Ideate fase

Een onderzoek naar hoe stichting de VerbroederIJ een meer divers en groter publiek naar activiteiten kan trekken



Foto: J. van Hees, 2024

Stella Vollebregt, Justine van Hees, Rafaela Sousa Barbas & Tristan Stalenhoef

Studentnummers: 13804642, 14043505, 13690825 & 13976079

Vak: Placemaking

Docent: Guido Knibbe

Aantal woorden: 1093 (+ 98 in tekst verwijzingen)

Datum: 22 april 2024

Onderzoeksvraag
Na het in kaart brengen van de behoeften en verlangens van de opdrachtgever, diens publiek en verdere betrokkenen van het onderzoek in de empathise en define fase, is de volgende onderzoeksvraag gedefinieerd: ‘Hoe kan de stichting de VerbroederIJ een meer divers en groter publiek uit de omgeving naar activiteiten op de VerbroederIJ trekken?’. Met dit onderzoek wordt beoogd meer ontmoetingen, verbinding in de buurt, thuisgevoel, publiek vertrouwen en veiligheid bij de VerbroerderIJ te stimuleren, om de ervaring van de openbare ruimte te verbeteren (Sol, hoorcollege 6, 11 maart 2024.)

Co-creatie
Middels het online en fysiek verspreiden van een flyer en het benaderen van mensen in de buurt is gepoogd een diverse groep deelnemers te werven voor de sessie (zie bijlage 1). Het criterium voor succes van de co-creatie was in overleg met de opdrachtgever tien deelnemers van verschillende leeftijden en achtergronden (T. Hermelink, persoonlijke communicatie, 26 maart 2024). Echter, de opkomst bestond uit vijf witte vrouwen van middelbare leeftijd, wat enigszins tegenviel en een beperkte representatie van de doelgroep gaf. De lage opkomst kan worden verklaard door de korte termijn om mensen uit te nodigen en langzame communicatie met de opdrachtgever.

De co-creatie vond plaats in een zaal van de VerbroederIJ, zoals beschreven in het plan van aanpak (zie bijlage 2). Als eerst werd het doel van de sessie uitgelegd, gevolgd door het tonen van vijf vragen op een flapover (zie bijlage 2 & 3) Aan de hand van deze vragen werd er eerst individueel en daarna collectief gebrainstormd (zie bijlage 3 & 4). Deze vorm van cocreatie werd als geschiktst beschouwd om de sessie zo laagdrempelig mogelijk te maken voor de doelgroep (Teodorescu, hoorcollege 7, 18 maart 2024). Na de sessie zijn alle ideeën verwerkt in een lijst van vijftig ideeën, geclusterd in verschillende categorieën (zie bijlage 5). Deze clusters tonen aan dat het toevoegen van foto's en recensies aan de agenda, zowel online als offline, een significant verschil zou kunnen maken voor het vergroten van de participatie in activiteiten van de VerbroederIJ. Op deze manier wordt het mogelijk om de meeste aspecten van de vijftig ideeën te realiseren, waarbij het delen van ervaringen, de reclame, de agenda, representatie en het persoonlijker maken van de VerbroederIJ in acht wordt genomen.

Omdat de criteria voor succes nog niet bereikt was na de co-creatie, zijn de bevindingen enkele dagen later aan negen mensen voor de pont van het IJplein naast de VerbroederIJ voorgelegd. In overleg met de opdrachtgever kon op deze wijze de doelgroep het effectiefst worden bereikt (Hermelink, persoonlijke communicatie, 4 april 2024). Aangenomen werd dat deze individuen vaker in de omgeving van VerbroederIJ komen, woonachtig zijn in Noord of aan de overzijde van het IJ (Oostelijkhavengebied en Indische buurt), en zo individuen die de VerbroederIJ nog nooit hebben bezocht, benaderd konden worden. Daarbij werd geprobeerd om mensen met verschillende etnische achtergronden te benaderen, zodat een correcte weerspiegeling van de gemengde buurt naar voren kon komen (Alle Cijfers, 2024). Vanwege de gevoelige aard van deze informatie werden respondenten benaderd door middel van een *best guess.* Daarmee werd niet direct naar etnische achtergrond gevraagd, maar verondersteld dat mensen binnen de doelgroep vielen. (Knibbe, persoonlijke communicatie, 8 april 2024). De respondenten bevestigden grotendeels de bevindingen van de eerste co-creatie en gaven aan dat aanpassingen aan de agenda van toegevoegde waarde zouden zijn (zie bijlage 6). Met de verkregen informatie uit beide sessie is een *featureplan* gecreëerd, om verworven ideeën inzichtelijk te maken (zie bijlage 7).

