

STAN CLAUS
THOMAS CLASQUIN
LUUK VAN BEELEN
HARM CNOSSEN
STEFFANI SWART
WILBERT BEKENDAM
STEFAN GELOK
MATHIEU KANA



TrashPassers

TULPI



EINDVERSLAG

SOCIAL

COHESION DESIGN

INHOUDSOPGAVE

INHOUDSOPGAVE I 1

Inleiding	4
Team	5
Teamleden	7
Het bedrijf: Tulpi	11
Setting X	17
3D Scnerario Board	19
Onderzoek Q1	20
Resultaten	22
Conclusie Q1	23
Scenario's	25
Experts	28
Conclusie Subscenario Matrix	29
Hoofdscenario	31
Sociale Cohesie Missie	32
Visie	33

INHOUDSOPGAVE I 2

Idee Ontwikkeling	35
Conceptkeuze	43
Community Art	45
Onderzoek Q2	47
Resultaten	48
Praktijktest	49
Eindconclusie I2	50

INHOUDSOPGAVE I 3

Business, Branding & Promotion Plan	52
Detaillering Afvalbak	55
Detaillering Festival	58
Vandalisme Preventie	65
Strategische Partners	67
Onderzoek 3	69
Spat	71
Pilot plan	72
Productiekosten	77
Eindconclusie I3	78
Adviezen voor Tulpi	79
Appendix A: Stellingen Q1	80
Appendix B: Resultaten Q1	81
Appendix C:Q3 Vragen	84
Appendix D:Results Q3	85



INLEIDING

Voor u ligt het verslag van Trashpassers, een ontwerpteam dat in samenwerking met het bedrijf Tulpi een afvalverzamelstelsel gaat ontwerpen dat voor meer sociale cohesie moet gaan zorgen in de probleemwijk het 'Rode Dorp' in Delft. Dit is een opdracht voor het keuzevak Social Cohesion Design en het team is samengesteld met studenten van verschillende studies; Technische Bestuurskunde, Industrieel Ontwerpen, Lifestyle, Animatie, Human Technology en het VMBO werken samen in één multidisciplinair team. In dit verslag kunt u lezen wie wij zijn en wie Tulpi is. Er wordt aangegeven hoe wij als ontwerpers tegen het Rode Dorp aan kijken en wat onze missie en visie is voor het ontwerpprobleem. Er zijn verschillende ideeën tot concepten uitgewerkt en er is literatuur en praktijk onderzoek gedaan waarvan de resultaten in dit verslag te vinden zijn.

Binnen het vak Social Cohesion Design bewandelt Trashpassers een ietwat aangepast pad. Gezien er vanuit de opdrachtgever al een concept afvalbak naar voren is gebracht, zal dit niet meer tot de taken van de ontwerpgroep horen. In plaats hiervan wordt er iets meer verwacht op technisch gebied. Het is de bedoeling dat Trashpassers aan het eind van het traject het mechanisme voor het open- en dichtklappen van de Tulpi afvalbak ontworpen heeft. In dit proces zit dan alsnog een idee- en conceptfase, zij het op een ander punt.

Dit wijkt dus enigszins af van de standaard procedure van het vak, maar hier zal alsnog zo goed mogelijk aan voldaan worden. Enige afwijkende stappen binnen het gehele project zullen besproken worden, om zo aan de wensen te kunnen voldoen van zowel het vak als de opdrachtgever.

We wensen u veel plezier met het lezen van ons verslag.

TEAM

Tijdens het vak Social Cohesion Design zal er gewerkt worden in een multidisciplinair team.

Dit team bestaat uit vier Industriële Ontwerpers, een Technische Bedrijfskundige, een Animator, een Human Technologist en een VMBO 'er die op school zit in de buurt.

Er wordt van dit team verwacht dat zij samenwerken en met behulp van ieders expertise tot een product komen dat de sociale cohesie in het Rode Dorp vergroot.

Het is bedoeling dat de Industriële Ontwerpers de leiding nemen in het project, helpen met het opzetten van de verschillende buurtonderzoeken en daarnaast ook nog in samenwerking met de andere groepsleden tot een product komen dat de sociale cohesie in het Rode Dorp vergroot. Van de Technische Bedrijfskundige wordt verwacht dat hij een buurtbestuur opzet dat zich gaat bezig houden met het straatmeubilair. Van de Animator wordt aan het einde van het seminar een animatie verwacht van hoe de buurt is en in hoeverre het ontworpen product helpt bij het vergroten van de sociale cohesie. Van de Human Technologist wordt verwacht dat hij de schakel vormt tussen de VMBO 'er en de Industriële Ontwerpers.



TrashPassers

Een van de Industriële Ontwerpers, Harm Cnossen, fungeert als groepsleider en werkt nauw samen met de Technische Bedrijfskundige. Daarnaast zal hij contact houden met de opdrachtgever over eventuele vorderingen in het project.

De Technische Bedrijfskundige gaat zich voornamelijk bezighouden met het opzetten van een wijkbestuur. Ook zal hij de Industriële Ontwerpers helpen/begeleiden in het opstellen van het business plan, het branding plan en het promotion plan.

De taken van de Industriële Ontwerpers zijn voornamelijk leiding geven over het team, assisteren met het opstellen van de buurtonderzoeken en natuurlijk het ontwerpen van het product.

