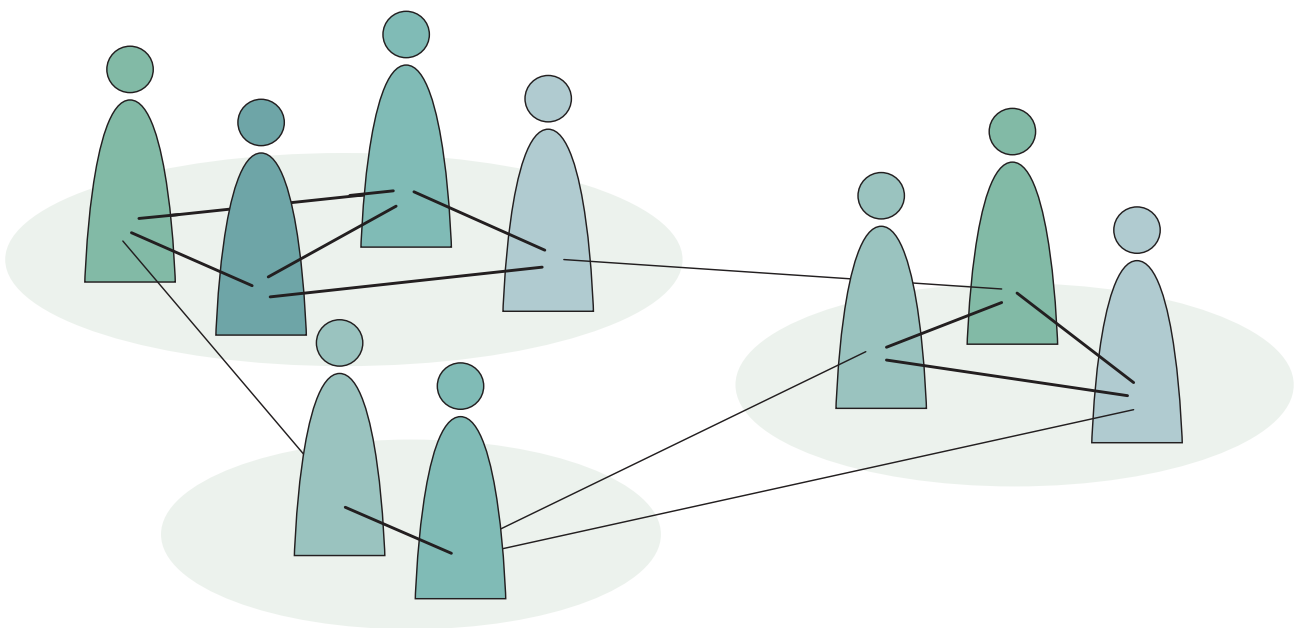


DESIGN voor COMMUNITY WELZIJN

Inspiratie voor ontwerpers en andere geïnteresseerden



DESIGN voor COMMUNITY WELZIJN

‘Design voor community welzijn’ is het afstudeerwerk van Hester van Zuthem,
Master Design for Interaction aan de Technische Universiteit Delft.

© 2014, Hester van Zuthem



Gepubliceerd onder een Creative Commons licentie.

Naamsvermelding-NietCommercieel-GelijkDelen 4.0 Nederland.

Met dank aan iedereen die heeft meegewerkt aan dit project:

Marise Schot & Sacha van Tongeren (Waag Society), Pieter Desmet & Marieke Sonneveld
(TU Delft), en leden van Stadsdorp Nieuwmarkt, Heleen van Deur in het bijzonder.

Voor meer informatie kunt contact opnemen via hester.vanzuthem@gmail.com



Introduction

In dit boekje wordt het thema ‘community welzijn’ geïntroduceerd. Interesse in de relatie tussen design en welzijn is afgelopen jaren enorm gegroeid. Hierbij wordt voornamelijk gekeken naar methoden om te ontwerpen voor het individuele welzijn. Als ontwerpers vroegen wij ons daarom af of het mogelijk is om te ontwerpen voor de behoeften van een gemeenschap*:

“Hoe te ontwerpen voor community welzijn?”

