



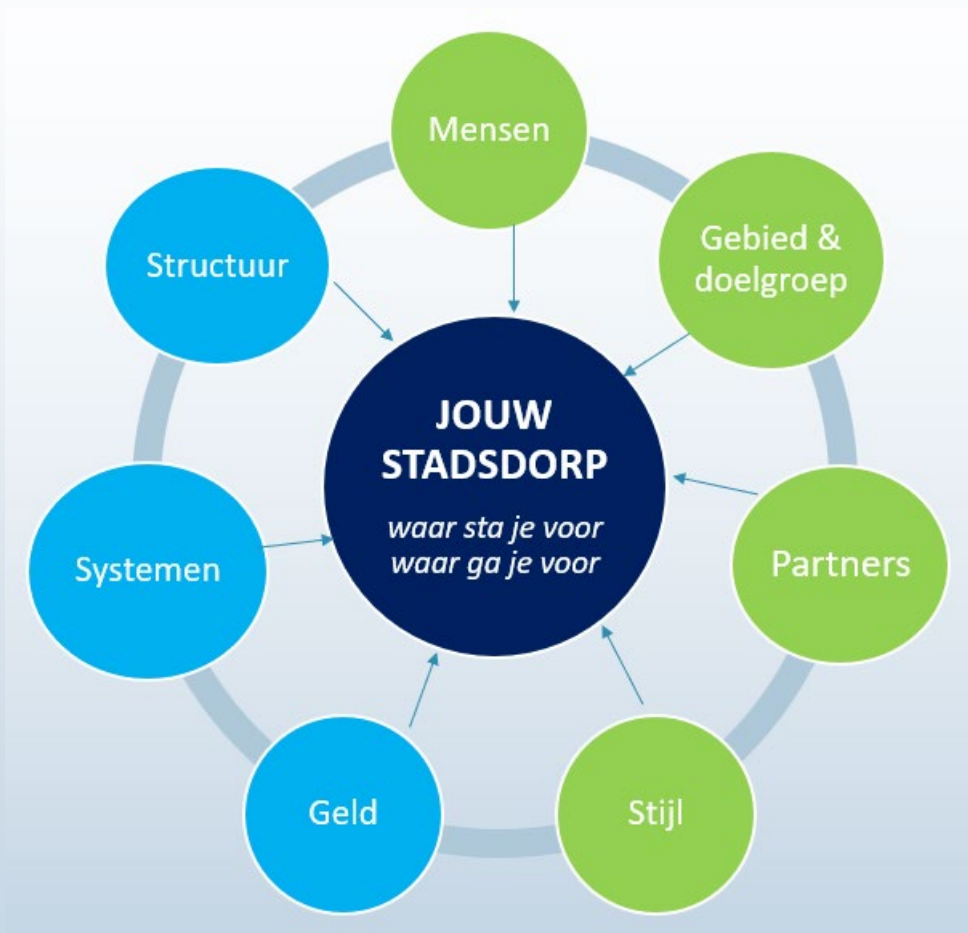
# Ontwikkelprogramma Nieuwe Stadsdorpen 2024

31 juli de Wallenbuurt

1

# Na de kick off → keuze voor workshop

## Visie → Doelgroep & Communicatie aanpak



# Programma voor vandaag

## Deel 1:

- Hoe kom je van Visie naar Doelgroep(en) en weet je wie dat zijn en wat hun wensen zijn?

