

Amsterdam

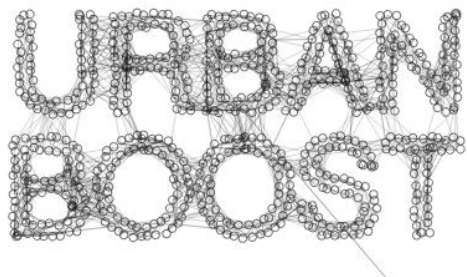
Rainproof

Framework buurtbijeenkomsten

10 februari 2016

Inhoud

AMSTERDAM RAINPROOF	3
Framework	3
Succesformule.....	3
Doelgroep	4
ORGANISATIE	4
Organisatieteam.....	4
Locatie	4
Focusgebied	4
Fysieke locatie	5
Periode	5
PROGRAMMERING	5
Programmaonderdelen.....	5
Experts	6
COMMUNICATIE EN PROMOTIE	6
Promotiemiddelen.....	6
Inzet van middelen	6
Inleidende tekst.....	7
Follow-up.....	7
CHECKLIST RAINPROOF BIJEENKOMSTEN	8



LEX@URBANBOOST.NL

TEL: +31 6 281 287 55

AMSTERDAM RAINPROOF

De grote gedachte achter de rainproof bijeenkomsten is een bewustwordingscampagne voor het klimaat – en regenbestendig maken van Amsterdam. Directe aanleiding voor de buurtbijeenkomsten van Amsterdam Rainproof is de wateroverlast als gevolg van de extreme regenval waar we steeds vaker mee te maken zullen krijgen in de stad, zoals de buien op 28 juli 2014 en 24 augustus 2015.

Het document ‘Amsterdam Rainproof – framework buurtbijeenkomsten’ helpt bewoners en ambtenaren om buurtbijeenkomsten over lokaal regenwateroverlast en het meer regenbestendig – rainproof - maken van de buurt te organiseren.

Framework

Het framework ‘Amsterdam Rainproof’ is opgesteld op basis ervaringen – opgedaan voor, tijdens en na een tweetal buurtbijeenkomsten in Amsterdam West georganiseerd door Arnoud Hekkens en Lex de Jong – beiden betrokken bij diverse vergroenende buurtinitiatieven in De Baarsjes en Bos en Lommer. Het framework dient als draaiboek voor het organiseren van bijeenkomsten – gericht op bewustwording bij bewoners en het vergroten van de bekendheid van Amsterdam Rainproof - in andere gebieden van Amsterdam. Het probleem van wateroverlast en – schade is iets dat in grote delen van Amsterdam actueel is.

De eerste bijeenkomst 'De Baarsjes Rainproof' vond op 26 mei plaats bij MidWest – gekoppeld aan Proeftuin MidWest. De tweede bijeenkomst 'Bos en Lommer Rainproof' vond plaats bij Knowmads Business School een van de partners van de Het PlantageLab op het binnenterrein van WOW.

Naast deze bijeenkomsten georganiseerd door en voor de buurt organiseert de gemeente zelf ook aparte bijeenkomsten over dit onderwerp. Onderdelen uit dit framework en opgedane ervaringen zijn ook interessant voor het organiseren van deze gemeentelijke bijeenkomsten.

Succesformule

Het concept van de Amsterdam Rainproofavonden is uniek. In tegenstelling tot de door de overheid georganiseerde traditionele informatieavonden staat tijdens de Rainproofavonden co-creatie centraal. Het bijzondere hiervan is ambtenaren van gemeente en Waternet, experts én bewoners op de betreffende avond samen maatregelen bespreken om daarmee de buurt rainproof te maken. Op deze manier breng je alle beschikbare kennis van bewoners (ervaringsdeskundigen), experts en overheid samen.

Het succes van deze avonden wordt enerzijds veroorzaakt door het gemeenschappelijk belang. Alle betrokken partijen hebben het doel om maatregelen te treffen waardoor de waterschade en –overlast wordt verminderd. Maar ook de het feit dat er sprake is van gelijkwaardigheid, de kennis en ervaringen van de buurtbewoners is even belangrijk als de informatie die de experts en overheid kunnen geven. Het meenemen van al deze informatie in de aanpak geeft de bewoners ook het gevoel dat er naar ze geluisterd wordt en dat ze zelf onderdeel zijn van de oplossing.