In de huidige maatschappelijke transitie spelen communities een steeds belangrijkere rol. Door de economische crisis en nieuwe overheidsmaatregelen zijn we steeds vaker aangewezen op onze directe leefomgeving. Burgers worden geacht bij te dragen aan maatschappelijke voorzieningen voor zichzelf en voor de mensen om hen heen. Dit is echter lastig te realiseren in een verstedelijkende samenleving die steeds meer wordt gekenmerkt door individualisme en vervreemding. Daarom wilden we ontdekken hoe ontwerpers kunnen bijdragen aan het creëren en ondersteunen van lokale communities.

Een community kan worden opgevat als een verzameling individuen, en ‘community welzijn’ als de optelsom van het welzijn van alle individuele leden. In dit project benaderen we een community echter als een entiteit: een netwerk van verbonden leden. Dit vereiste een verkenning van het fenomeen ‘community’ en de bijbehorende community-behoeften. Deze inzichten zijn vertaald in een model dat als leidraad kan dienen bij het ontwerpen voor communities.

Dit boekje introduceert ons framework van community-behoeften en een definitie van ‘community welzijn’ die is gebaseerd op dit framework. Vervolgens wordt het framework uitgelegd aan de hand van een design case met de stedelijke gemeenschap ‘Stadsdorp Nieuwmarkt’.

Wij nodigen ontwerpers en andere geïnteresseerden uit om ons framework te gebruiken en ervaringen met ons te delen. Het is onze ambitie om deze publicatie in de toekomst uit te breiden met meer design cases.

Enjoy!

* In deze publicatie worden de termen ‘gemeenschap’ en ‘community’ afwisselend gebruikt.

Wat is een community?

Een community is een groep mensen die een of meerdere eigenschappen met elkaar gemeen hebben. Zo'n eigenschap kan plaatsgebonden zijn, gebaseerd op interesse, of beide tegelijk. Om uit te leggen hoe een community functioneert wordt in deze paragraaf het menselijk lichaam als metafoor gebruikt.

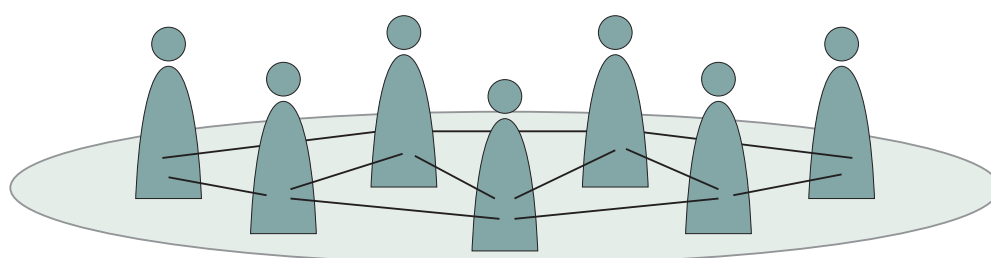
Het menselijk lichaam bevat verschillende organen die elk een andere functie vervullen, vergelijkbaar met de verschillende leden in een community. Om als geheel te kunnen functioneren zijn de organen met elkaar verbonden door middel van zenuwen en bloedvaten. Een community heeft een vergelijkbare structuur nodig zodat de leden met elkaar kunnen interacteren. Ieder orgaan, of lid, kan binnen deze structuur worden vervangen zolang zijn of haar functie wordt voortgezet. De structuur van een gemeenschap is vaak niet regelmatig maar vertoont subgroepen van leden die in meer of mindere mate aan elkaar verwant zijn (zoals is weergegeven op de voorkant van deze publicatie).

Waar de huid het verschil tussen de 'binnen-' en 'buitenkant' het lichaam aangeeft, geeft een zekere (fysieke of symbolische) grens het onderscheid tussen 'binnen' en 'buiten' de community aan. Tot slot heeft het menselijk lichaam een bewustzijn, wat vergelijkbaar is met de gezamenlijke doelstelling van een community. Deze doelstelling is meestal een bepaalde missie of activiteit die collectieve actie vergt, in andere woorden, een *raison d'être*. Vaak vormt de doelstelling zich in reactie op de omgeving, de context waarin de community actief is.

Op basis van deze metafoor is de volgende definitie van 'community' geformuleerd:

“Een community is een groep van twee of meer onderling verbonden mensen met een gemeenschappelijk kenmerk en een gezamenlijke doelstelling die collectieve actie vergt.”

