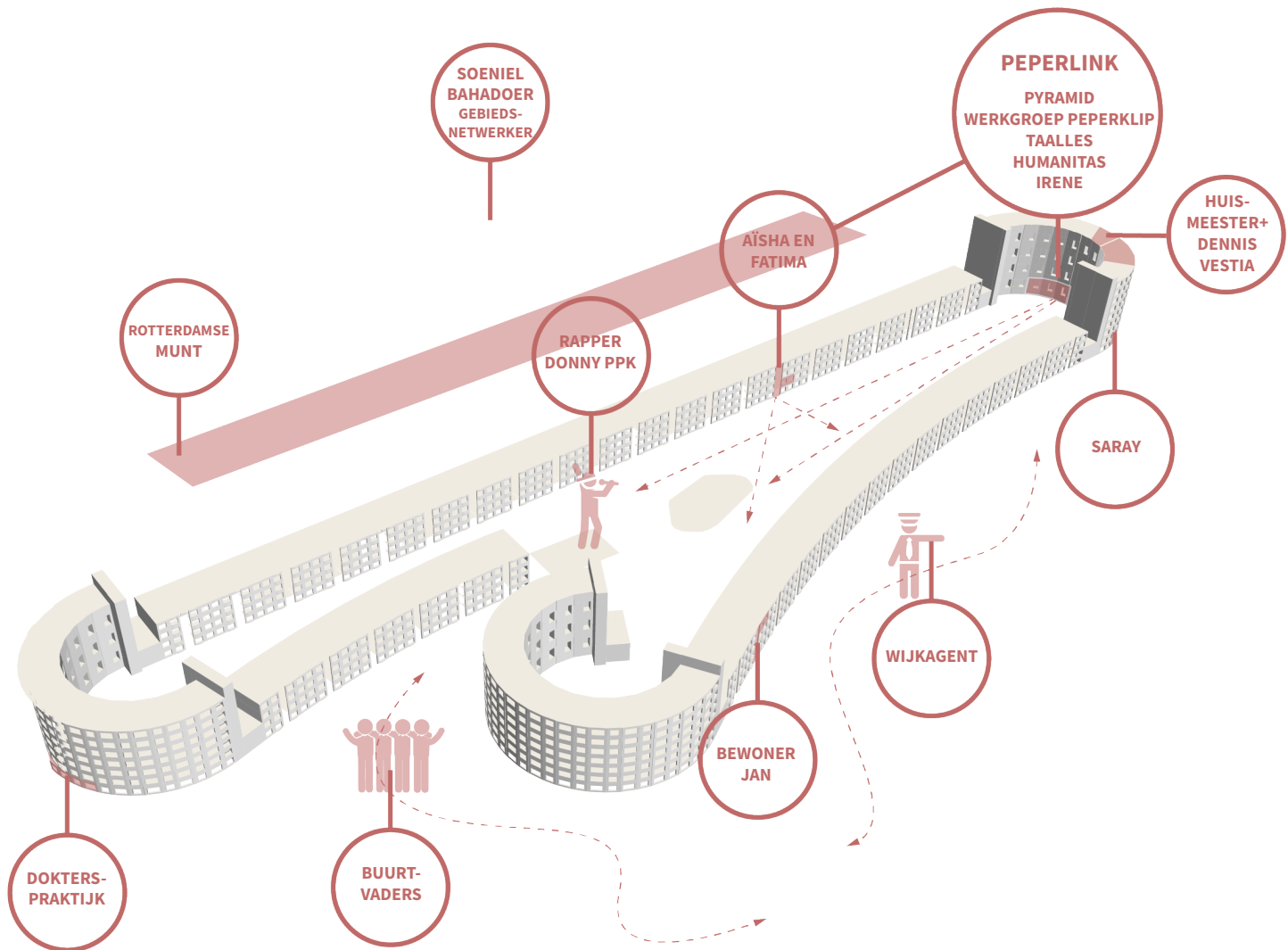
8. Denk goed na over de ruimtes en locaties die je gaat gebruiken voor het inzetten van instrumenten

Bij het bereiken van de bewoners van de Peperklip heeft het uiteraard geen nut om in andere woongebouwen te gaan flyeren. Ook binnen de Peperklip en de binnentuin moet je echter goed nadenken over de exacte locatie waar je gereedschappen inzet. Het moment dat de bewoner in contact komt met een gereedschap noemen we ook wel een touchpoint. Een touchpoint kan zich plaatsvinden op zowel ruimtelijke als online en virtuele locaties. Op punten waar meerdere mensen samenkomen zorgt een goed instrument voor discussie. Om de touchpoint-locaties in de Peperklip te vinden hebben we vanuit de dagelijkse routine van de bewoner gedacht. De isometrie

“touchpoints” op pagina 30 geeft overzicht over de beste ruimtelijke touchpoint-locaties in het openbaar deel van de Peperklip. De locaties waar de meeste touchpoints plaatsvinden zijn de portieken, galerijen, bergingen, afvalcontainers en de binnentuin. Dit zijn namelijk plekken die onderdeel zijn van het dagelijks ritme van alle bewoners. Daarnaast zijn er nog enkele plekken die door bepaalde doelgroepen of een selecte groep gebruikt worden. Denk bijvoorbeeld aan het speelveld wat voornamelijk door jonge kinderen gebruikt wordt of de bar van Saray waar veel jongeren op af komen.

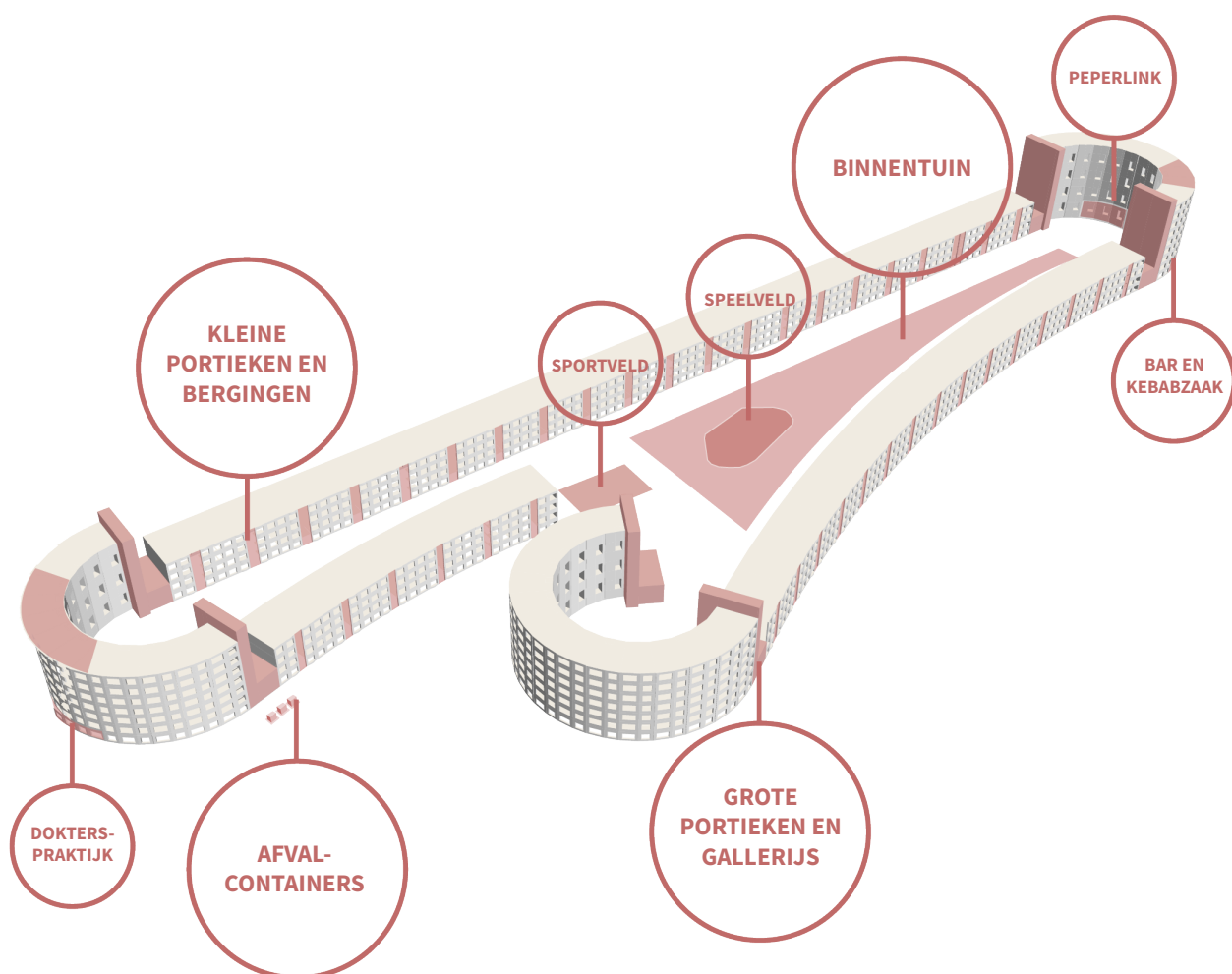
Lokale ondernemingen, initiatieven en sleutelfiguren