## Pauze

## Deel 2:

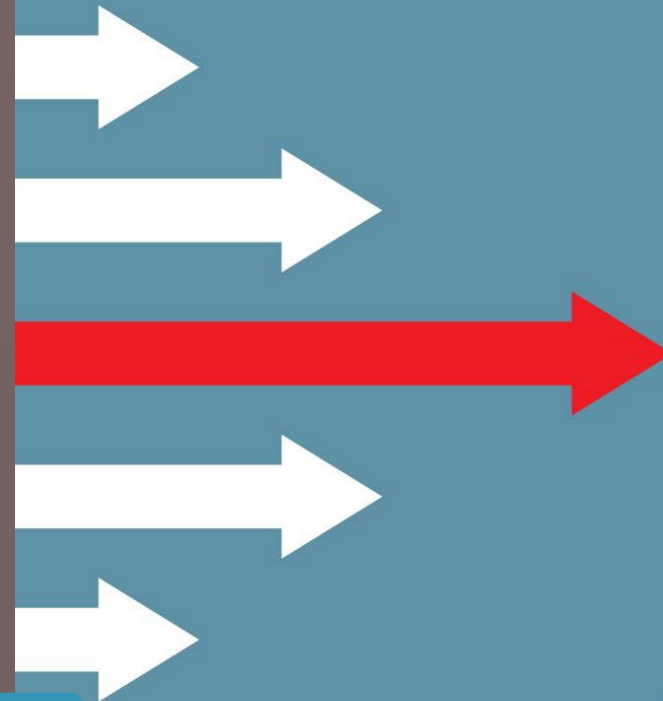
- Doelgroep en afstemming van je website en nieuwsbrieven door Jeroen loeffen van Coloci

## Laatste kwartier:

- Afspraken en keuze volgende workshop voor ONS

## Borrel en afsluiting

De Visie van je Stadsdorp  
is de kern en je  
uitgangspunt!



- Noteer je visie
- Noteer ook kernwoorden die daarbij belangrijk zijn

Stap 1 op de flap

Visie van mijn Stadsdorp

Kernwoorden /waarden zijn

- 
- 
- 
- 

Doelgroep(en)

Wat typeert

# Ontdekken in 'tweetallen'

SIGMUND **PETER DE WIT**





# Wat Is Een Socratisch Gesprek?

- ▶ Een socratisch gesprek is een gemeenschappelijk gesprek waarin we onderzoeken wat we denken en WAAROM.
- ▶ De socratische gespreksbenadering houdt in dat gesprekspartners hun oordeel uitstellen en nauwkeurig luisteren naar elkaar. Ze verzanden daardoor niet in een uitwisseling van meningen, maar kunnen het gesprek verdiepen en gezamenlijk tot wijsheid komen.

## Waarom?

- Waarom **wil** je dat? —————
- Waarom **vind** je dat? —————
- Waarom **moet** dat? —————
- Waarom niet?
- Waarom niet?
- Waarom niet?



# Van Visie



# Hoe maak je een doelgroep analyse?

- ▶ In een doelgroepenanalyse breng je in kaart wie je doelgroepen precies zijn.
- ▶ Je noteert bijvoorbeeld demografische gegevens, opleiding, werk en inkomen, gezondheidsfactoren, fysieke omgeving, cultuur, interesses, wensen en behoeften, enzovoort. Voor je analyse maak je een selectie van de relevante parameters.



# Kijk eens bij Gebied in Beeld

## Je wijk of buurt in cijfers

Via de speciale website [Gebied in Beeld](https://gebiedinbeeld.amsterdam.nl/#/dashboard?gebied=all&wijk&buurt&thema=Gebied%20in%20het%20kort) van de Gemeente Amsterdam kun je op wijk- en buurniveau allerlei cijfers over je wijk bekijken via een zogenaamd dashboard.

De link:

**Betekenis kleuren**

- veel meer/beter dan gemiddeld
- meer/beter dan gemiddeld
- rond stedelijk gemiddelde
- minder/slechter dan gemiddeld
- veel minder/slechter dan gemiddeld
- geen cijfers beschikbaar

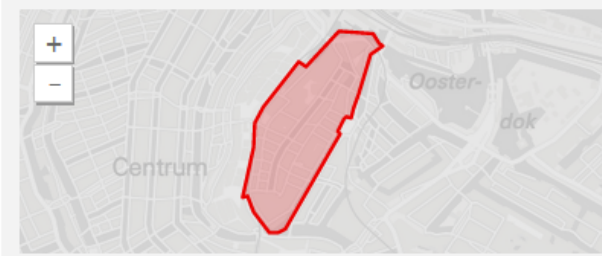
**Amsterdam in aantallen**

Inwoners	872.497
Woningen	449.982
Vestigingen	129.908
Winkels food	1.622
Werkzame personen	593.222
Scholen PO	203
Oppervlakte land	16.359 hectare
Bevolkingsdichtheid	5.333 inw./km2