Een community heeft vier basis kenmerken: leden, een onderlinge structuur, een gemeenschappelijke doelstelling en een grens. De aanwezigheid van deze kenmerken geeft aan of een groep mensen als community kan worden beschouwd. Dit noemen we de *basisbehoeften* van een community.



Figuur 1. Representatie van de leden, structuur en grens van een community.

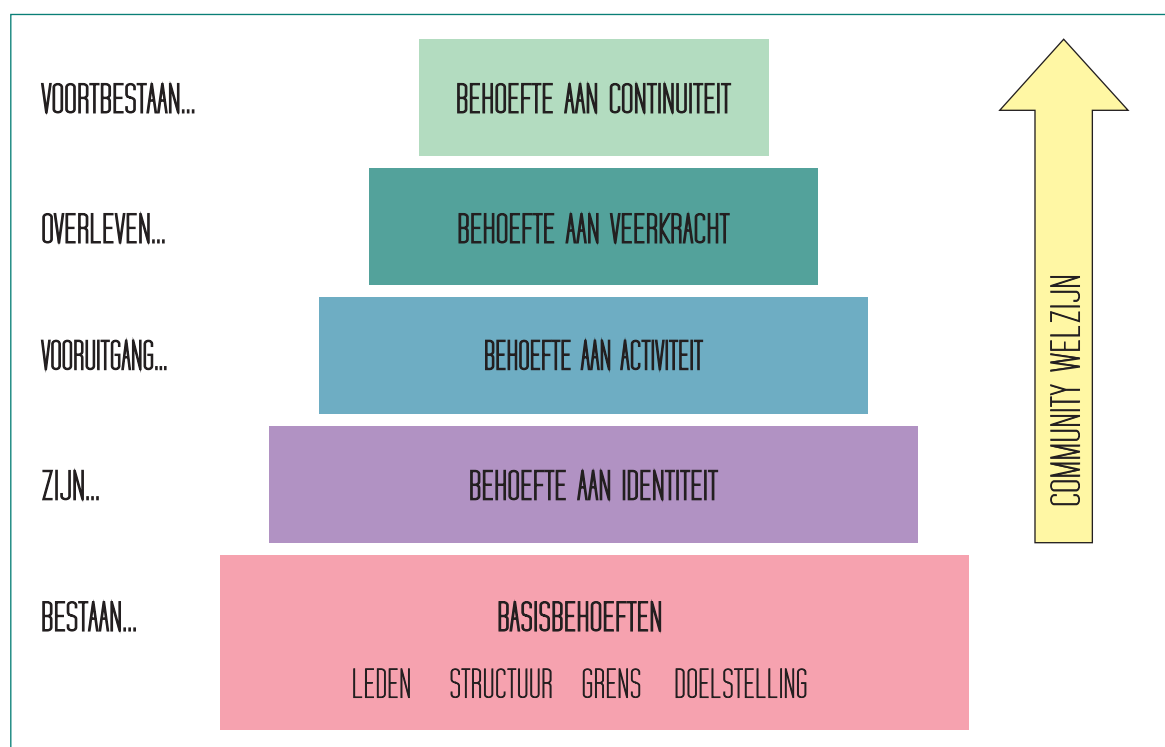
Wat is community welzijn?

‘Community-behoeften’ hebben geen betrekking op de behoeften van individuele gemeenschapsleden, maar gaan over de behoeften van de community als *geheel*. Ter aanvulling op de basisbehoeften die zijn uitgelegd in de vorige paragraaf, zijn een aantal aanvullende community-behoeften geïdentificeerd: behoefte aan identiteit, behoefte aan activiteit, behoefte aan veerkracht, en behoefte aan continuïteit. In de tekst box op de volgende pagina wordt elke behoefte nader toegelicht.

Onder ‘community welzijn’ verstaan we het vermogen van een gemeenschap om haar behoeften te vervullen, en te blijven vervullen: het vormen van een gemeenschappelijke identiteit, activiteit teweegbrengen, veerkracht bieden ten tijde van verandering, en het voortbestaan van de gemeenschap waarborgen.

“Community welzijn is het vermogen van een community haar behoefte aan identiteit, werkzaamheid, veerkracht en continuïteit te vervullen, en blijven vervullen.”