Prototypes
Met de verkregen informatie uit beide co-creaties en op basis van het featureplan zijn twee prototypes ontwikkeld vanuit het *Light, Quick & Cheap* (LQC) principe. Het LQC-principe stelt dat het prototype een eenvoudige, betaalbare realisatie van het idee moet zijn, met elementen van de oplossing (LeGates & Stout, 2011). Binnen de kaders van het LQC-principe is er gekozen voor een functioneel en fysiek prototype in de vorm van twee aangepaste agenda's (zie bijlage 8 & 9).

Prototype 1 bevat recensies en prototype 2 bevat foto's van activiteiten. Beide agenda's bevatten identieke activiteiten, die bedacht zijn in de co-creatie of al bestaan bij de VerbroederIJ en goed worden bezocht. Er kon binnen de korte tijd en wegens moeizaam contact met de opdrachtgever geen gebruik worden gemaakt van de huisstijl van de VerbroederIJ, waardoor de agenda zelf is ontworpen. Desondanks vormde dit geen hindernis voor het testen van de prototypes, aangezien de focus lag op het onderzoeken van de meerwaarde van recensies en foto's.

De prototypes zijn voorgelegd aan mensen bij de pont vlakbij de VerbroederIJ, waardoor zoals eerder beschreven de doelgroep het effectiefst kon worden bereikt (T. Hermelink, persoonlijke communicatie, 26 maart 2024). Tien respondenten met diverse leeftijden en etnische achtergronden werden gevraagd welk prototype hen meer zou overtuigen om een activiteit te bezoeken en waarom (zie bijlage 10). Om het succescriterium van twintig respondenten te behalen werden vervolgens nog tien mensen in het restaurant gevraagd naar hun voorkeur voor verbetering. Om antwoorden visueel te maken werden respondenten gevraagd hun voorkeur met een stip op een assenstel aan te geven (Teodorescu, hoorcollege 7, 18 maart 2024; zie bijlage 11).

Resultaat
Het resultaat van de test toonde ongeveer een gelijke voorkeur voor beide versies. Volgens Sol (hoorcollege 6, 11 maart 2024) zou het delen van ervaringen in de agenda kunnen leiden tot het verbinden van mensen buiten hun 'voorgeschreven identiteiten' en vooroordelen. Het testen van de prototypes op kleine schaal kan door de diversiteit van respondenten als representatief worden beschouwd en daarmee op grotere schaal binnen de VerbroederIJ worden toegepast.

Een beperking van de toetsvorm is dat de bevindingen zijn gebaseerd op meningen van respondenten, zonder observatie van praktische acties. Hierdoor kan nog niet worden geconcludeerd dat mensen daadwerkelijk eerder een activiteit bezoeken na het lezen van recensies of het zien van foto's. Helaas werd ons voorstel om de reclame van een activiteit naar de bevindingen aan te passen om te testen of in werkelijkheid meer mensen worden getrokken afgewezen.

Na uitgebreid onderzoek en het testen van prototypes, raden we de VerbroederIJ aan om recensies en foto's toe te voegen aan de (online) agenda, en om deze aanpassing in de praktijk te testen om na te gaan of een activiteit daadwerkelijk beter wordt bezocht. Ter illustratie is een voorbeeld van een dergelijke agenda gecreëerd (zie bijlage 12). Tevens raden we aan om deze aangepaste agenda niet alleen online, maar ook fysiek op verschillende plekken in de omgeving te verspreiden, zoals meerdere keren werd benoemd tijdens de testfase (zie bijlage 5 & bijlage 6)

Reflectie en discussie
Tijdens het onderzoek zijn we zo bewust mogelijk omgegaan met onze positionaliteit. De opdrachtgever maakte duidelijk dat vooroordelen een onbewuste werking kunnen uitoefenen op het proces. Daarom hebben wij geprobeerd eventuele onbewuste vooroordelen over de doelgroep zo veel mogelijk te minimaliseren door continu op ons handelen en collectief denken te reflecteren. Wij

behoren zelf niet tot de doelgroep, waardoor het uitdagend was om deze mensen te benaderen. Een belemmering tijdens het onderzoek was dat we respondenten niet direct konden vragen naar hun culturele achtergrond en sociaaleconomische status, wegens ethische verantwoording (Clark et al., 2021). Daarom is getracht respondenten te benaderen op basis van inschattingen, zonder deze te verifiëren. Hierdoor bestaat de mogelijkheid dat contact is gelegd met ongeschikte respondenten.