Gewenste resultaten van een Rainproof avond

- Vergroten van de bewustwording onder bewoners over extreme neerslag
- Bewoners informeren over mogelijk maatregelen om schade en overlast te voorkomen
- Waternet en de overheid komen te weten welke wateroverlast problemen spelen in de buurt
- De knelpunten in de buurt zijn in kaart gebracht
- Waternet kan mogelijk het WOLK model verbeteren door de inbreng van lokale kennis
- Het verbinden van buurtbewoners, lokale overheid en professionals om gezamenlijk maatregelen te treffen

Doelgroep

In grote lijnen kan gesteld worden dat de doelgroep van deze avonden woningeigenaren zijn die al overlast en schade hebben ondervonden tijdens eerdere regenbuien. Daarnaast bewoners – huurders en kopers – met een 'groen' hart of die wateroverlast willen voorkomen, mensen die elders hebben gezien dat het mis kan gaan, geïnteresseerden in het onderwerp. Een derde belangrijke doelgroep is de lokale overheid die door deze bijeenkomsten inzicht krijgen over de waterknelpunten in de betreffende buurt.

ORGANISATIE

In de voorbereiding naar de rainproofavond zijn er een drietal belangrijke elementen. De mensen die de avond voorbereiden en/of tijdens de avond aanwezig dienen te zijn, de locatie van de avond en de periode in het jaar dat je de avond organiseert.

Organisatieteam

Het organisatieteam voor een rainproof avond bestaat in de basis uit:

- een coördinator / organisator
- een sleutelfiguur met kennis uit de buurt (dit kan ook de coördinator zijn)
- de host van de locatie voor het regelen van praktische zaken
- de projectleider van het Rainproofproject dat gekoppeld is aan de locatie met betrekking tot de rondleiding (dit kan ook de host zijn)
- projectleider Amsterdam Rainproof voor de interne afstemming (presentatie, materiaal)

Het team kan daarnaast worden uitgebreid met kennis van of personen als

- expert(s) van Waternet voor kennis van de ondergrondse afwatering en het aanleveren van data over probleemlocaties en de WOLK
- gebiedsmakelaar(s) van de betreffende buurt en de expert openbare ruimte van de gemeente (stadsdeel) voor de kennis van de buurt wat betreft de bewoners en de openbare ruimte - welke aangepakt zal moeten worden om de buurt meer regenbestendig te maken.
- Buurtcommunity met een groot bereik onder de doelgroep

Locatie

Bij de locatie heb je het over administratieve locatie – het focusgebied (buurt/wijk) en de fysieke locatie - het gebouw waar je de avond organiseert.

Focusgebied

De bijeenkomst vindt altijd plaats in de het gebied waar de vraag vandaan komt en/of sprake is van overlast. Het initiatief voor een bewonersbijeenkomst kan liggen bij Amsterdam Rainproof, één of meerdere buurtbewoners die graag geïnformeerd willen worden of de gemeente die plannen heeft voor de buurt. Voor de keuze en omvang van het focusgebied moet gekeken worden naar in welke mate de hierboven genoemde doelgroep wordt vertegenwoordigd in dit gebied. Het is goed om daarbij rekening te houden met de bevolkingssamenstelling in combinatie met eerdere meldingen van overlast en schade te bepalen of dit gebied – bijvoorbeeld bij de gemeente of Waternet.

Het is wel belangrijk om goed na te denken over de grootte van het gebied. Het informele karakter van de avond moet bewaakt worden en binnen de Open Space moet er voldoende ruimte zijn om te kennis en ervaringen uit te wisselen. Voor een voldoende dynamiek tijdens de avond is een groepsgrootte van tussen de 30 en 50 wenselijk. Bij de eerdere bijeenkomsten in De Baarsjes en Bos en Lommer - gebieden met ongeveer 30.000 bewoners – lag de opkomst iets lager.

In Amsterdam is de samenstelling zo divers dat ook het aantal inwoners binnen de betreffende doelgroep sterk verschilt. Naast de omvang van de doelgroep is het ook belangrijk te kijken in welke mate het probleem van wateroverlast actueel is en/of in welke mate het rainproof maken van de betreffende buurt al leeft in een buurt.

Fysieke locatie

Op het moment dat de keuze voor het gebied is gemaakt kan er een locatie worden gezocht om de bijeenkomst te hosten.