Onderstaand framework geeft aan dat er sprake is van hiërarchie in de community-behoeften. Het model is vergelijkbaar met de behoeftehiërarchie van Maslow. Waar Maslow’s model de behoeften van een gezonde persoon beschrijft van lichamelijk tot zelfontplooiing, geeft dit framework de behoeften van een gezonde, weerbare community weer.



Figuur 2. Framework van community-behoeften.

Community-behoeften

Behoefte aan identiteit - De identiteit van een gemeenschap wordt gevormd en ondersteund door een gezamenlijke visie, (representatie van) uiterlijke kenmerken, en gewoontes en gebruiken. Daarnaast wordt de identiteit versterkt door de dingen die een community bereikt en achterlaat na verloop van tijd.

Behoefte aan activiteit - Als een gemeenschap passief of statisch is, is zij niet in staat haar doelen te bereiken. Om vooruit te komen is er dus bepaalde mate van werkzaamheid nodig. Dit betekent niet dat *alle* leden van een community op elk moment actief hoeven te zijn. De meeste gemeenschappen vertonen een hechte kerngroep met zeer toegewijde leden. De kern wordt dan omringt door een achterban van minder actieve leden die belangrijk zijn voor het vormen van een kritieke massa.

Behoefte aan veerkracht - De veerkracht van een gemeenschap is haar vermogen om zich aan te passen aan veranderende omstandigheden. Na verloop van tijd kan een gemeenschap worden blootgesteld aan interne of externe veranderingen en wanneer een gemeenschap niet in staat is om in te spelen op nieuwe situaties, kan zij ophouden te bestaan.

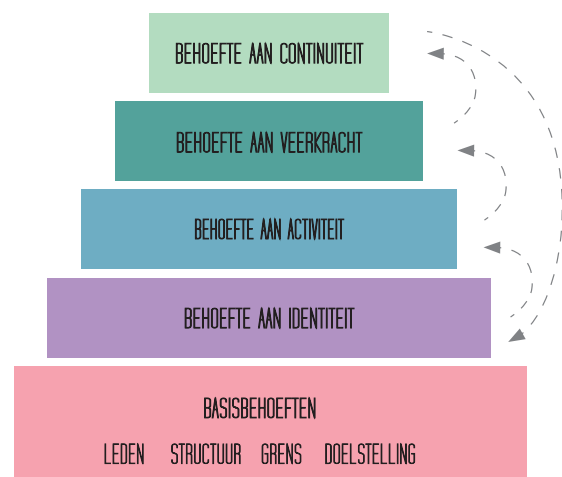
Behoefte aan continuïteit - In feite kan een community haar leden overleven. Terwijl leden komen en gaan, kan de gemeenschap zelf blijven bestaan. Aspecten als regelmaat, vernieuwing, en een lange termijn visie helpen om het voortbestaan van een gemeenschap te garanderen. Daarnaast kunnen gemeenschappen blijvende sporen achterlaten om een zekere erfenis te waarborgen.

Interpretatie van het framework

Het framework van community-behoeften beschrijft de verschillende stadia die een gemeenschap kan doormaken. Zodra de basisbehoeften zijn vervuld, komt de behoefte aan een gemeenschappelijke identiteit naar voren. Vervolgens zal er behoeften aan werkzaamheid ontstaan, enzovoorts. De beschreven behoeften hoeven niet geheel te zijn vervuld om tot een 'hoger' behoefte niveau te komen.

Daarnaast zijn de behoeften van een community dynamische en beïnvloeden ze elkaar. Een zeer veerkrachtige gemeenschap is bijvoorbeeld in staat om lang voort te bestaan, en een lange gezamenlijke geschiedenis heeft weer een versterkend effect op de identiteit van die gemeenschap.

Het framework van community-behoeften moet niet als een checklist worden gezien maar als een tool om de staat van welzijn van een bepaalde gemeenschap te evalueren. Inzicht in de specifieke behoeften van een gemeenschap draagt vervolgens bij aan het stellen van ontwerpdoelen ten behoeve van haar welzijn.



Figuur 3. Community-behoeften zijn dynamisch.

