



# Design

*In deze terugkerende rubriek beschrijft Pieter Desmet inspirerende welzijn-gedreven producten en diensten die zijn ontworpen met en door studenten Industrieel Ontwerpen. Desmet is hoogleraar Positive Design aan de TU Delft. Met collega's en studenten van het Delft Institute of Positive Design exploreert hij hoe ontwerpers een positieve bijdrage kunnen leveren aan het welzijn van individuen en gemeenschappen.*

# Stadsdorp Story: Ontwerpen voor het geluk van een gemeenschap

■ Pieter Desmet

**G**eluk is persoonlijk. Ik floreer als ik mijn talenten kan ontplooiën en als ik mijn doelen kan nastreven. Met andere woorden, welzijn is het domein van het individu. Positief Ontwerpen begint daarom bij de persoon. De eerste vraag is: "Voor wie ontwerp ik?" Wat zijn haar talenten, deugden en doelen? Dat vormt de basis voor het ontwerp. Met als resultaat een product dat bijdraagt aan het geluk van die specifieke persoon. Maar hoe ontwerp je voor het geluk van een gemeenschap? De gemiddelde mens bestaat niet: Zoveel mensen, zoveel talenten en doelen. Hoe om te gaan met die diversiteit? Ontwerpers richten zich vaak op de overeenkomsten tussen de individuen. Er is altijd wel een gedeeld doel of vaardigheid te vinden. Die aanpak is effectief, maar niet zonder risico. Want consensus leidt niet altijd tot creativiteit. De sprankeling van een ontwerp zit vaak juist in het buitengewone, het eigenaardige of het afwijkende.

Hester van Zuthem bedacht daarom een originele aanpak: "Stel je voor dat een gemeenschap een 'levend wezen' is, met eigen behoeften, als een autonome entiteit. Als die entiteit floreert, stimuleert dat ook het geluk van de individuen". Met dat idee ontwikkelde Hester een ontwerpvisie, en een ontwerp voor Stadsdorp Nieuwmarkt, een buurtgemeenschap in Amsterdam.

## Floreren van een gemeenschap

Hester analyseerde een reeks bestaande

gemeenschappen, en vond vier basiskenmerken: Een gemeenschap heeft (1) meerdere leden, met (2) gezamenlijke doelen, (3) een verbindende structuur tussen de leden, en (4) een kenbare grens tussen leden en niet-leden. Daarnaast ontdekte ze vier kern-kwaliteiten van florerende gemeenschappen. Een florerende gemeenschap:

- Heeft een kenmerkende en eigen identiteit. Deze wordt ondersteund door tradities, symbolen, verworvenheden en een erfgoed.
- Is veerkrachtig. Zij houdt zich staande in veranderende omstandigheden, door zich te vernieuwen en relevant te blijven. Veerkracht wordt ondersteund door een flexibele organisatie en openheid voor vernieuwing.
- Is bedrijvig. Zij draagt actief bij aan het identificeren en bereiken van gemeenschappelijke doelen.
- Heeft continuïteit. Zij is voor haar voortbestaan niet afhankelijk van specifieke leden. Dit wordt gestimuleerd door een heldere lange-termijn missie en een gedeeld eigenaarschap. Florerende gemeenschappen bestaan vaak langer dan een mensenleven; ze 'overleven' hun leden.

## Stadsdorp Nieuwmarkt

Stadsdorp Nieuwmarkt (SDNM) is een burgerinitiatief van de Nieuwmarktbuurt in Amsterdam met als doel de voordelen van een dorp te verbinden met die van de stad. Hester interviewde



*Figuur 1.* Het Stadsdorp Story label

SDNM leden om te begrijpen hoe het met het welzijn van de gemeenschap was gesteld. Ze ontdekten een onvervulde behoefte in de derde kern-kwaliteit: Een gebrek aan bedrijvigheid. Afgezien van een actieve kern, hebben de meeste leden een wat passieve houding. Nieuwe leden ervaren een hoge drempel om actief te worden. Het zetten van die eerste stap naar een meer actief lidmaatschap was het startpunt voor Hester 's ontwerp.

### **De Stadsdorp Story**

Hester ontwierp 'Stadsdorp Story' voor het delen van persoonlijke verhalen over de buurt. Het ontwerp bestaat uit drie delen: labels, een website met een interactieve kaart, en een inspiratie boekje.

#### **Het label**

Met het Stadsdorp Story label kunnen Stadsdorpers iets persoonlijks onthullen. Je bevestigt het aan een voorwerp ergens in Stadsdorp. Denk aan een zelfgemaakt kunstwerk in een raamkozijn of een vogelhuisje aan een boom. Alles kan, als er maar een verhaal bij hoort. De labels van 6 bij 9 centimeter hebben de vorm van het Stadsdorp logo en zijn gemaakt van fluorescerend roze plexiglas. Door de felle kleur

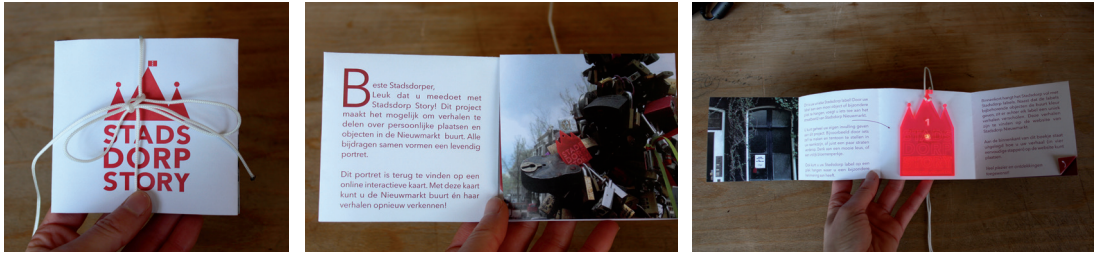
zijn ze goed zichtbaar. Ze geven een hint, maar onthullen het verhaal niet, wat de nieuwsgierigheid prikkelt.