Wanneer dat kan geniet het de voorkeur om de locatie te koppelen aan een Amsterdam Rainproof of ander project te koppelen dat zich richt op het regenbestendig maken van de omgeving. In De Baarsjes was dat Proeftuin MidWest en in Bos en Lommer Het PlantageLab. Dit project kun je dan ook meteen meenemen in de het programma als presentatie en bezichtiging.

Wat ook mee werkt is de uitstraling van de locatie. Indien mogelijk een ruimte met een huiselijk en informeel karakter – waardoor de interactie tussen bewoners en experts wordt gestimuleerd.

Periode

Op het moment dat een bijeenkomst gekoppeld is aan een vergroeningsproject welke ook bezocht kan worden dan is het verstandig om een periode uit te kiezen dat het 's avonds niet te vroeg donker is of een project moet goed uitgelicht kunnen worden. Wanneer er geen project te bezichtigen is, is datum van minder belang.

PROGRAMMERING

De programmering bestaat uit een paar vaste onderdelen. Indien er specifieke zaken zijn kan hier natuurlijk altijd van worden afgeweken.

Programmaonderdelen

Presentaties

- 'Wat is Amsterdam Rainproof'
- Het rainproof project waar de avond aan gekoppeld is
- Vragen en antwoorden

Rondleiding

- Wanneer er een rainproof project gekoppeld is aan de locatie

Open Space

- Kaart van de buurt (waar 'lekt' ...)
- de WatersschapsOverlastLandschapsKaart(WOLK)/model analyse met water knelpunten
- de maatregelen van Rainproof
- presentatie van vergroening en/of regenbestendighedsinitiatieven in de buurt
- Borrel

Tijdens de eerste avond was er een afsluitende borrel, bij de tweede avond is de borrel en de open space gecombineerd. Wanneer de groepsgrootte dat toelaat geniet de tweede optie de voorkeur. Mensen blijven dan borrelend praten bij de tafels, waardoor beide partijen meer informatie aan elkaar kunnen verstrekken.

Experts

- Om de bewoners zoveel antwoorden te kunnen geven op vragen die zij hebben of tips over maatregelen die zij kunnen nemen is het wenselijk om tijdens de bijeenkomsten te beschikken over een team van experts uit verschillende disciplines.
- Vanzelfsprekend zijn Rainproof en Waternet aanwezig (presentatie, WOLK, informatie het rainproof maken van je buurt/huis)
- De afvaardiging van de gemeente (stadsdeel) zou kunnen bestaan uit een ontwerper Openbare Ruimte en de gebiedscoördinatoren / -manager voor het betreffende gebied.
- Tot slot kent elke buurt sleutelfiguren, actieve buurtbewoners die de buurt(bewoners) kennen, weten wie of zelf (al) bezig zijn met regenbestendige initiatieven en/of een verbindende rol spelen.

COMMUNICATIE EN PROMOTIE

Promotiemiddelen

Voor de rainproofavonden zijn diverse offline en online middelen ingezet ter promotie van het event.

OFFLINE ter verspreiding bij winkels, horeca, buurthuizen, etc

- flyers (eigen ontwerp)
- posters (eigen ontwerp)
- artikelen in lokale media (eigen content)

ONLINE te delen via sociale netwerken (buurtcommunities, gemeente, pakhuis de Zwijger)

- digiflyers van ca. 20 sec per thema (Designarbeid)
- Facebook event en posts

Voor iedere bijeenkomst moeten de online en offline promotie in de juiste verhouding op elkaar worden afgestemd. De ene keer kun je (het grote deel van) de doelgroep kunnen bereiken middels een sterke online campagne en zullen posters en flyers de doelgroep vooral herinneren aan de bijeenkomst wanneer ze in buurt tegenkomen. Een andere keer zal het wellicht nodig zijn om naast deze online campagne ook sterk in te zetten op de offline promotie in de buurt. De doelgroep is – in overgrote meerderheid – online actief waardoor je er niet omheen kan de sociale netwerken (communities) effectief in te zetten.

Flyers en posters helpen de doelgroep vooral te herinneren aan de bijeenkomst. Daarnaast zullen posters en flyers altijd een aantal mensen bereiken die niet of weinig online actief zijn.

Inzet van middelen

Bij 'De Baarsjes Rainproof' is er een combinatie van online en offline middelen ingezet.

Offline - Posters en flyers, daarbij is geen gebruik gemaakt van een professionele ontwerper - ook omdat het de eerste keer was dat zo'n avond werd georganiseerd. Voor een professionele uitstraling kun je eigenlijk niet zonder een professionele ontwerper.