✘ Gemeente  
✘ Amsterdam

## Gebied in beeld

**Gebied** DX01 Centrum-West  
**Wijk** A00 Burgwallen-Oude Zijde  
**Buurt** geen buurt geselecteerd  
**Thema** Gebied in het kort



**Betekenis kleuren**

- veel meer/beter dan gemiddeld
- meer/beter dan gemiddeld
- rond stedelijk gemiddelde
- minder/slechter dan gemiddeld
- veel minder/slechter dan gemiddeld
- geen cijfers beschikbaar

Burgwallen-Oude Zijde in aantallen	
Inwoners	4.525
Woningen	2.974

**Thema**

- Gebied in het kort
- Bevolking
- Stedelijke ontwikkeling en wonen
- Verkeer en Openbare ruimte
- Duurzaamheid en water
- Economie en cultuur
- Openbare orde en veiligheid
- Onderwijs, jeugd en diversiteit
- Werk, inkomen en participatie
- Welzijn, zorg en sport
- Sociale kracht

## 11 thema's waarvan 5 zeer interessant voor Stadsdorpen

- **Gebied in het Kort:** hierin kun je onder meer zien hoeveel inwoners je buurt heeft, wat het oordeel is van de bewoners over de ontwikkeling van de buurt en hoe het is gesteld met de sociale cohesie.
- **Bevolking:** dit laat de leeftijdsverdeling zien in de buurt, de samenstelling van huishoudens en de migratieachtergrond van de buurtbewoners.
- **Welzijn, Zorg en Sport:** dit verschaft informatie over de leefsituatie-index, het percentage eenzame bewoners in je wijk en zorgcijfers omtrent leefstijl, gezondheid en mantelzorg.
- **Werk, inkomen en participatie:** hierin wordt onder andere de betrokkenheid bij de buurt gerapporteerd.
- **Sociale Kracht:** hierin is zichtbaar de Sociaal Economische Status (SES) van buurtbewoners, de Kwetsbaarheidsscore en een score qua Draagkracht.

# Uitgelicht: Draagkracht

## Hoe wordt het onderdeel Draagkracht berekend?

Draagkracht bestaat uit twee onderdelen: Sociale Cohesie en Buurtactiviteiten per 1000 inwoners.

Omdat sociale cohesie zo'n belangrijk doel is voor bijna alle stadsdorpen lichten we deze er speciaal uit.

De score per wijk/buurt op sociale cohesie wordt berekend op basis van de volgende stellingen:

- De mensen kennen elkaar in deze buurt nauwelijks
- De mensen gaan in deze buurt op een prettige manier met elkaar om
- Ik woon in een gezellige buurt, waar veel saamhorigheid is
- Ik voel me thuis bij de mensen die in deze buurt wonen.