Ontwerpen voor community welzijn

We hebben 'community' en 'community welzijn' gedefinieerd. Nu rest de vraag hoe te ontwerpen voor community welzijn? Dit vergt een heel andere aanpak dan het ontwerpen voor (groepen) individuele gebruikers en het vervullen van persoonlijke behoeften, zoals meeste ontwerpers gewend zijn.

Een community is een autonome entiteit met dynamische behoeften. Het vervullen van deze behoeften vraagt om een intern proces waarin de ontwerper een faciliterende rol inneemt. Daarnaast moet de ontwerper rekening houden met de behoeften van de individuele gemeenschapsleden aangezien zij een belangrijke rol spelen in het ontwikkelen en implementeren van de uitkomst. Daarom noemen we ontwerpen voor communities liever ontwerpen *met* communities.

“Ontwerpen voor community welzijn is een bottom-up proces dat nauwe samenwerking met de gemeenschapsleden vereist. De ontwerper heeft hierin een faciliterende rol zodat de community niet afhankelijk raakt van het ontwerp, of de ontwerper. Naast het vervullen van community-behoeften, moet de ontwerper ook rekening houden met de behoeften van de individuele leden.”

Maatwerk - Het is belangrijk om te bedenken dat elke gemeenschap uniek is, dus ontwerpen voor communities vraagt om maatoplossingen. Het framework van community-behoeften helpt om inzicht te krijgen in de huidige staat van een gemeenschap, en welke behoeften vervuld kunnen worden met een ontwerpoplossing om het welzijn van die gemeenschap te vergroten. Bijvoorbeeld, het versterken van de gemeenschappelijke identiteit, het stimuleren van activiteit, de veerkracht vergroten, of het waarborgen van de continuïteit.

Co-creatie - Het betrekken van gemeenschapsleden in het ontwerpproces heeft meerdere voordelen. Ten eerste omdat het co-creatie proces onderlinge verbondenheid tussen leden versterkt en dus de structuur van de community sterkt. Ten tweede zal een oplossing die vanuit de gemeenschap ontstaat goed passen bij de wensen en behoeften van de leden. Ten derde omdat het co-creatie proces een gevoel van 'ownership' over de ontwerpoplossing teweeg brengt. Dit vergroot de bereidheid om het product of de dienst die is ontworpen te accepteren en te gebruiken in de gemeenschap.

Bottom-up - Een bottom-up aanpak maakt het mogelijk om maatoplossingen te creëren die *vanuit* de gemeenschap komen. Dit vraagt om betrokkenheid van de ontwerper in de gemeenschap, en van de gemeenschapsleden in het ontwerpproces. Het is hierbij belangrijk om rekening te houden met de autonomie van de community omdat het niet de bedoeling is dat deze afhankelijk wordt van het ontwerp, of de ontwerper. Een bottom-up aanpak maakt het mogelijk om gebruikt te maken van de vaardigheden en sterktes binnen een gemeenschap en geeft de gemeenschap(sleden) de gelegenheid om de ontwerpoplossing zelf voort te zetten.

Design case 1: Stadsdorp story

In deze design case is samengewerkt met de stedelijke gemeenschap 'Stadsdorp Nieuwmarkt'. Stadsdorp Nieuwmarkt is in december 2012 opgericht door bewoners uit de Nieuwmarktbuurt in Amsterdam met als doel samen een sociaal vangnet te creëren. Toen het ontwerpproject startte, een jaar na de oprichting van de gemeenschap, telde de gemeenschap bijna 300 leden. Het overgrote deel van de groep bestaat uit senioren, aangezien zij de meeste tijd en behoefte tonen te investeren in een nieuw sociaal netwerk.

Stap 1: De community leren kennen

De eerste stap in het ontwerpproces was het leren kennen van de community en haar leden, de zogeheten 'Stadsdorpers'. Dit is gedaan door verschillende leden te interviewen over Stadsdorp Nieuwmarkt, de Nieuwmarkt buurt, en over andere mogelijke gemeenschappen of groepen waar zij deel van uitmaken. Ook werden de 'Stadsdorp bijeenkomsten' bijgewoond en communicatiemiddelen bestudeerd, zoals de website van de gemeenschap en het diensten-uitwissel bord. Dit heeft geholpen te begrijpen hoe de gemeenschap is opgebouwd, en hoe zij zich wil ontwikkelen.