Online - Facebook event en cross-posting op diverse Facebook communities. Door een event aan te maken onder de Jan Eef – initiator van De Baarsjes Rainproof, maak je ook gebruik van het grote bereik van deze community.

Bij 'Bos en Lommer Rainproof' is er gekozen voor een volledige online aanpak met digiflyers – ontworpen en gerealiseerd door een professionele studio.

Ook hier is met name gebruik gemaakt van het cross-posting op Facebook en het aanmaken van een FB-event onder 'Boloboost' – de buurtcommunity met een groot aantal volgers en promotor van de bijeenkomst..

Voor beide avonden geldt dat Facebook het belangrijkste middel is geweest om de bijeenkomst bij een groot publiek onder de aandacht te krijgen.

De politiek – leden van de bestuurscommissie altijd persoonlijk per mail uitnodigen. In West kent men de buurtadoptanten, dit zijn commissieleden die een bepaalde buurt als focusgebied hebben, in dat geval hoef je niet alle leden uit te nodigen.

Inleidende tekst

De meeste Amsterdammers zullen 'rainproof' niet herkennen en velen van hen zullen ook (nog) geen schade of hevige overlast hebben ondervonden van de regenbuien. Het begrip 'rainproof' moet uitgelegd worden en voorbeelden zijn verwerkt in onderstaande tekst welke als basis kan dienen voor komende bijeenkomsten.

→

Steeds vaker krijgen we in Amsterdam te maken met extreme regenval – zo extreem dat de riolering al het regenwater niet direct kan afvoeren. Dit leidt tot straten die blank staan, tuinen die veranderen in vijvers en kruipruimtes komen onder water te staan.

Denk aan buien zoals op 28 juli 2014 en 24 augustus 2015, waarbij er in één uur meer regen valt dan normaal gesproken in een hele maand. De schade loopt dan al gauw in de miljoenen euro's en de brandweer is dan nog dagen bezig ondergelopen kelders leeg te pompen.

Het mag duidelijk zijn, Amsterdam is op sommige plekken 'zo lek als een mandje' en bij iedere grote bui nemen we de schade weer op.

De afgelopen 50 jaar is de intensiteit van regenval verdubbeld en dat blijft alleen maar toenemen, zo voorspelt het KNMI.

Hoog tijd dus om maatregelen te nemen, op alle niveaus: in je straat, in de wijk, op je dak en in je kelder. Alles helpt, ook kleinschalige en praktische maatregelen die je zelf kunt nemen.

“Want elke druppel telt”, zo zegt Amsterdam Rainproof, het platform dat zich richt op het voorbereiden van de stad Amsterdam op hevige regenbuien ←

Follow-up

De projectcoördinator verzorgt een eindverslag van de avond met een impressie om te kunnen delen via de diverse media, aangevuld met een overzicht van alle knelpunten zoals aangegeven door de bewoners. Amsterdam Rainproof zal deze knelpunten oppakken of uitzetten en de resultaten terugkoppelen naar de melder – wanneer deze contactgegevens heeft achtergelaten.

CHECKLIST RAINPROOF BIJEENKOMSTEN

- ORGANISATIE
 - o projectcoördinator
 - o sleutelfiguur uit de buurt (kan tevens de projectcoördinator zijn)
 - o projectleider Amsterdam Rainproof
 - o host locatie
 - o vertegenwoordiger van de aan de locatie gerelateerde rainproofproject

- LOCATIE
 - o Gebied is afhankelijk van de omvang van het gebied, aantal inwoners, de mate van regenoverlast en schade. Een ideale groeps grootte ligt tussen de 30 en 50 personen. Bij een kleinere groep is de kans reëel dat de opbrengst van de avond niet opweegt tegen de inspanningen. Bij een te grote groep is er een grote kans dat niet iedereen zijn verhaal kan doen tijdens de open space of je moet de open space veel groter maken en dat komt de informele sfeer niet ten goede
 - o fysiek of inhoudelijk koppelen aan vergroenings- en/of rainproofproject in de buurt
 - o onderkomen: huiselijk en informeel

- PERIODE
 - o indien gekoppeld aan een fysieke locatie en rondleiding rekening houden met schemering
 - o indien inhoudelijk gekoppeld of project uitgelicht kan worden dan is de periode geen issue