## Stap 2 op de flap

Visie van mijn Stadsdorp

Kernwoorden /waarden zijn

- 
- 
- 
- 

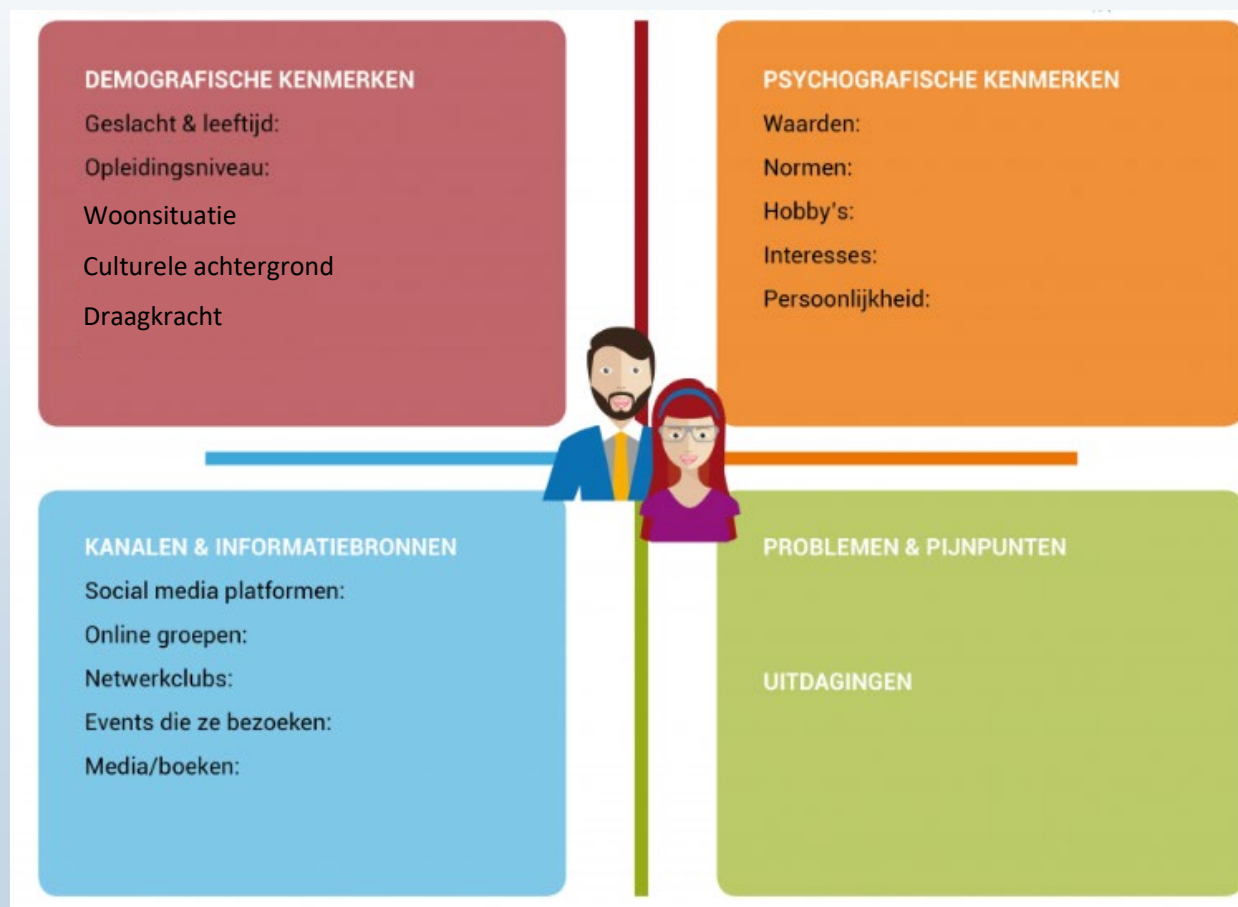
Doelgroep(en)

Wat typeert

## Beantwoord in je doelgroep analyse in ieder geval de volgende vragen:

- Wat zijn de algemene kenmerken van mijn **doelgroep(en)**? ...
- **Welke** behoeften hebben ze? ...
- **Hoe** kan het Stadsdorp hieraan bijdragen? ...

### Info en feiten



### Behoeften en drijfveren



*Voorbeeld*

In gesprek gaan met de doelgroep over wat typeert mij

**DE DOORWERKER.**

Actief blijven & ertoe doen

**DE FILANTROOP.**

Iets leren aan generaties

**DE SILVER STARTER.**

GreyPreneur/ iets beginnen

**DE GROENE GRIJZE.**

Duurzaamheid & natuur

**DE LEVENSGENIETER.**

Doen nu het nog kan

**DE NIEUWE GROOTOUDER.**

Ontzorgen & bijblijven

**DE LAATBLOEIER.**

Hele nieuwe dingen leren

Waar ik 'veel' van weet/  
goed in ben?

Wat ik graag doe?

Wat ik graag wil leren?

# Hoe kom je erachter wat goed past?

## ➔ Brainstorm

- 🌐 Enquêtes
- 🌐 Google Analytics
- 🌐 Interview
- 🌐 Klantsafari

.....samen in gesprek

# PAUZE met drankjes



### Agenda 31 juli 2024

- Stichting Coloci
- In de haarvaten van de samenleving
- Hoe doen we dat?
- Waarom lukt dit?
  