Een interessant inzicht was dat Stadsdorpers aangaven *niet* direct op zorg te willen focussen. Liever ondernemen ze leuke dingen met elkaar zodat voor elkaar zorgen op een natuurlijke manier volgt wanneer dit nodig mocht zijn.



Figuur 4. Een Stadsdorp bijeenkomst bijwonen, februari 2014.

Stap 2: De community evalueren

De volgende stap was het evalueren van de gemeenschap met behulp van het framework van community-behoeften: *In hoeverre is Stadsdorp Nieuwmarkt een 'echte' community, en welke behoeften moeten worden vervuld om haar welzijn te vergroten?* Deze stap werd uitgevoerd in nauwe samenwerking met de gemeenschapsleden aangezien zij de gemeenschap het beste kennen.

Samen stelden we vast dat er een gebrek aan solidariteit was in de gemeenschap: samen één zijn en het gevoel hebben bij elkaar te horen. Solidariteit werd als voorwaarde genoemd om een sociaal vangnet te creëren. De vraag was al snel; hoe creëer je meer solidariteit?

Deze vraag werd gezamenlijk besproken en als volgt beantwoord: “Om solidariteit te creëren moet je elkaar (leren) kennen, en om elkaar te leren kennen moet je elkaar kunnen herkennen.” De visie van Stadsdorp Nieuwmarkt ‘*iedereen heeft iets te geven*’ werd genoemd als belangrijke voorwaarde om een Stadsdorper te herkennen aangezien het de (symbolische) grens van Stadsdorp Nieuwmarkt weergeeft. De volgende stap was dus het vinden van manieren om deze bereidheid om te geven te benadrukken

Stap 3: Concept(en) co-designen

De derde stap bestond uit een reeks collectieve ontwerpessies waarin ideeën werden bedacht en bediscussieerd om Stadsdorp Nieuwmarkt ‘lidmaatschap’ tastbaarder te maken. Het ontwikkelen van concepten die het welzijn van een gemeenschap van binnenuit versterken is een vrij abstracte taak. Daarom was het van belang dat de ontwerper de gemeenschapsleden stap voor stap ondersteunde.

Uiteindelijk hebben we samen ‘**Stadsdorp story**’ ontworpen: een product-service-systeem die de sociale interactie in Stadsdorp Nieuwmarkt stimuleert middels het delen van verhalen. Stadsdorpers kunnen een ‘Stadsdorp label’ ophangen aan een plek of object rond hun huis, bijvoorbeeld een plek met een dierbare herinnering of een zelfgemaakt kunstwerk achter het raam. Elk label is voorzien van een uniek nummer dat kan worden gebruikt om het bijbehorende verhaal te delen. Dit gebeurt op een interactieve kaart op de website van Stadsdorp Nieuwmarkt.

Op deze manier ontstaat een levend portret van Stadsdorp Nieuwmarkt waaraan iedereen kan bijdragen. De labels creëren eenheid terwijl er ook ruimte is voor individuele diversiteit. Stadsdorpen worden aangemoedigd om iets persoonlijks te delen, en tegelijkertijd kunnen ze elkaar beter leren kennen door de bijdragen van elkaar. Hierdoor werkt het concept activiteit op gemeenschapsniveau op.



Figuur 5. Co-design sessie, maart 2014.



Figuur 6. Het concept ‘Stadsdorp story’.

Stap 4: Het concept implementeren

De laatste, en mogelijk belangrijkste stap was het implementeren van het gezamenlijk ontworpen concept. De implementatie werd voorafgegaan door iteraties waarin prototypes het ontwerp van de 'Stadsdorp labels' werden gemaakt. Ook werd de website ontworpen en geprogrammeerd zodat deze klaar was voor gebruik. In verschillende iteraties werd feedback van de Stadsdorpers gevraagd.

Het concept werd in twee stappen geïmplementeerd. De deelnemers van de co-design sessie ontvingen als eerst een label zodat zij het alvast konden gebruiken en hiermee anderen konden inspireren. Twee weken later waren de labels beschikbaar voor de andere leden van de gemeenschap.

Wat hebben we geleerd?