Deze isometrie laat zien welke lokale ondernemingen, initiatieven en sleutelfiguren aangesproken kunnen worden om te participeren in de gereedschappen. Het beeld laat bovendien zien waar in de peperklip deze partijen zich bevinden.



Touchpoints

Deze isometrie laat zien op welke locaties in de Peperklip zich touchpoints bevinden. Op de plekken van de grote bollen worden meer mensen bereikt dan op de plekken met kleine bollen.





| 05 |

Gereedschappen

Om een goede communicatiecampagne, met de eisen van de acht bouwstenen, uit te kunnen rollen in de Peperklip zijn er gereedschappen nodig die ervoor zorgen dat er naar de doelstellingen toegewerkt kan worden. Denk bij deze gereedschappen bijvoorbeeld aan een duurzaamheidsevenement of een campagne. Er zijn enorm veel gereedschappen die ingezet kunnen worden. Wij zijn met een aantal communicatieprofessionals in gesprek gegaan op zoek naar gepaste gereedschappen voor de Peperklip. We hebben ze de situatie geschetst en op basis van hun advies zijn we op een zestal gereedschappen gekomen die ingezet kunnen worden.

De gereedschappen zijn middelen om de acht bouwstenen in te zetten, om de doelstellingen van de Peperklip te kunnen realiseren. Zo dragen de gereedschappen bij aan het sociaal veerkrachtiger maken van de Peperklip. In dit actieplan zijn zes gereedschappen uitgewerkt die aan de hand van ons onderzoek succesvol zullen zijn bij de bewoners van de Peperklip. Meerdere gereedschappen zijn denkbaar, en samen zullen die verschillende scenario's vormen waarin de bewoners, Vestia en de Gemeente gaan samenwerken tot het verduurzamen van de Peperklip. De gereedschappen kunnen op verschillende schalen ingezet worden zoals één-op-één of als een groep. De gereedschappen kunnen mede door of samen met andere initiatieven, sleutelfiguren en werkgroepen worden opgestart.

1 **ACTIEPLAN**

Het actieplan illustreert een mogelijkheid aan de hand van heldere doelstellingen hoe de Gemeente en Vestia bewoners kunnen enthousiasmeren, triggeren en betrekken bij het inzien van voordelen van duurzaamheid in hun dagelijks leven

2 **BEWONERS AANSPREKEN**

De 8 bouwstenen van communicatie worden gebruikt om de bewoners met alle verschillende nationaliteiten en leeftijden aan te spreken

1. Actieplan

Op dit moment verdienen water-, elektriciteit- en afvalbedrijven miljoenen met het verkopen van water en elektriciteit, en het recyclen van afval. Maar bewoners kunnen zelf ook iets betekenen of zelfs verdienen aan water, elektriciteit en afval. De schaal van de Peperklip biedt een kans om op een andere manier te kijken naar het dagelijks verbruik van de bewoners en het gebruik van het gebouw. Zo betalen de bewoners nu drie keer voor hun water; één keer voor drinkwater, één keer voor het afvoeren naar het riool en één keer voor het water dat van het riool naar de waterzuivering gaat, terwijl dit allemaal hetzelfde water is. Dit is natuurlijk veel en verdrievoudig. Op grote schaal kan er in het actieplan bepaald worden dat hier iets aangedaan wordt, en zo kunnen de bewoners financieel besparen.

De bewoners hebben direct profijt van het anders omgaan met verbruik van water, elektriciteit en afval. Dit

kan al met een kleine ingreep of verandering zoals minder lang douchen of een smart-meter. Het geeft inzicht en zorgt ervoor dat de rekening minder hoog zal zijn, dus het levert eigenlijk geld op voor de bewoners. Door dit actieplan worden de voordelen van duurzaamheid en het anders omgaan van dagelijks verbruik inzichtelijk. Met dit plan kunnen Vestia en de Gemeente aan de slag om dit op te gaan starten.

Bij uitvoering van dit actieplan, wordt de peperklip een voorbeeld voor andere sociale woningbouwprojecten. Ook al zitten bewoners in bijstand of hebben ze een betalingsachterstand, ze kunnen altijd iets betekenen voor een beter milieu. Iedere kleine aanpassing, kan al iets opleveren. Dus wordt de Peperklip tot een succes gemaakt, dan zal er niks meer onmogelijk zijn! De peperklip zal van architectonisch icoon naar een duurzaamheidsicoon transformeren.

2. Het aanspreken van bewoners

Veel projecten of initiatieven mislukken uiteindelijk, omdat de manier van communiceren niet is afgestemd op de ontvanger. Het is daarbij belangrijk om tijdens het aanspreken van bewoners in de Peperklip dit specifiek voor hen te doen. Het is een andere aanpak dan in andere woongebouwen. Niet alle communicatieplannen zullen in de Peperklip werken. Sommige manieren van communiceren zullen niet werken bij de bewoners vanwege verschillende culturen of taalachterstand. Door de acht bouwstenen van communicatie te gebruiken, speel je in op de bewoner van de Peperklip. Deze acht bouwstenen kun je afzonderlijk of met meerdere tegelijk inzetten om te communiceren met bewoners. Het is daarbij altijd belangrijk om rekening te houden met de verschillende nationaliteiten, leeftijden en aanwezige laaggeletterdheid. Dit betekent dat veel bewoners de

brieven, flyers en ander promotiemateriaal niet kunnen lezen en begrijpen. Het is daardoor effectiever om een bewoner één-op-één aan te spreken, via een sleutelfiguur of initiatieven. Als het belangrijk is om een poster of flyer uit te delen, geef deze vorm met iconen. Door gebruik te maken van een icoon of symbool wordt er meteen verteld wat het doel is van een product of dienst. De Peperklip roept om een universele taal, onafhankelijk van cultuur en landsgrenzen. Mensen met een verschillende afkomst en verschillende moedertaal moeten elkaar en het doel kunnen begrijpen. Iconen zijn associatief en moeten soms één keer uitgelegd worden aan de desbetreffende persoon. Een icoon wordt altijd herkend en onthouden.