- Het communicatiedoel van de website van je Stadsdorp
- De functie van de website
- De website staat niet op zichzelf
- Probeer niet alles alleen te doen
- Terug naar de website
- Voorbeelden, overleg en vragen



### Doelstelling

- Gemeenschapszin bevorderen en herstellen

### Middel

- Leerweg voor gemeenschapsvorming verspreiden
- Kennis, coaching en infrastructuur beschikbaar stellen

### Randvoorwaarden en succesfactoren

- Onafhankelijk en zonder enig ander belang dan sociale /culturele ontwikkeling
- Onbaatzuchtig een ander helpen, geen economisch model en geen betaalde diensten

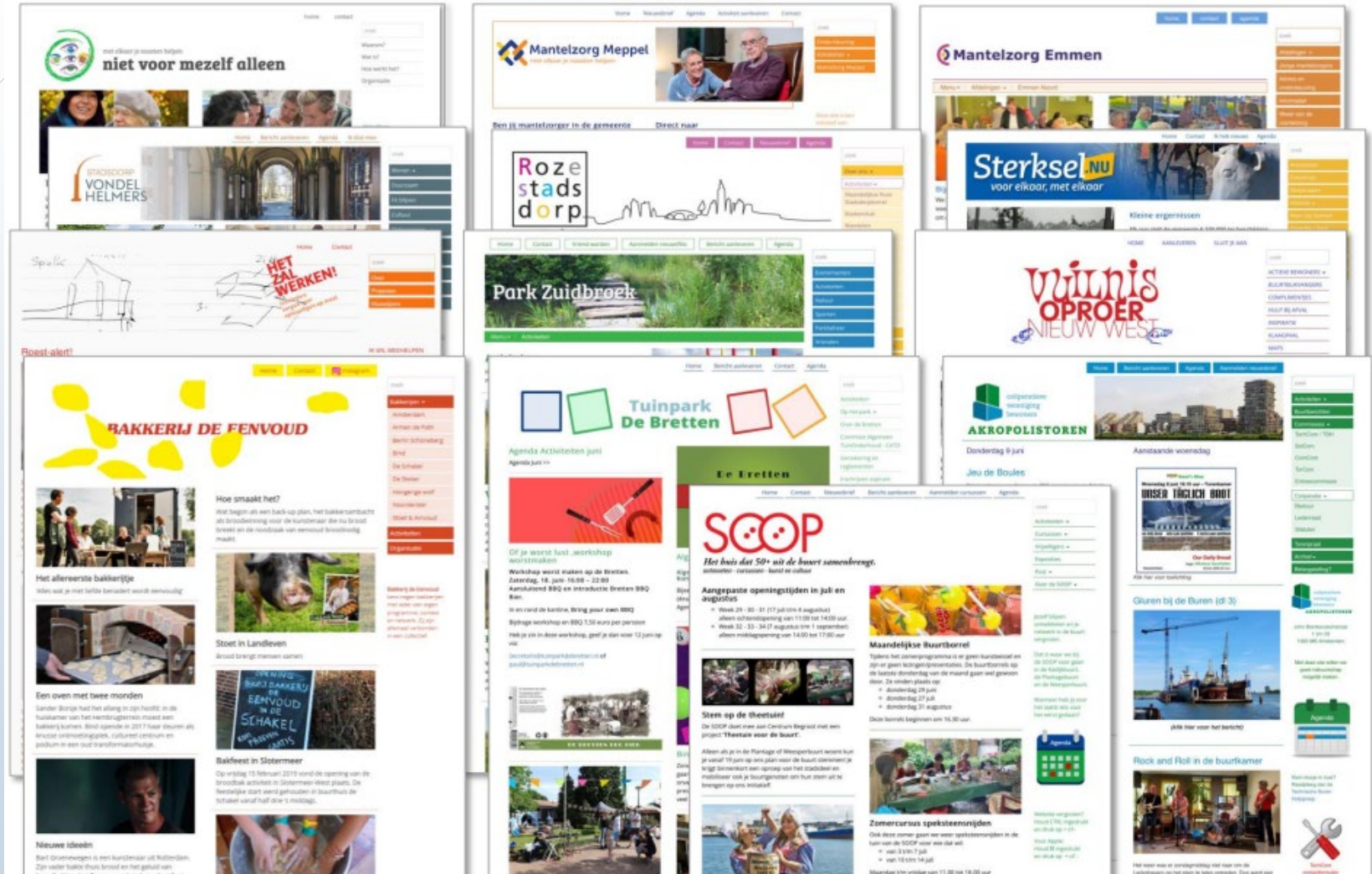
### Inmiddels 23 jaar

- Meer dan 250 buurtinitiatieven en gemeenschappen
- Leren door te doen
- Behulpzaam zijn en zelf niet op de voorgrond treden
- Om niet aanbieden en zonder verplichtingen

### 2024 en verder

- Realisering regionale kennisnetwerken en werkplaatsen voor gemeenschapsvorming, solidariteit- en coöperatieontwikkeling
  - welke vormen kan solidariteit voor een toekomstige samenleving aannemen?
  - hoe kunnen autonomen gemeenschappen, overheden en private organisaties een nieuwe gelijkwaardige relatie aangaan en onderhouden?

# In de haarvaten van de samenleving leerweg > 250 gemeenschapsinitiatieven geholpen



## Hoe doen we dat?

- Onderzoeken of het initiatief kansrijk is, de initiatiefnemer en de buurt of regio er samen beter van kunnen worden, meer plezier met elkaar ervaren
- Samen de gedeelde intrinsieke motivatie van de groep vinden
- Helpen bij het formuleren van bijpassende acties en plan verbinding maken
  - ✓ welke activiteit verbindt mensen, wil men aan meedoen?
- Initiatiefnemers helpen in de juiste rol te komen
- Initiatieven leren onafhankelijk en zelfvoorzienend blijven, een gemeenschap worden en blijven
  - ✓ dus geen eenmalige fundactie, maar blijvende activiteiten, diversiteit en groeiende verbinding