Referenties

Alle Cijfers. (2024). *Wijk IJplein/Vogelbuurt (gemeente Amsterdam) in cijfers en grafieken* | AlleCijfers.nl. Geraadpleegd op 9 maart 2024, van https://allecijfers.nl/wijk/ijplein-vogelbuurt-amsterdam/

Clark, T., Foster, L., Bryman, A., & Sloan, L. (2021). *Bryman's social research methods*. Oxford University Press.

LeGates, R., Stout, F., (Edfs). (2011). *The City Reader* (pp. 110-114). London: Routledge.

Sol, K. (11 maart 2024). Hoorcollege Placemaking Bureau voor stadsactivatie [Powerpoint-slide]. Interdisciplinaire Sociale Wetenschap, Universiteit van Amsterdam.

Teodorescu, D. (18 maart 2024). Hoorcollege Placemaking Ideate [Powerpoint-slides]. Interdisciplinaire Sociale Wetenschap, Universiteit van Amsterdam.

Bijlage

Bijlage 1: *Flyer uitnodiging co-creatie sessie*



Bijlage 2: *Plan van aanpak co-creatie de VerbroederIJ*

Waar en wanneer?
- Donderdag 4 april 13:00-14:00
- In het café van de VerbroederIJ
- Tessa reserveert grote tafel waar ongeveer 9 mensen aan kunnen zitten

Hoeveel deelnemers: 14 totaal
- Minimaal 4 begeleiders:
1. Leid deel 1 van de sessie
2. Leid deel 2 van de sessie
3. Helpt actief mee met schrijven en nadenken
4. Helpt actief mee met schrijven en nadenken
- Vijf mensen die de VerbroederIJ wel bezoeken (regelt Tessa)
- Vijf mensen die de VerbroederIJ niet bezoeken (regelen placemakers, eventueel kaartjes uitdelen met 'gratis koffie' mag om mensen te trekken)

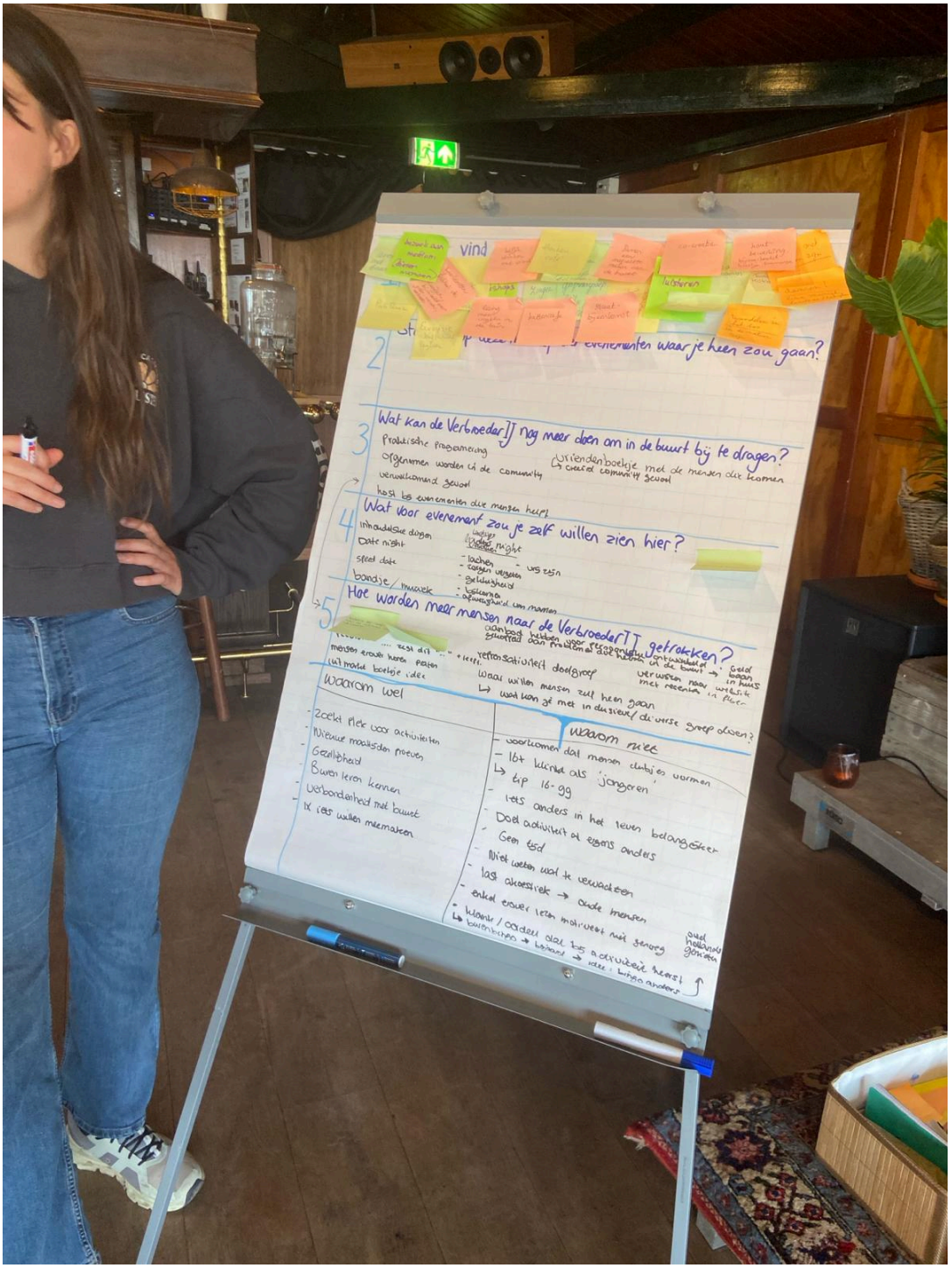
Doel van sessie:
Vanuit bottom-up benadering vragen aan buurtbewoners hoe we de VerbroederIJ nog aantrekkelijker kunnen maken.