#### **De kaart**

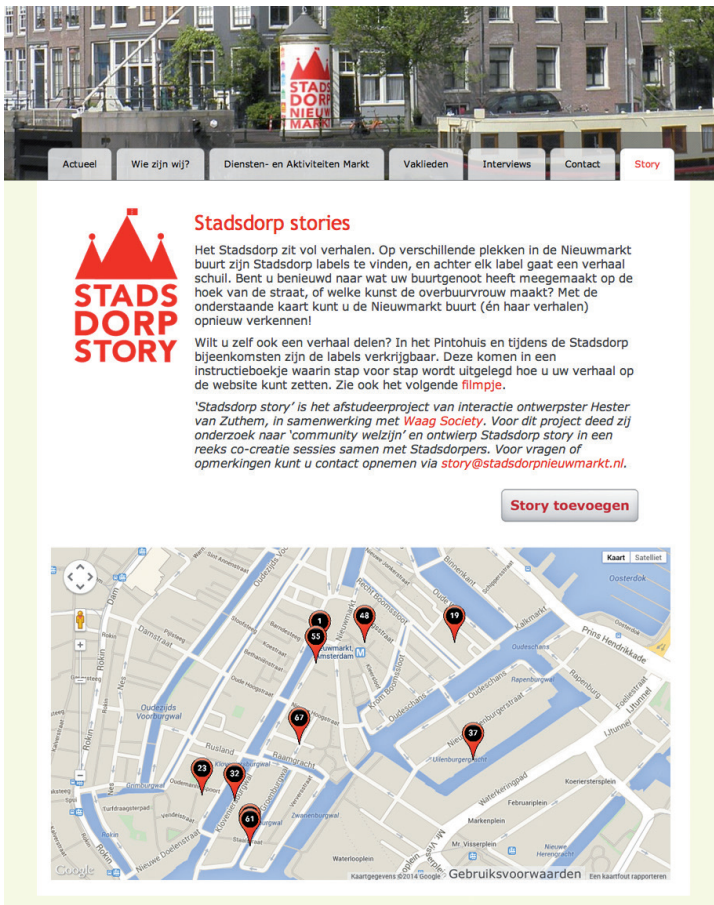
Het tweede deel van het ontwerp is een interactieve kaart van het Stadsdorp. Elk label is met een uniek nummer terug te vinden op de kaart. Heb je een label ontdekt in de buurt, dan kun je het terugvinden op de kaart en daar het persoonlijke verhaal lezen dat erachter schuilt. Het nummer op het label is een subtiele aanwijzing dat er meerdere zijn te ontdekken; op schattenjacht in je eigen buurt. Stadsdorpers leren elkaar kennen door de anekdotes, en al doende ontstaat een gevoel van verbondenheid.

#### **Het boekje**

De Stadsdorp Story vereist een actieve deelname van de Stadsdorpers. Het inspiratie boekje helpt hierbij. Het bevat een uitleg en inspirerende voorbeelden over hoe het label is te gebruiken. Door het cadeau te doen, kunnen Stadsdorpers elkaar uitnodigen om ook een anekdote bij te dragen.



Figuur 2. Het inspiratie boekje



Figuur 3. De Stadsdorp Story website

Met de Stadsdorp Story heeft Hester de drempel verlaagd om actief bij te dragen aan de gemeenschap. Stadsdorpers kunnen elkaar leren kennen door iets te laten zien van zichzelf, en de verhalen vormen samen een collectief portret van de SDNM gemeenschap. De opvallende la-

bels zorgen voor herkenbaarheid en coherentie. Die eenheid fungeert tegelijkertijd als podium voor persoonlijke, unieke, en verrassende inkijkjes in de leefwereld van de verschillende Stadsdorpers.



Figuur 4. Co-design met stadsdorpers

### Gedeeld eigenaarschap

Hester richtte zich niet op de behoeften van individuen, maar op die van de gemeenschap als entiteit. Heeft die een herkenbare identiteit en continuïteit, en is ze veerkrachtig en bedrijvig? Deze aanpak gaf haar een verrassend extra profijt. Ze kwam tot de ontdekking dat het voor leden van de gemeenschap heel inspirerend is om zelf met de kern-kwaliteiten aan de slag te gaan. Hester heeft zo een diverse groep Stadsdorpers deelgenoot kunnen maken van het ontwerpproces. Deze 'co-design' aanpak resulteerde in een sterk gevoel van eigenaarschap en gaf Stadsdorpers de mogelijkheid om zelf met de 'gemeenschapsbehoeften' aan de slag te gaan. En zo is Stadsdorp Story een eigen leven gaan leiden, onafhankelijk van Hester – en voor een ontwerper is dat een groot compliment. ■



Hester van Zuthem ontwikkelde het Stadsdorp Verhaal als afstudeerproject voor de masteropleiding *Design for Interaction* aan de TU Delft. Het project was een eigen initiatief van Hester in samenwerking met Stadsdorp Nieuwmarkt (Amsterdam), het Delft Institute of Positive Design, en de Amsterdam Waag Society met als doel te exploreren hoe ontwerpers kunnen bijdragen aan het welzijn van gemeenschappen. Begeleiders waren Pieter Desmet en Marieke Sonneveld (TU Delft), Marise Schot en Sacha van Tongeren (Waag Society). Meer informatie: [www.diopd.org/](http://www.diopd.org/)  
<http://studiolab.ide.tudelft.nl/diopd/library/design-for-community-well-being-guide/>