- Bestaande initiatieven helpen innoveren, verduurzamen, verjongen, relevant blijven en doorgroeien
  - ✓ in de praktijk betekent dat bijna altijd het herstellen van de informele gemeenschapszin en autonomie en de belangen van derden weer ondergeschikt maken
- Indien nodig, beschikbaar stellen van speciaal hiervoor met kinderen en jongeren ontwikkelde publieke online applicatie en communicatie begeleiding. Het format, de samenstelling van functies waarborgen de randvoorwaarden van gemeenschapsvorming:
  - ✓ drempelloos, openbaar, relevant en veilig informatie delen
  - ✓ zonder dat men prooi van elkaar of derden wordt; een informele gemeenschap is geen economische entiteit of marktplaats
- Uitgangspunten van (buurt)gemeenschap leren eigen maken

## Waarom lukt dit?

- Het eigen initiatief en onafhankelijkheid staan centraal
- Persoonlijk contact en de menselijke maat behouden, eenvoudig en kleinschalig
- Het leren vinden en omarmen van de gedeelde intrinsieke motivatie waardoor buurtgenoten er kennis van willen nemen, deelnemen en zelf ook actief worden:
  - ✓ plezier
  - ✓ steun
  - ✓ hoop
  - ✓ grip op het leven houden
  - ✓ gezondheid
  - ✓ ontwikkeling
  - ✓ kwaliteit van leven
  - ✓ combinaties hiervan
- Leren geen onnodige of structurele kosten maken :
  - ✓ focus op de ontwikkeling van blijvende verbinding, vrijwillige energie en activiteiten en niet op eenmalige (crowd)funding, als die nodig zou zijn
  - ✓ initiatieven laten bijna allemaal een duurzame groei van gemeenschap en activiteiten zien
- We laten iets blijvends achter waardoor :
  - ✓ kernwaarden gewaarborgd worden
  - ✓ mensen uitgangspunten van de buurtgemeenschap eigen kunnen maken
  - ✓ het initiatief niet afhankelijk wordt van een individu of organisatie



## Het communicatie doel van de website van je Stadsdorp

Altijd en overal samen zijn, doen en delen openbaar, drempelloos, relevant en veilig kunnen beleven en bewijzen.