3 KICK-OFF EVENT

Één groot low key event dat alle bewoners met verschillende nationaliteiten zal inspireren, enthousiasmeren en triggeren om verandering van dagelijks verbruik in gang te zetten

4 COLLECTIEF

Bewoners starten een collectief in ondersteuning van een professional om in te spelen op de duurzaamheidsdoelen, bewuster omgaan met verbruik en financiële besparing

3. Groot kick-off event voor alle bewoners

Het doel van de Kick-off is om de bewoners inzicht te geven in hun verbruik door middel van triggeren. Het triggeren zorgt ervoor dat de bewoners die naar de kick-off toe komen, interesse gaan tonen in het doel van de kick-off en het veranderen van hun eigen gedrag. Ook kunnen bewoners tijdens de kick-off een introductie krijgen over een mogelijk collectief en hiervan onderdeel gaan uitmaken. Bestaande sleutelfiguren en initiatieven moeten ontdekt worden en kunnen aansluiten bij de kick-off en het op te starten collectief. De kick-off is eenmalig en moet openbaar toegankelijk zijn voor alle bewoners, rekening houdend met de verschillende leeftijden en nationaliteiten aanwezig in de Peperklip. De beste plek om dit te doen is in de buitenruimte, of te wel de binnentuin van de Peperklip. Hierdoor kunnen bewoners die in eerste instantie niet zouden komen, later nog aansluiten. De communicatie van de kick-off moet duidelijk te begrijpen en aanspreekbaar zijn voor verschillende nationaliteiten. Dit betekent dat het belangrijk is om gebruik te maken van korte teksten en veel iconen of tekeningen.

Het triggeren van de bewoners kan door middel van verschillende activiteiten, hiervoor kan gebruik worden gemaakt van de catalogus 'Tools', die inspeelt op de interactie tussen bewoners. Het opzetten hiervan kunnen verschillende bestaande initiatieven of sleutelfiguren bij helpen zoals culturele muziek en cultureel eten aandragen. Maar ook het icoon, het gebouw zelf, kan gebruikt worden voor bijvoorbeeld een neptattoo. Dit zorgt voor eigenaarschap en herkenbaarheid. Het kunnen al de kleine dingen zijn, die een grote impact op het leven van de bewoners en hun gedrag kunnen hebben. Bijvoorbeeld, een eigen windmolentje maken voor hun fietsen, waarmee ze begrijpen hoe windturbine werkt. Een markt kan belangrijk zijn om verschillende producten of diensten kenbaar te maken aan de bewoners, hierdoor zullen de bewoners bewuster omgaan met hun eigendom. Bij een event hoort ook een leuke loungehoek of koffiehoek, dit kan door banken en stoelen die bij het grofvuil staan bij de Peperklip te verzamelen. Hou het vooral low key. Tip: tijdens de kick-off moet je de taal van de bewoners spreken en uitstralen

4. Collectief voor en door de bewoners

Het collectief kan bestaan uit; bewoners van de Peperklip, sleutelfiguren en andere initiatieven. Samen zullen ze elkaar helpen, maar ondersteuning nodig om acties te realiseren of om concrete stappen te zetten zal nodig blijven. De gemeente Rotterdam en Vestia moeten een vraagbaak, ondersteuner of organisator beschikbaar stellen of inhuren. De aangestelde onafhankelijke professional zorgt ervoor dat het collectief terecht kan met vragen, problemen of ideeën. Ook zorgt de professional ervoor dat er draagkracht is om het idee van het collectief verder te brengen. Dit kan bijvoorbeeld het uitzoeken van regelgevingen, geld inzamelen, een plan presenteren en het uitvoeren zijn. De professional is betrokken bij het collectief en zichtbaar voor de bewoners. Ook zal de professional altijd bij alle georganiseerde acties aanwezig zijn en houdt contact tussen de bewoners, het collectief, de gemeente Rotterdam en Vestia in stand. Professionals die dit zouden kunnen zijn bijvoorbeeld 'Moment Communicatie', 'bureau Graswortel' en 'de Energiewerkplaats'.

Het collectief heeft als doel om bewustwording te creëren en daarbij een gedragsverandering op gang te zetten. Hierdoor zal de Peperklip sociaal veerkrachtiger worden en bijdragen aan het verduurzamen van het gebouw. Bewoners hoeven minder te betalen, zullen bewuster omgaan met hun verbruik en bijdragen aan de duurzaamheidsdoelen. Het collectief zou één keer in de één tot maand twee maanden samen kunnen komen om over de veranderingen en nieuwe acties te spreken samen met de professional. Deze samenkomst zal altijd zichtbaar moeten zijn voor andere bewoners en initiatieven waardoor er bewoners kunnen aan- of afhaken. Hierdoor zal dit een continu organisch proces zijn wat niet vooraf in te plannen of te bedenken is. De professional zorgt voor een podium van de initiatieven en zorgt dat deze gehoord worden bij de gemeente en Vestia. De actie agenda punten die vanuit het collectief geagendeerd worden, zullen met behulp van de professional uitgevoerd worden.



5

CAMPAGNE

Door duidelijk en helder te communiceren door middel van iconen om bewoners met laaggelettertheid en met verschillende nationaliteiten aan te spreken



6

CATALOGUS TOOLS

Door gebruik te maken van de verschillende pilotprojecten in de catalogus 'Tools', worden de bewoners betrokken bij hun verbruik, duurzaamheid en een financiële besparing

5. Een campagne voor alle bewoners

Vanwege de aanwezigheid van verschillende nationaliteiten zijn niet alle bewoners vertrouwd met de Nederlandse taal. Veel bewoners van de Peperklip kampen met laaggeletterdheid. Dit betekent dat brieven, flyers en ander promotiemateriaal niet gelezen of begrepen worden. Vestia heeft met de communicatie in het kader van de onderhoudsronde ook geconstateerd dat schriftelijke communicatie niet goed werkt. Veel bewoners wisten nog niet van deze onderhoudsronde en waren daardoor niet op de hoogte van de gevolgen. Door gebruik te maken van een icoon of symbool wordt er meteen verteld wat het gevolg is van een product, bijvoorbeeld zoals bij een gereedschap. De Peperklip vraagt om een universele taal, onafhankelijk van cultuur en landsgrenzen. Mensen met een verschillende afkomst en verschillende moedertaal moeten elkaar en het doel kunnen begrijpen. Iconen zijn associatief en moeten soms één keer uitgelegd worden aan de desbetreffend

persoon. Een icoon wordt altijd herkend en onthouden. Uit een proof of principle-onderzoek van studenten Communicatie van de Vrije Universiteit Amsterdam blijkt dat iconen daadwerkelijk helpen om de werking van het product te begrijpen. Bij onze campagne, door middel van iconen zullen bewoners begrijpen hoe ze op een simpele manier beter kunnen omgaan met hun verbruik. Het beeld zal aantonen wat de bewoners hieraan hebben.