Van het project met Stadsdorp Nieuwmarkt hebben we geleerd dat het heel belangrijk is om nauw samen te werken met de gemeenschapsleden. De ontwerper moet een verscheidenheid aan leden betrekken en actief laten participeren. Daarnaast is het belangrijk om een 'vrije' en open atmosfeer te creëren tijdens de sessies zodat de deelnemers zich comfortabel voelen om bij te dragen. Op deze manier kunnen de sessies zelf ook bijdragen aan het versterken van de gemeenschap: tijdens de sessies ontstond een sterke verbondenheid tussen de deelnemers.

Het concept Stadsdorp story creëert gemeenschaps-activiteit op een bottom-up manier, door individuele acties aan te moedigen die bijdragen aan de gemeenschap als geheel. De ontwerpers hadden dit concept nooit van tevoren kunnen bedenken zonder de community te betrekken. Dit geeft aan dat het belangrijk is om vol te houden en te geloven in de uitkomst van de gezamenlijke design sessies, hoeveel rondes er ook nodig zijn.



Figuur 7. Ontwerp van het 'Stadsdorp label'.



Figuur 8. Pre-launch van Stadsdorp story, mei 2014.



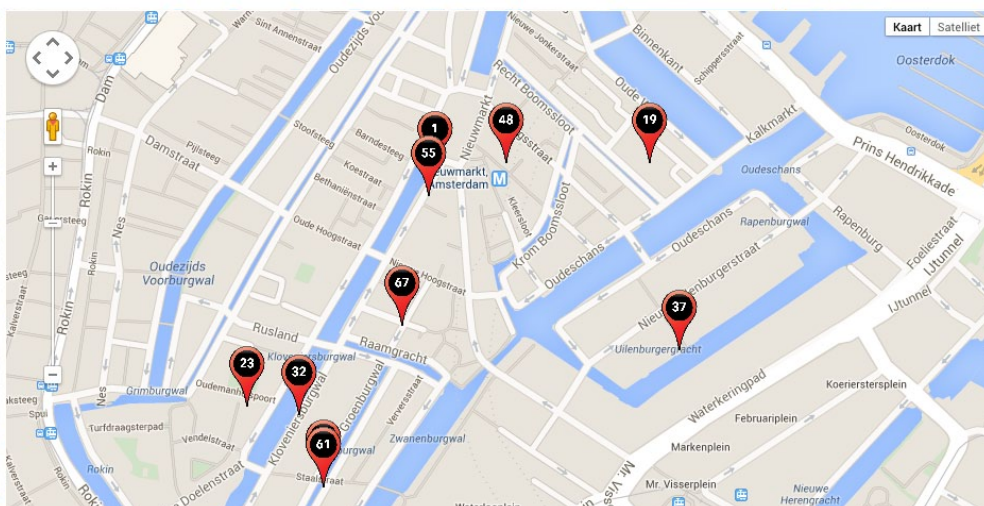
Stadsdorp stories

Het Stadsdorp zit vol verhalen. Op verschillende plekken in de Nieuwmarkt buurt zijn Stadsdorp labels te vinden, en achter elk label gaat een verhaal schuil. Bent u benieuwd naar wat uw buurtgenoot heeft meegemaakt op de hoek van de straat, of welke kunst de overbuurvrouw maakt? Met de onderstaande kaart kunt u de Nieuwmarkt buurt (én haar verhalen) opnieuw verkennen!

Wilt u zelf ook een verhaal delen? In het Pintohuis en tijdens de Stadsdorp bijeenkomsten zijn de labels verkrijgbaar. Deze komen in een instructieboekje waarin stap voor stap wordt uitgelegd hoe u uw verhaal op de website kunt zetten. Zie ook het volgende [filmpje](#).

'Stadsdorp story' is het afstudeerproject van interactie ontwerpster Hester van Zuthem, in samenwerking met **Waag Society**. Voor dit project deed zij onderzoek naar 'community welzijn' en ontwierp Stadsdorp story in een reeks co-creatie sessies samen met Stadsdorpers. Voor vragen of opmerkingen kunt u contact opnemen via story@stadsdorpnieuwmarkt.nl.

[Story toevoegen](#)



Figuur 9. Impressie van het 'Stadsdorp story' online platform.

DESIGN voor COMMUNITY WELZIJN