- PROGRAMMERING
 - o Presentatie
 - Amsterdam Rainproof
 - Lokaal rainproofproject dat is gelinkt aan de avond
 - Q & A
 - o Rondleiding vergroenings-/rainproofproject (optioneel)
 - o Open Space
 - Kaart van de buurt (waar 'lekt' ...)
 - de WaterschapsOverlastLandschapsKaart(WOLK)
 - de maatregelen van Rainproof
 - presentatie van vergroening en/of regenbestendigheidswaarderingen in de buurt
 - o Borrel (na of tijdens Open Space)

- EXPERTORGANISATIES
 - o Amsterdam Rainproof
 - o Waternet
 - o Gemeente / Stadsdeel
 - Ontwerper Openbare Ruimte
 - Gebiedscoördinatoren / – manager
 - o initiatiefnemers van vergroeningsproject(en) in de buurt
 - o Sleutelfiguur met kennis van de buurt(bewoners)

- COMMUNICATIE EN PROMOTIE

- middelen
 - offline
 - flyers
 - posters
 - artikelen in lokale buurtmedia
 - online
 - digiflyers
 - facebook event

- verspreiding

De verantwoordelijkheid voor het verspreiden van de communicatiemiddelen ligt primair bij de projectcoördinator. In welke mate hij/zij zelf de promotie doet of hiervoor gebruik maakt van anderen heeft ook te maken met de kennis van deze projectcoördinator van de buurt en het inzetten van offline en online media. Wanneer de coördinator onvoldoende kennis heeft zal deze hier ondersteuning voor moeten regelen. Bij de offline verspreiding spelen de sleutelfiguren bijvoorbeeld een belangrijke rol, zij kennen de buurt en locaties waar de doelgroep wordt bereikt. Sleutelfiguren kunnen ook vertellen wat belangrijke buurtnetwerken zijn (online en offline). Met betrekking tot de online communicatie is het afhankelijk van de vaardigheden van de coördinator of deze zelf de online campagne uit gaat voeren of hiervoor de hulp inschakelt van een buurtcommunity gericht op de doelgroep.

- offline
 - buurtmedia
 - winkels
 - horeca
 - buurthuizen
 - stadsdeel kantoor
- online
 - sociale netwerken
 - buurtcommunities
 - gemeente
 - Amsterdam Rainproof
 - Waternet
 - Stadmakers netwerk
 - Lokale (buurt)krant
 - websites
 - buurtcommunities
 - gemeente
 - Amsterdam Rainproof
- persoonlijke uitnodiging (per email of facebook event)
 - bestuurscommissie / buurtadoptanten
 - gebiedscoördinatoren / -makelaar
 - experts van de avond

- FOLLOW-UP

- Projectcoördinator: verslaglegging en verspreiding/publicatie
- Amsterdam Rainproof in samenwerking met Waternet en de gemeente – knelpunten verder in kaart brengen en onderzoeken.
- Amsterdam Rainproof in samenwerking met buurtcoördinatoren - geïnteresseerde buurtbewoners in regenbestendige maatregelen actief benaderen
- Verhalen vertellen over geslaagde maatregelen als voorbeeld voor anderen

- PLANNING

Niet alle buurtbijeenkomsten zullen op dezelfde wijze en met de aanleiding worden georganiseerd, dit maakt het lastig om een generieke planning op te stellen. Een globale planning is wel te maken.

Voor de organisatie van een buurtbijeenkomst moet rekening gehouden worden met een minimale doorlooptijd van twee maanden.

week 1 Rainproof project en locatie voor de bijeenkomst zoeken in de betreffende buurt. Datum vastleggen

week 2 Organisatieteam samenstellen, ontwerper(s) voor promotiemateriaal benaderen.

week 3 Online event aanmaken en promoten. Samenstellen programma en praktische zaken bijeenkomst.

week 4 Experts benaderen voor input (kennis en materiaal) m.b.t. programma, oplevering promo-materiaal

week 5 Start online campagne (digiflyers, etc)

week 6 Persberichten verspreiden onder buurtmedia, start offline campagne (flyeren, posteren)

week 7 Herinneringen sturen aan genodigden, eindsprint promotie (indien nodig)

week 8 Laatste voorbereidingen buurtbijeenkomst

week 9 Verslag buurtbijeenkomst en verspreiding. Afronding project, bijstellen framework, start follow-up.