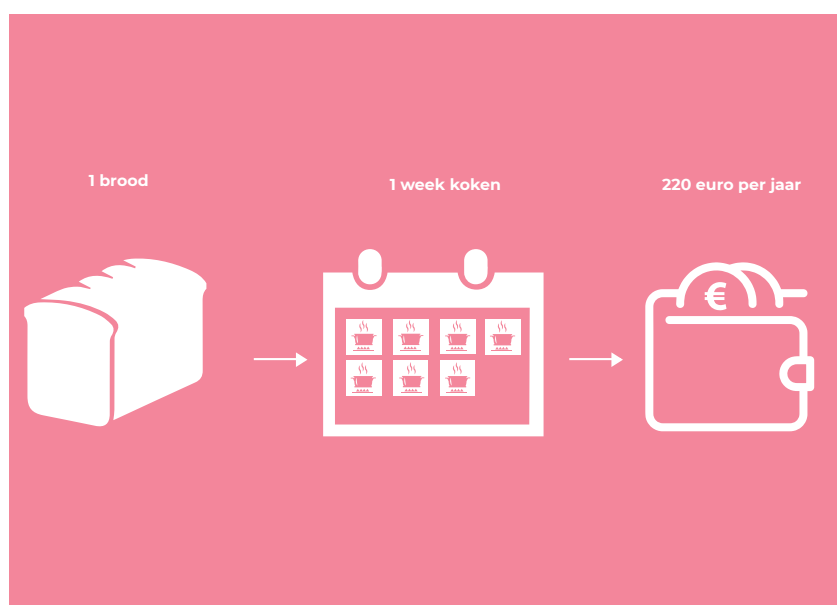
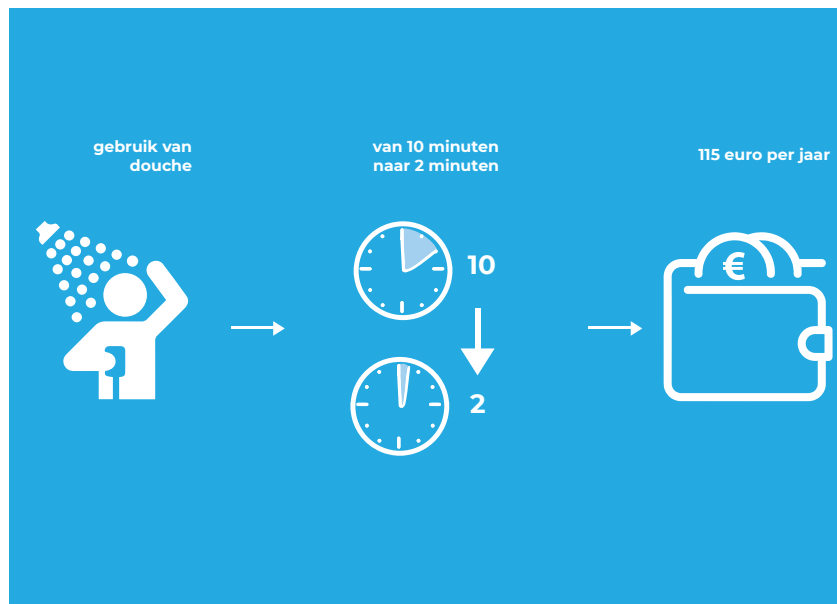
Iconen hebben de volgende eigenschappen:

- Ze trekken de aandacht van de lezer en domineren de tekst.
- Ze hebben een motiverend effect
- Ze zijn prettig te lezen door hun vorm, kleur en omliggende witruimte.
- Ze presenteren informatie in een compacte vorm
- Ze overstijgen taal en interculturele grenzen

6. Catalogus Tools

'Tools' is een wereld waarin je kunt besparen, verdienen en ontspannen. In de steden worden water- en electriciteitsvoorzieningen en afvalverwerking op stadsniveau geregeld. Maar waarom afhankelijk zijn van water-, electriciteits- en afvalbedrijven die miljoenen verdienen met ons verbruik, als bewoners het ook zelf kunnen? Bewoners kunnen op een andere manier afval gaan scheiden, energie opwekken en water gebruiken waardoor zelfs geld verdient kan worden. Door middel van verschillende pilotprojecten in de catalogus 'Tools' kunnen initiatiefnemers zelf aan de slag gaan. Deze

pilotprojecten worden volledig uitgelegd in de catalogus 'Tools' met kosten, benodigde ruimte en producten. Bij de pilots wordt er gebruik gemaakt van de technieken van dit moment maar wordt er rekening gehouden met de regels van de toekomst. Door gebruik te maken van de verschillende pilotprojecten in de catalogus 'Tools', worden de bewoners betrokken bij hun verbruik, duurzaamheid en een financiële besparing.



Drie voorbeelden van een campagne met gebruik van iconen

Door gebruik te maken van iconen bij een campagne, worden de bewoners betrokken bij het veranderen van hun dagelijks verbruik. Hierdoor kunnen ze hun gedrag veranderen, geld besparen en mogelijk zelfs geld gaan verdienen met hun verbruik. De campagne luidt daarom: Peperklip verdient met verbruik.

Dit zijn drie voorbeelden met betrekking op water, stroom en afval. Er zijn veel onderwerpen waarop de campagne kan inspelen. We hebben er daarom drie uitgewerkt om het idee zichtbaar te maken.

1. Een brood levert één week koken voor het avondeten voor één huishouden

Één heel brood zorgt ervoor dat een huishouden voor een hele week avond eten kan koken met het gas wat geproduceerd wordt door middel van GFT vergisting. Voor de mensen van de Peperklip met financiële problemen zal dit een verlichting geven op hun rekening. In de Peperklip is dit tevens ook een relevant thema, want bewoners

gooien vaak een oud brood op straat, omdat het verspillen van eten uit den boze is in verschillende religies.

2. Temperatuur laag zetten bij het huis verlaten levert 130 euro per jaar op

Door de temperatuur van de thermostaat lager of helemaal uit te zetten levert het 130 euro per jaar op. Dit doordat er geen verwarmings kosten betaald hoeven te worden. 130 euro per jaar waar de mensen van de Peperklip iets anders mee kunnen doen.

3. Van tien minuten naar twee minuten douchen levert 115 euro per jaar op

Een normale douchebeurt duurt gemiddeld tien minuten per persoon. Als een douchebeurt wordt verkort naar twee minuten per persoon dan kan er al 115 euro per persoon per jaar op bespaart worden. Dit zal zeker relevant zijn in de Peperklip, omdat het gemiddelde waterverbruik per bewoner 60 liter water per dag hoger ligt dan in andere delen van Rotterdam.