Hoe trekken we mensen voor de sessie?
- Iedereen een gratis drankje aanbieden
- Vertellen dat wij graag hun verbindingen en omgeving in de buurt willen verbeteren

Aanpak:
- Mensen ontvangen, helpen met het halen van een drankje.
- Even voorstellen, vertellen wat het doel van deze sessie is.
- Elke deelnemer krijgt een post-it blokje.
- Uitleg: Placemakers stellen 5 vragen, waar deelnemers over na mogen denken en hun ideeën op de post-its schrijven. Daarna worden de antwoorden verzameld en op een groot white/prikbord geplakt. Deelnemers mogen ook tijdens het gezamenlijke gedeelte hun ideeën vertellen, waarna wij deze op het bord erbij schrijven (ipv eerst op post-it schrijven).
- Antwoorden worden daarna gezamenlijk besproken, placemakers vragen of iemand iets wil toevoegen of uitleggen bij een antwoord, laten elkaar vragen stellen.
- Na het eerste deel even vragen wat iedereen ervan vond, tijd voor toilet of drankje halen.
- Tweede deel: De twee verschillende najaarsactiviteiten van Tessa voorstellen en deelnemers laten stemmen, en weer gezamenlijk bespreken. Indien gesprek moeilijk op gang komt: mensen vragen of zij iets kunnen toevoegen aan het idee van een ander of deze kunnen uitbreiden.

Vragen tijdens de sessie:
1. Beschrijf een activiteit/evenement die jij heel leuk vind? (Mag op de VerbroederIJ of bij de Meeuw of ergens compleet anders zijn)
2. Wat maakt een activiteit/evenement leuk voor jou?
3. Hoe kan de VerbroederIJ helpen met iets wat jij in de buurt mist?
4. Wat voor evenement zou jij zelf graag zien ontwikkelen bij de VerbroederIJ?
5. Hoe trekken wij meer mensen, zoals jouw buren, naar evenementen?

Bijlage 3*: Foto van de flapover van de co-creatie sessie*



Bijlage 4: *Foto van de co-creatie sessie*



Bijlage 5: *50 ideeën in clusters voor het trekken van een groter en meer divers publiek op basis van de gestelde vragen tijdens de co-creatie sessie*

Meer diverse activiteiten toevoegen aan de agenda

1. Activiteit voor een specifieke groep, zoals vrouwen
2. Activiteiten die te maken hebben met de buurt
3. Meer sportieve activiteiten

Ervaring van een ander horen

4. Filmpje van ervaring
5. Recensies
6. Mensen erover horen praten
7. Bijeenkomsten van activiteiten te bespreken
8. Nadruk dat je ook alleen kunt komen
9. Groepjes vermijden
10. Wisselen van plekken tijdens activiteiten
11. Vragen aan elkaar kunnen stellen