- Zodat iedereen weet kan hebben van de motivatie, doelen en activiteiten van de gemeenschap, het Stadsdorp
- Iedereen hierdoor kan overwegen een keer mee te doen, aan te sluiten of zelf ook actief te worden
- Zonder dat Stadsdorpers onderdeel van een marktplaats worden, prooi van elkaar of van derden

Coloci format en samenstelling van functies zijn geoptimaliseerd om deze waarden en uitgangspunten te kunnen waarborgen.

## De functie van de website

De informatie plek waar de toekomst, het heden en verleden binnen één context zichtbaar en bruikbaar is

- Activiteiten aankondigen: doe ook mee!
- Verslag doen van activiteiten: het hadden goed met elkaar
- Praktische informatie delen: hier word ik wijzer van of ik blijf zo makkelijk op de hoogte
- Bewaren van belevingen; het bewijs van verbinding, erbij horen, meedoen, de identiteit van het Stadsdorp, dit zijn wij, hier staan we voor

Coloci format is hiervoor geoptimaliseerd

## De website staat niet op zichzelf

Het is het centrale punt van een mediamix

Er zijn meerdere media voor werving:

- o brieven, folders, flyers, e-mail, e-mail nieuwsbrief:  
hier heb je zelf de regie in handen, net als over je website  
je hebt toestemming nodig voor het benaderen van mensen
- o sociale media, radio, TV, media van partners en derden  
hier heb je de regie en het bereik niet in handen

Informatie is dus niet als vanzelf geschikt voor alle soorten gebruik moet je altijd aanpassen

## Probeer niet alles alleen te doen

### De gemeenschap informeren en betrekken doe je samen

- Verdeel de taken, het gebruik en beheer van de verschillende media
- Gebruik per medium een daarvoor geoptimaliseerd en makkelijk middel
- Alles in één lijkt handig, maar vraagt veel beheersing en verantwoording en is ook vaak kostbaar

## Terug naar de website

Deze wordt meer op mobiel dan op een pc of tablet gezien en gebruikt

- Systemen passen zichzelf aan (responsive)
- Redacteuren en artikelen doen dat niet vanzelf, dus leer een vaste manier van werken en presenteren aan

Coloci format: webkrant/wiki/contactpunt en agenda van de gemeenschap

- Een artikel bestaat uit een beeld, een titel, een korte samenvatting en daarna (doorklikken) het volledige artikel, voorzien van beelden en bijlagen
- (sub)rubrieken waar de artikelen in gepubliceerd en bewaard worden
- een voorpagina met daarop de actualiteit en wat belangrijk is om te melden (er is dus geen rubriek nieuws!)

De samenleving snakt naar meer onderling vertrouwen en welbevinden.  
Dat lukt beter met mensen in je directe nabijheid dan alleen.

Samen leven verduurzamen kan alleen wanneer mensen begaan zijn  
met elkaar en in gemeenschap samen zaken voor elkaar krijgen.

Waaraan overheden, publieke organisaties en zakelijke ondernemingen  
waarde kunnen toevoegen in een wederkerige verbinding met iedereen.

Alleen met elkaar heb je een leuker en zinvoller leven.



# Websites deelnemende stadsdorpen

- Dit zijn de websites van de deelnemende stadsdorpen aan het ONS-programma. Sommigen hebben nog geen website.
- Stadsdorp Slotervaart-Noord: <https://www.stadsdorp-slotervaart-noord.nl/slotervaartnoord>
- Stadsdorp Ons Amstelkwartier: <https://onsamstelkwartier.nl/amstelkwartier>
- Bewonersorganisatie Wallenbuurt: <https://www.wallenbuurt.amsterdam/wallenbuurt>
- Stadsdorp Hemsterhuisbuurt: <https://hemsterhuisbuurt.nl/hemsterhuis>
- Doe je Mee Ijburg/Zeeburg: <https://ijburgdoejemee.nl/ijburgdjm>
- Stadsdorp de Aker: <https://www.stadsdorpaker.nl/aker>
- Stadsdorp Meer en Vaart: nog geen website
- Stadsdorp Nieuw Aalsmeer: nog geen website