| 06 |

Scenario

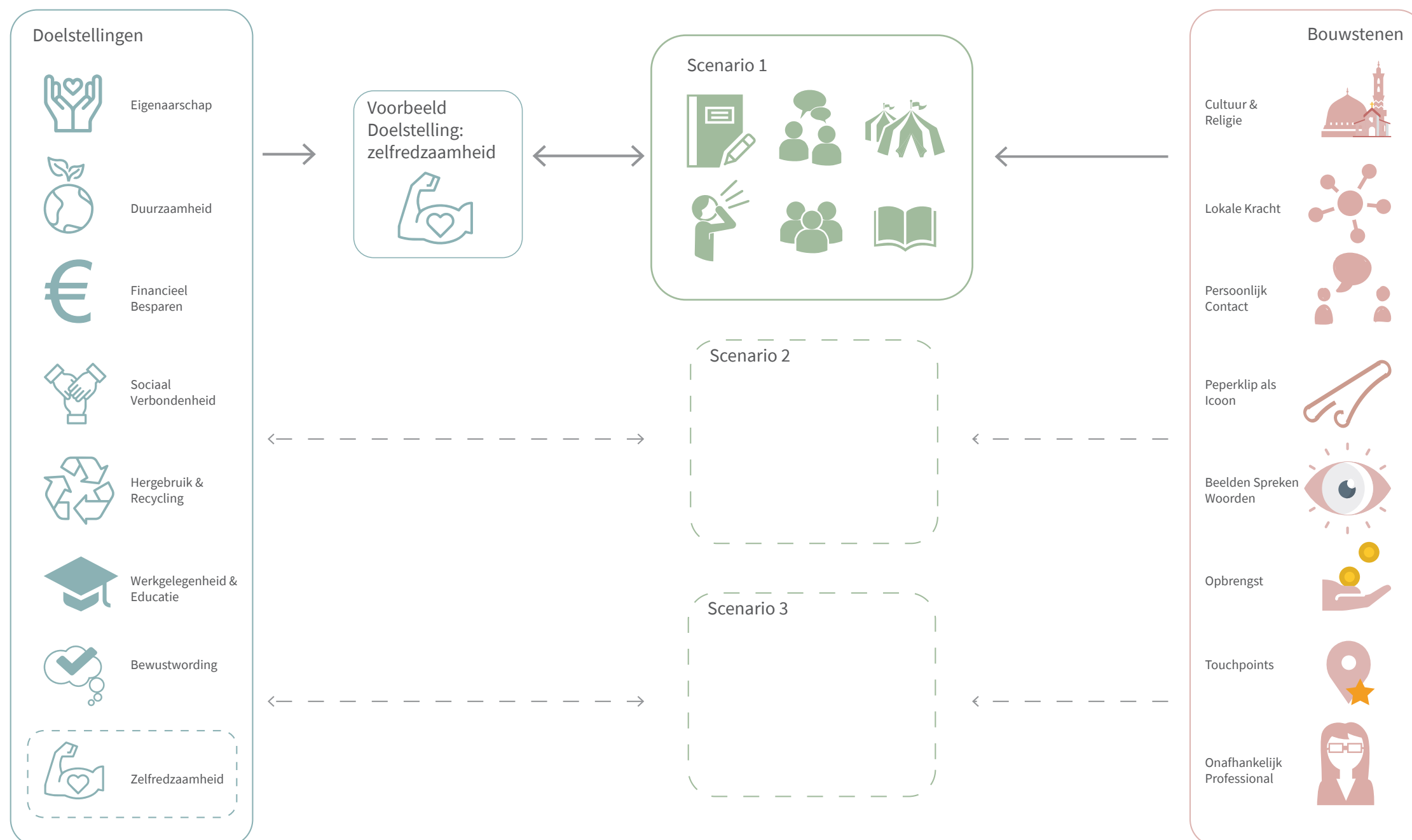
Het lijkt misschien onbereikbaar om het dagelijks patroon van bewoners te veranderen en toe te werken naar een veerkrachtige Peperklip. Ook is de vraag wanneer de Gemeente Rotterdam en Vestia moeten beginnen. Het traject kan namelijk ingewikkeld zijn. Het voorstel is, om meteen na het dichtslaan van dit actieplan te beginnen met de voorbereidingen.

Hiervoor is het belangrijk om te begrijpen hoe de doelstellingen, bouwstenen en gereedschappen met

elkaar samenwerken. Het naastliggende diagram geeft weer dat er verschillende scenario's mogelijk zijn om het traject van dit actieplan te starten. In dit hoofdstuk is één mogelijk scenario uitgewerkt tot een werkende strategie. Er zijn natuurlijk nog andere scenario's denkbaar maar dit zal tot een andere mogelijke gereedschappen leiden

Koppelingen

In het volgende diagram worden de koppelingen tussen de doelstellingen, bouwstenen en gereedschappen uitgelegd. Dit diagram is de basis van samenwerking tussen de verschillende elementen van het actieplan en geeft weer hoe de verschillende elementen met hun potentie ingezet kunnen worden.



Koppelingen

De doelstellingen, gereedschappen en bouwstenen van het actieplan zijn geen losstaande elementen. De koppeling tussen de verschillende elementen is wat dit actieplan tot een succes zal maken. Hierbij zijn de doelstellingen bedoeld om zowel een sociaal als fysiek veerkrachtige Peperklip te realiseren. Dit gebeurt aan de hand van de zes gereedschappen en acht bouwstenen. De gereedschappen zorgen elk op hun eigen manier voor het behalen van één of meerdere doelstellingen. Hierbij is van belang om te realiseren dat de basis van deze gereedschappen de bouwstenen zijn. De bouwstenen zijn de sleutel tot communicatie met de bewoners en zullen de gereedschappen tot een succes brengen. De keuze tot welke doelstelling behaald gaat worden, heeft invloed op welk gereedschap ingezet kan worden. Elke bouwsteen heeft betrekking op elk uitzonderlijk gereedschap, en zullen allemaal meegenomen moeten worden bij de uitwerking van een gereedschap.

Van de doelstellingen kan er één of meerdere doelstellingen uitgekozen worden. Hierna wordt de koers bepaald om dit doel of deze doelen te kunnen behalen. Om deze doelen te kunnen behalen heb je gereedschappen nodig om dit te kunnen doen. Deze gereedschappen hebben een basis nodig, deze basis zal altijd hetzelfde blijven. Maar de gereedschappen kunnen in een ander scenario veranderen. Wij hebben in het diagram hiernaast het doel zelfredzaamheid gekozen. Om dit doel te bereiken hebben we de acht bouwstenen nodig in samenwerking met de gereedschappen van scenario 1.

Actieve en ondersteunende partijen

Om het actieplan ‘Peperklip in Actie’ te kunnen realiseren zijn verschillende partijen nodig. De Gemeente Rotterdam, Vestia, Humanitas, een onafhankelijk professional en de bewoners zullen in het scenario van dit actieplan samenwerken tot een gezamenlijk doel. Momenteel zal dit als een onmogelijke opgave klinken, maar naastliggend diagram geeft weer dat dit een traject is waar in stapjes mee gewerkt zou kunnen worden, wat niet in een maand of jaar voltooid hoeft te worden. Aan de hand van de ‘Design Thinking Method’ en verschillende fases worden de partijen tegen elkaar uitgezet.

De verschillende fases die het traject zal doorlopen zijn; introduceren, betrekken, samenwerken en uitvoeren. Tijdens het introduceren zullen de meeste van de partijen aan het traject geïntroduceerd worden. Hier zullen er ideeën opgedaan worden en strategieën worden bedacht om in de volgende fase bewoners bij het traject aan te laten haken. Het Betrekken zal een actieve fase zijn, waarin de laatste betrokken partijen zich bij het traject zullen voegen. Ook worden hier de meeste gereedschappen gebruikt om mensen aan te laten haken. Dan volgt het Samenwerken. Hierin zullen de verschillende partijen die nu bij elkaar zijn gekomen samenwerken tot een één duidelijke uitkomst.