Samenbrengen van mensen

12. Fijne plek maken
13. Voelen als thuis komen
14. Je zorgen kunnen vergeten
15. Problemen thuis laten
16. Gezelligheid opzoeken
17. Vrijblijvend maken van activiteiten

Reclame

18. Betere reclame in de buurt
19. Reclame aan de overkant van het water
20. Meer verwijzen naar de website
21. Mond-tot-mondreclame
22. Tiktok filmpjes
23. Boekje maken met reclame
24. Flyers verspreiden
25. Reclame in buurthuis
26. Foto’s van evenementen
27. Recensies van evenementen

Agenda

28. Namen van activiteiten aanpassen
29. Verwoording van de agenda
30. Klank van de agenda
31. Recensies op de agenda
32. Foto’s van evenementen op de agenda

Representatie van diverse doelgroep

33. Team van de VerbroederIJ meer divers
34. Meer mensen met andere culturele achtergrond uitnodigen

35. Representatie van diverse doelgroep op website, Instagram en Facebook
36. Activiteiten laten hosten door mensen met een andere culturele achtergrond
37. Voorkomen dat er alleen clubjes zijn van mensen die elkaar kennen
38. Voorkomen dat dezelfde types alleen naar elkaar trekken, juist lekken mengen

Ouderen meenemen in verbetering

39. Akoestiek verbeteren, voor slechthorenden
40. Aanpassen van leeftijden op de agenda (bijv. 16-99 jaar)

Hosting van evenementen

41. Host bij evenementen, mensen verwelkomen
42. Laagdrempelig
43. Zorgen dat mensen nooit alleen zijn
44. Verwelkomend zijn

De VerbroederIJ persoonlijker maken

45. Namen van elkaar leren kennen
46. Vriendenboekje maken
47. Gastenboek maken
48. Community gevoel creëren
49. Laten weten dat je mag zijn wie je bent
50. Persoonlijk aanbod ontwikkelen voor mensen uit de buurt met problemen

Bijlage 6: *Aantekeningen uitkomsten eerste co-creatie controleren onder de doelgroep*

Man ~ naar schatting ongeveer 55-60 jaar

- Voelt zich niet getrokken naar de activiteiten want hij werkt zelf al bij 50/50 green
- Buurtmaaltijd goed initiatief
- Duidelijker maken dat alles gratis is, daarmee adverteren trekt ander publiek
- Visualiseren helpt goed ook gratis erbij vermelden

Vrouw ~ naar schatting ongeveer 50 jaar

- Wel meedoen yoga en mindfulness
- VerbroederIJ goede naam gemeenschap
- Veel activiteiten
- Was er nog niet echt goed mee bekend, had het wel eens gezien maar was er nog nooit geweest
- Gebrek aan info wat het precies is, vond sommige omschrijvingen wat vaag
- Visualiseren zou erg helpen (foto's)

Vrouw ~ naar schattig 20-25 jaar

- niet meedoen met de activiteiten, omdat niet aantrekkelijk genoeg zijn
- "Het is goed dat ze proberen om zo divers mogelijke activiteiten te organiseren maar toch zie ik niet veel waar mensen van mijn leeftijd geïnteresseerd in zijn."
- Meer focus op jongvolwassenen zou haar naar de activiteiten kunnen trekken.
- "Recensies en foto's geven een beter beeld over hoe het is en wat ik kan verwachten." " Ik denk dat dat zeker wel helpt bij het aantrekkelijker maken."

Man ~ Naar schatting ongeveer 30 jaar

- Omschrijvingen niet interessant genoeg
- Mist een 'mannelijke' sportactiviteit
- "Ziet er saai uit"

- Dingen die echt ingingen op het verbinden van de buurt, zoals de buurtmaaltijd leken hem wel interessant
- Wist niet dat ze dit gratis deden kende alleen het café

Vrouw ~Naar schatting 24-28 jaar

- Zou wel meedoen aan mindfulness / yoga.
- Door feestjes of activiteiten meer gericht op jongeren zou zij eerder naar activiteiten getrokken worden
- Ziet ook weinig specifiek voor kinderen terug
- Foto's zouden de agenda verbeteren, want dan weten mensen hoe het er aan toe gaat bij de activiteiten.
- Mensen willen weten wat ze kunnen verwachten

Man en vrouw ~ Naar schatting ongeveer 60 jaar (wonen aan andere kant pont)

- Zouden graag een activiteit zien waarbij mensen hun eigen muziek kunnen draaien om op deze manier kennis te maken met mensen uit de buurt (verbondenheid)
- Ook een buurtbarbecue zou hun trekken
- Activiteiten meer in de avond want mensen werken tijdens veel van de activiteiten
- Voelen een hoge drempel om alleen naar activiteiten te komen zoals de buurtmaaltijd (foto's en filmpjes zouden deze drempel kunnen verlagen)
- Recensies zouden ook helpen met die drempel verlagen om naar de activiteiten te komen, op deze manier krijgen mensen van tevoren al een beter beeld van de activiteiten.
- Ideeënbus laat mensen zelf input geven op activiteiten

Man ~ Naar schatting ongeveer 65 jaar, spreekt niet goed Nederlands

- Yoga en mindfulness leken hem wel interessant
- Werkt fulltime waardoor de activiteiten moeilijk in zijn schema zouden passen
- Hij was nog niet bekend met de activiteiten

- Recensies en foto’s zouden erg helpen, omdat je ervaringen van gelijke personen kan zien en dit zou deze meneer zeker helpen om naar de activiteiten te komen

Vrouw,~ Naar schatting ongeveer 70 jaar

- Vond de burenbingo heel erg leuk klinken
- Ook de poppenkast voorstelling vond ze een leuke activiteit voor de kleinkinderen, het was dan ook handig dat deze activiteit op zondag was
- Bij het ontdekken dat de activiteiten bijna allemaal gratis waren vertelde ze dat dit een extra reden was voor haar om een keer naar de activiteiten te komen, want ze had het niet altijd even breed
- Zat zelf niet op sociale media, zou het handig vinden als er wat in de buurtkrant stond. Of dat er flyers bij de supermarkt in de buurt lagen.

Bijlage 7: *Feature plan*



Bijlage 8: *Prototype 1: Recensies op de agenda*



Bijlage 9: *Prototype 2: foto's op de agenda*

Activiteiten AGENDA MEI BIJ DE VERBROEDERIJ



Mindfulness Chi Kung

ELKE DONDERDAG 10-11U
STRANDZAAL

Chi Kung is een Chinese gezondheidsoefening waarbij je rustig beweegt. Geschikt voor alle leeftijden!

Nieuw!!!

Speeddaten 18-99 jaar!

WOENSDAG 15 MEI 19-22U
CAFÉ OPGEVEN VIA WEBSITE!

Voor alle vrijgezelle in de buurt organiseren wij een speeddating avond! Indeling per leeftijdcategorie. Wie weet ontmoet jij hier jouw grote liefde!



Cabaret aan het IJ

ZATERDAG 4 MEI 19-21U
CAFÉ

Kom een avondje lachen met mensen uit de buurt! Voel je je stoer? Stap dan zelf het podium op bij de improvisatie ronde.



Cultureel koken

VRIJDAG 17 MEI 18-22U
STRANDZAAL

Om de twee weken kiezen we een nieuwe keuken om samen uit te proberen, deze keer: Turkse pide en köfte met Elanur!



Kleding RuilerIJ

DINSDAG 7 MEI 12-17U
STRANDZAAL

Zit jouw kast ook vol met kleren die je niet meer draagt? Maak een ander blij met parels uit jouw kast en vind voor jezelf iets nieuws (ouds) bij de kledingruil.



Meiden avond

MAANDAG 20 MEI 19-23U
STRANDZAAL

Voor alle ladies: nagels lakken, pyjama's aan, cock(mock)tails maken en romcoms kijken. Even weg van alle dagelijkse zorgen.



Succes verhalen

ZATERDAG 11 MEI 19-22U
STRANDZAAL

Kom naar deze inspirerende avond met verhalen over het leven van verschillende personen!



Wist je dat...

VRIJDAG 24 MEI 12-14U
CAFÉ

Breid je kennis uit door te leren over andermans vakmanschap.



Oud hollands vermaak

ZONDAG 12 MEI 12-15U
STRANDZAAL

Wil je weer eens ganzenborden, koekhappen onder het genot van blokjes kaas en bitterballen? Dat kan tijdens deze middag!



Bootje met je buur

ZONDAG 26 MEI 11-14U
OP HET IJ

Stap met je buurtgenoten in een roeiboot, want we gaan het IJ op. Studenten van Nereus geven ons een lesje!

Meer info of vragen?

KOM LANGS IN ONS CAFÉ OF KIJK OP ONZE WEBSITE WWW.DEVERBROEDERIJ.NL

Bijlage 10: *Testen van het prototype deel 1*



Bijlage 11: *Testen van het prototype deel 2*



Bijlage 12: *Voorbeeld aangepaste agenda*