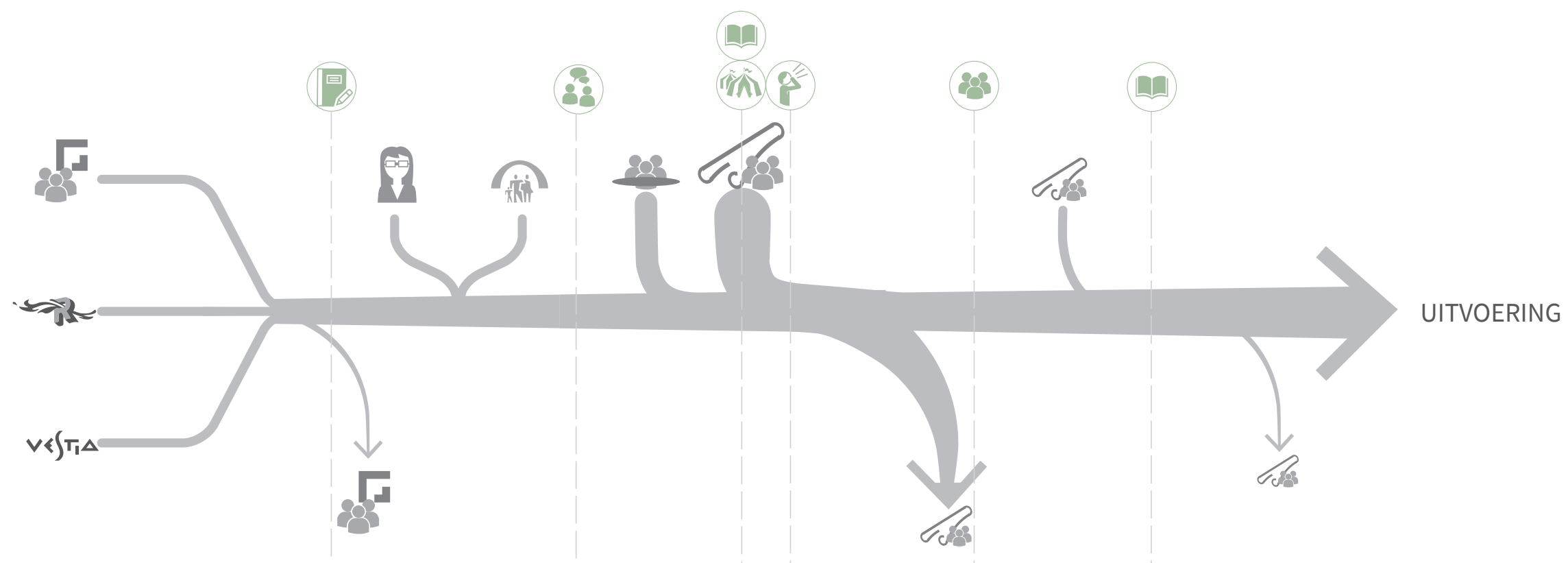
Die uitkomst wordt uitgevoerd tijdens het uitvoeren. De inspiratiefase, idee fase en implementatiefase komen terug in elk van de verschillende fases. In de inspiratiefase worden ideeën op gedaan, wordt er geobserveerd en geluisterd naar anderen, bijvoorbeeld naar de bewoners of andere partijen. Tijdens de idee fase worden er uit de vele

ideeën die zijn opgedaan in de inspiratiefase, een aantal bruikbare ideeën gedistilleerd en uitgewerkt. Hierna wordt tijdens de implementatiefase één of meerdere ideeën gerealiseerd. De tijd begint op het moment dat wij; Ellis, lianne en Melissa het actieplan introduceren aan de Gemeente en Vestia. Zij zullen door de verschillende stappen van de introductiefase gaan. Hierna zullen ze een onafhankelijk professional inschakelen en Humanitas bij hun proces betrekken. Hierdoor zullen de Gemeente en Vestia naar een ondersteunende rol verplaatsen, want de professional en Humanitas zullen een actievere rol gaan spelen. De bewoners zullen in de implementatiefase van het betrekken aanhaken, en tot het einde een actieve rol spelen. Zij zullen ook vanaf dat moment een centrale rol spelen, voor hen wordt het traject namelijk gevolgd.

Het actieplan is een uitnodiging om de volgende stap te gaan zetten. Het gehele traject is niet iets wat in 1 week voldaan kan zijn. In de eerste fase zijn alleen de Gemeente en Vestia de dragers van dit project zijn. Hierna zullen zij zich als partner veranderen en naar de ondersteunende factor begeven. Er zijn bewust geen tijdseenheden aangegeven op de tijdlijn, want het is niet te voorspellen hoe lang dit traject zal zijn. Laat deze tijdlijn ook niet de leidraad zijn van hoe het in de werkelijkheid zal verlopen, maar meer een gids die kan helpen laten inzien wat de mogelijkheden zijn. Op verschillende momenten mensen laten aan- en afhaken is cruciaal voor dit proces. Ongeforceerd te werk gaan, en een organische groei en ontwikkeling laten ontstaan is de sleutel van het slagen van dit project.

Koppelingen tussen verschillende partijen

Dit diagram geeft het traject weer van de verschillende partijen die betrokken zijn bij het actieplan. Zij zullen op verschillende momenten in het proces aanhaken, en zo samenwerken om het proces een succes te maken.



Koppelingen tussen de verschillende partijen

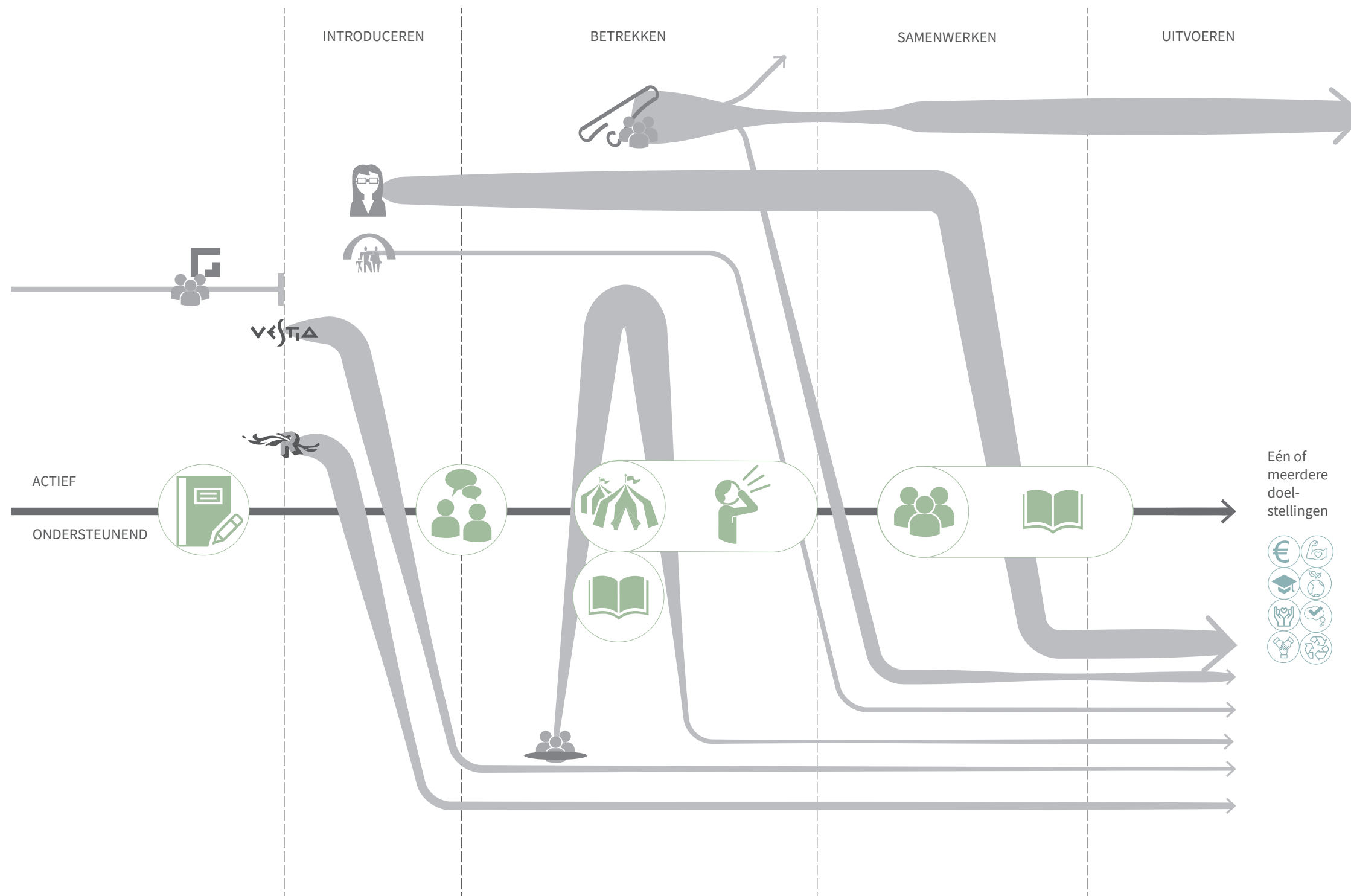
Om het actieplan 'Peperklip in Actie' te kunnen realiseren, is een integraal werkende groep partijen nodig. Deze partijen zullen op verschillende momenten aanhaken in het proces van het actieplan en zullen samenwerken tot de uitvoering van het doel. De partijen haken aan op momenten dat het voor hen gunstig is, of wanneer zij als actieve partij een functie of actie overnemen van anderen. Hierdoor zal de samenstelling van de samenwerking veranderen, maar het aantal participerende partijen blijven groeien.

Op het moment dat het actieplan geïntroduceerd wordt aan de Gemeente en Vestia, zullen Lianne, Melissa en Ellis vrijwel meteen na introductie afhaken. De Gemeente en Vestia pakken het actieplan op, en zullen de drager zijn van dit traject. Op ons advies zullen ze een onafhankelijk professional betrekken bij het proces. Humanitas haakt

ook aan en samen zullen ze het betrekken van de bewoners tot een succes te maken. Nadat de bewoners zijn ingelicht zullen de lokale partijen; de initiatieven, sleutelfiguren en ondernemers, aanhaken om hun kennis en kunden te delen met de bewoners. Sleutelfiguren en leden van een initiatief kunnen andere bewoners aansporen om ook mee te gaan doen. Ze zijn daarom ook een belangrijke factor in het bewoners aanspreken en een collectief opstarten. Door middel van een kick-off event, zullen de bewoners aanhaken. Zij zullen een flexibele factor worden in het proces, want niet elke bewoner zal tijdens het gehele proces altijd aanwezig zijn in dit traject. Verschillende bewoners zullen op verschillende tijden in en uitstappen. Van belang is dat dit proces organisch is en zichzelf tijdens de ontwikkelingen van het proces gaat ontwikkelen, dit is niet aan tijd gebonden. Afwijkingen zijn mogelijk en ook gewenst.

Scenario diagram

Het volgende diagram geeft weer wat er gebeurt als de doelstellingen, gereedschappen en partijen in een tijdlijn worden samengevoegd en naar een uitvoering toe werken. Dit is een mogelijk scenario van verschillende partijen om sociale en fysieke veerkracht te realiseren in de Peperklip.



Scenario diagram

Om te testen of het geschetste scenario in het actieplan van 'Peperklip in Actie' denkbaar is, is het scenario diagram ontwikkeld. Hierin staan de verschillende partijen, wanneer zij aan- of afhaken en hun intensiteit van betrokkenheid. Ook zijn de functies die de partijen hebben zoals actief of ondersteunend weergegeven. Dit aan de hand van de verschillende fases die het actieplan zal doormaken. De verschillende gereedschappen zijn de rode, of in dit geval groene, draad om één of meerdere doelstellingen te bereiken. Zo wordt weergegeven welke partijen betrokken zijn tot het einde van het proces.

Het proces begint met het agenderen van het actieplan 'Peperklip in Actie' door Lianne, Melissa en Ellis. Hierna zullen de Gemeente Rotterdam en Vestia aanhaken als actieve partners in het project, en het team afhaken. De Gemeente en Vestia zullen gezamenlijk Humanitas en een onafhankelijk professional inschakelen om een communicatieplan op te stellen voor de kick-off van het proces. De onafhankelijke professional zal hierna de leiding nemen, en de Gemeente en Vestia zullen een ondersteunende rol aannemen. In samenwerking met Humanitas, de Gemeente en Vestia, zal de onafhankelijke professional een communicatieplan opstellen en uitvoeren. Dit communicatieplan zal aan de hand van de acht bouwstenen opgesteld worden. Tevens zal het plan voor de inhoud van de kick-off opgesteld worden. Het plan van de communicatie zal dan uitgevoerd worden door de professional om te communiceren met de bewoners over het evenement. Hierna zullen lokale partijen, zoals initiatiefnemers, sleutelfiguren en ondernemers aanhaken bij het proces. Zij zullen een actieve rol innemen tijdens de kick-off. De Professional organiseert de kick-off met de lokale partijen, en zorgt er ook voor dat één of meerdere pilotprojecten uit de catalogus 'Tools' opgezet, gefinancierd en georganiseerd worden. Hierna volgt het moment van de kick-off. Hierbij zal iedereen aanwezig

Voorbeeld traject met pilot plastic lab

Er zijn tegenwoordig goedkope, snelle en eenvoudige manieren om oud plastic om te smelten naar nieuwe producten. Nederlands ontwerper Dave Hakkens heeft een aantal machines ontwikkeld waarmee gebruikt plastic verwerkt kan worden tot nieuwe producten. Deze machines hebben een lage aanschafwaarde, zijn gebruiksvriendelijk en nemen maar weinig ruimte in beslag. De producten die gemaakt worden kunnen verkocht worden waardoor er geld verdiend wordt of ze kunnen voor eigen gebruik ingezet worden. Een voorbeeld project is WASTED in Amsterdam waar ze als buurtcollectief plastic inzamelen om blokken van te smelten. Deze blokken kunnen gebruikt worden om straatmeubilair mee te bouwen in eigen buurt. Bij het gescheiden inleveren van plastic krijgen bewoners tegoed wat ze kunnen besteden bij buurtwinkels. De winst uit dit project kan geïnvesteerd worden in sociale buurtinitiatieven en bewoners die tijdelijk financiële hulp nodig hebben. Aan de hand van dit project is ons scenario

zijn zoals de partijen, lokale partijen en de bewoners. Het is daarbij wel belangrijk dat de partijen: Vestia, gemeente en Humanitas in burger gekleed zijn en zich niet uitgeven als een partij. Tijdens de kick-off wordt de introductie gedaan van de campagne en één of meerdere pilotprojecten worden uitgevoerd. Ook zal het concept van het collectief worden geïntroduceerd en geïnteresseerde zouden zich kunnen opgeven. Dan zal de campagne beginnen. Op verschillende tijden en op verschillende touchpoints van de Peperklip krijgen bewoners inzicht in hun verbruik en hoe ze dit kunnen veranderen.

De professional brengt de bewoners, sleutelfiguren en initiatieven op de hoogte van de eerste samenkomst van het collectief. Het collectief zal dan voor de eerste keer samenkomen, en zal bestaan uit bewoners, sleutelfiguren en initiatieven. De professional zal deze bijeenkomst leiden. Tijdens de bijeenkomst stellen de bewoners een doel en een koers van dit doel op. Dit doel zal een van de doelstellingen die zijn vastgesteld in het actieplan van Lianne, Ellis en Melissa zijn. In één van de volgende bijeenkomsten worden de pilotprojecten uit de catalogus 'Tools' bepaald en een plan gemaakt om dit uit te gaan voeren. De gemeente en Vestia keuren de plannen van het collectief, en waar mogelijk geven goedkeuring, bieden een ruimte aan en zorgen voor financiering. De professional zal dit deel leiden en neemt de bewoners mee door dit proces. De professional is namelijk de verbindende factoren tussen de verschillende partijen en de bewoners. De pilotprojecten die bedacht zijn door het collectief worden uitgevoerd onder leiding van de professional die een ondersteunende rol zal hebben. Door het uitvoeren van de pilotprojecten zullen verschillende doelstellingen worden behaald.

getest. Hieruit blijkt dat het eerste gedeelte van het traject gelijk blijft, maartijdens de uitvoering van het kick-off event wordt ook het inzamelen van plastic geïntroduceerd. Een professional zal hierbij zijn om een introductie te geven en aan de hand van echte printers en spullen die hiervoor nodig zijn zal hij mensen enthousiasmeren, betrekken en triggeren voor de volgende stap. Tijdens de campagne zal er meer druk gelegd worden op het afvalverbruik van de bewoners. Zij zullen op de touchpoints geattendeerd worden op het scheiden van afval. Het collectief zal als doel hebben recycling, duurzaamheid, zelfredzaamheid en werkgelegenheid. Zij zullen een geschikte pilot kiezen met betrekking tot deze doelen. Hierna zullen de Gemeente en Vestia de goedkeuring geven voor het plaatsen van een Plastic lab. De professional zal de bewoners leiden door dit project als verbindende factor. Dan zal het pilot project uitgevoerd worden, waarna de doelstellingen worden behaald.



| 07 |

Conclusie

Het actieplan pleit ervoor om aan de hand van sociale veerkracht fysieke veerkracht te realiseren. Vestia en de gemeente Rotterdam willen nu fysieke veerkracht realiseren en zo sociale veerkracht creëren om zo de Peperklip te verduurzamen. Het traject om bewoners onderdeel te maken van een verandering in hun woonomgeving is een organisch proces en niet gebonden aan tijd. Het is daarbij belangrijk voor de ontwikkeling van een organische groei dat er ongeforceerd te werk wordt gegaan. Want dit is de sleutel tot het slagen van dit actieplan. Tijdens dit traject zullen verschillende partijen aan- en afhaken. Dit is afhankelijk van de betrokkenheid van de partij gebaseerd op actief of ondersteunend. Voor dit traject kunnen er verschillende scenario's met gereedschappen gebruikt worden, afhankelijk van welke doelstelling er uiteindelijk geambieerd om behaald te gaan worden. Iedere scenario kan iets anders opleveren. In het actieplan hebben we één scenario met gereedschappen uitgewerkt, die het beste resultaat zal opleveren om de Peperklip sociaal veerkrachtig te maken en te verduurzamen. Wat voor gereedschap je ook uitvoert, het is belangrijk om het low key te doen en toegankelijk te maken voor iedere nationaliteit en leeftijd. Iedere kleine aanpassing kan al iets opleveren. Dus wordt de Peperklip tot een succes gemaakt, dan zal er niks meer onmogelijk zijn!

De Europese subsidie kan Vestia en de Gemeente Rotterdam niet alleen inzetten om fysieke veerkracht te realiseren maar ook om sociale veerkracht onder de bewoners te creëren. De diversiteit in culturen en de hoeveelheid bewoners is een kracht om gebruik van te maken. Wel is het belangrijk om alle nationaliteiten aan te spreken door middel van iconen en laagdrempelig taalgebruik. Veel bewoners zijn namelijk laaggeletterd of hebben een afstand tot de arbeidsmarkt. Bij het inzetten en samenwerken met de bewoners is het belangrijk om het toegankelijk te maken voor iedereen van de

Peperklip. Hierdoor worden er geen nationaliteit of bewoners buitengesloten. Met de acht bouwstenen voor communicatie wordt er ingespeeld op alle belangrijke elementen van de bewoners en de Peperklip. Hiermee zal de communicatie specifiek toepasbaar worden voor de Peperklip.

Met het voor onderzoek voor dit actieplan 'Peperklip in actie' is gebleken dat er aanpassingen kunnen worden gedaan aan water, stroom en afval verbruik van de Peperklip, waar de bewoners voordeel uit kunnen halen. De bewoners verbruiken namelijk veel meer water dan in een gemiddeld woningblok. Het afval wordt niet gescheiden waardoor alles in en rond de restafvalcontainers slingert. In de binnentuin slingert ook overal plastic afval, waar de bewoners juist voordeel uit kunnen halen. Namelijk al het plastic afval kan omgezet worden naar een nieuwe verkoopbaar product, van dit verdiende geld kan er sociaal geïnvesteerd worden in bijvoorbeeld de binnentuin. Het actieplan zorgt ervoor dat bewoners inzicht krijgen in hun dagelijks verbruik en het veranderen van dit verbruik op een duurzame manier. Door de catalogus 'Tools' zullen mensen geïnspireerd raken door nog meer pilotprojecten met betrekking op duurzame ingrepen. De pilotprojecten kunnen worden uitgevoerd door een collectief wat in ondersteuning van een onafhankelijk professional een succes kan maken van hun doelstellingen. Door de bewoners van de Peperklip de touwtjes in handen te geven en hen de keuzes te laten maken over duurzaamheid zullen veel bewoners zich betrokken voelen. Ze kunnen namelijk bepalen waar succesvolle pilotprojecten of te wel interventies in en rondom het woongebouw kunnen toepassen. Door de bewoners te betrekken bij het traject, zal er sociale verbondenheid en veerkracht ontstaan. De Peperklip wordt op deze manier hét duurzaamheidsicoon en zal een voorbeeld zijn voor andere sociale woongebouwen!



| 08 |

Bronvermelding

IDEO.org, The Field Guide to Human-Centered Design, 1e editie, IDEO, 2015, San Francisco

Gemeente Rotterdam, Baseline Peperklip, Gemeente Rotterdam, 22 maart 2018, Rotterdam

Fluffy, Geld besparen: douchen kost meer dan u denkt, 27 november 2015, financieel.infonu.nl

Manualise, Pictogrammen en symbolen in handleidingen, 2 oktober 2013, Manualise.com

KNMP, KNMP lanceert 20 nieuwe iconen voor laaggeletterden, 7 september 2017, knmp.nl

Future Urban Regions, Stedelijke vraagstukken, veerkrachtige oplossingen; Ontwerpend onderzoek voor de toekomst van stedelijke regio's, 1e editie, trancityxvaliz - Valiz, 2017, Amersfoort

Liesbet Zikkenheimer, het communicatieproces, Nederlands Bibliotheek en Lektuur Centrum, vrouw-in-beeld.nl



Lianne Blok, Ellis Soepenberg en Melissa Vermeute
17 juni 2018

Rotterdamse Academie van Bouwkunst