De Animator helpt mee met de buurtonderzoeken en beslissingen in het ontwerpproces. Op deze manier krijgt zij een gevoel en een sfeerbeeld waar vanuit zij haar inspiratie kan halen voor de animaties die dit project behoeven.

Human Technologist is als schakel dienen tussen de VMBO'er en de Industriële Ontwerpers. De taak van de VMBO'er is het helpen waar hij kan en wanneer het gevraagd wordt.

Zoals misschien opgevallen is, is er geen Lifestyler in dit ontwerpteam. Zij is vroegtijdig met het project gestopt, en indien nodig zullen haar taken door de andere groepsleden uitgevoerd worden.



TEAMLEDEN



Ik ben Thomas, student Industrieel Ontwerpen in Delft. Het leuke van ontwerpen vind ik het ideeën genereren en het praktisch uitwerken van een product. Ik denk dan ook dat dit de punten zijn waaraan ik het meest kan bijdragen in dit ontwerpteam.

Naast mijn studie maak ik graag dingen voor mezelf, bij alles wat ik nodig heb vraag ik me eerst af of ik het niet zelf kan maken. Het liefst maak ik dingen van afval; het is gratis, overal en vaak veel te goed om weg te gooien. Het zou mooi zijn als mensen hierdoor beseffen dat wat ze weggooien misschien nog best bruikbaar is, en er een andere bestemming voor bedenken



I am Steffani and currently in my second year of Animation at the Willem de Kooning Academie in Rotterdam.

In our fourth semester we got confronted with the Social Cohesion Design Project Delft. In collaboration with a team of six other people, I as Animator am given the task of visualization.

As animator, I am giving conceptual input about the product. This concerns more the interactive part between people and product than the technical procedure. I am thinking about gadgets and ways to make people's minds open for the new object, which is to come standing in their surroundings. The feeling and the needs of the neighborhood are my point of interest: why does the 'Rode Dorp' profit from this product, and why would people want it to be there? Of course these points are to be seen in connection to social cohesion within the area.

At the end, it is my goal to create a visualization in form of moving image, which explains the coherence between the development, origin, intention and the necessity of the garbage can and the coherence between the object itself and the people living in the 'Rode Dorp'.



Mijn naam is Stan en ik ben een van de industriële ontwerpers van het team. Ik ben altijd druk bezig met studie, sport, werk en andere projecten. Dit jaar ben ik van plan om mijn bachelor af te ronden. Ik vind het leuk om met vormgeving bezig te zijn en om creative ideeën tastbaar te maken.

Sociale cohesie is iets dat ik als vanzelfsprekend beschouw. Maar dit geldt natuurlijk niet voor iedereen. Mensen een gevoel van thuishoren geven in een buurt waar dit niet vanzelfsprekend is, leek mij een prachtige kans om mijn ontwerpvaardigheden toe te passen. Maar dat is niet de enige reden waarom ik dit vak gekozen heb, ook leek het mij een interessante mogelijkheid om een keer in een multidisciplinair team een opdracht onder handen te nemen. En zeg nou zelf: "Mensen samenbrengen, wie wil dat nou niet?"

Ik ben Luuk van Beelen, 18 jaar en tweedejaarsstudent Industrieel Product Ontwerpen aan de Haagse Hogeschool en woonachtig in Katwijk aan Zee.

Voor mijn studie moet ik in het tweede jaar 2 vrije studiepunten behalen. Dit kan d.m.v. bestuurswerk, aan ontwerpwedstrijden meedoen en het volgen van een seminar.

Ik heb voor dit laatste gekozen, en daarom volg ik nu het seminar Social Cohesion Design aan de TU Delft. Ik heb voor dit seminar gekozen omdat dit het eerste project wordt waarbij ik in een multidisciplinair team ga werken. Daarnaast lijkt het mij een inhoudelijk interessant vak en het samenwerken met een bestaand bedrijf spreekt mij heel erg aan.

Mijn taak in het team zal vooral bestaan uit het ontwerpen van een product dat in de buitenruimte komt te staan en bijdraagt aan het vergroten van de sociale cohesie in de buurt. Daarnaast kan ik waardevol zijn vanwege mijn strakke planning, betrouwbaarheid, mijn 'out-of-the-box' denken en mijn overvloed aan enthousiasme.





Mijn naam is Harm Cnossen, student Industrieel Ontwerpen aan de TU Delft en teamcaptain bij Trashpassers. Mijn visie op het ontwerpen is dat producten hun functie moeten laten zien. Ik houd niet van overbodige opsmuk. Het visualiseren van mijn gedachten is bij mij een sterk punt; ik kan mijn gedachten vaak snel en effectief op papier overbrengen naar mijn medewerkers. Naast dat ik creatief ben aangelegd, houd ik er ook van om sportief bezig te zijn. Schaatsen in de winter en wielrennen in de zomer houden mijn lichaam fit en mijn geest scherp.

Mijn taak binnen het team is naast interne communicatie en het leiden van het team in goede banen ook het ontwerpen van het product. Ik heb veel contact met onze opdrachtgever, Marco Manders en ik probeer zijn eisen zo veel mogelijk met behulp van mijn designteam te verwerken in ons product: een afvalsysteem dat zorgt voor meer sociale cohesie.

Mijn naam is Wilbert Bekendam en ik ben 2de jaars student Technische Bedrijfskunde aan de Haagse Hogeschool in Delft. Deze vestiging is gespecialiseerd in Technology, Innovation & Society. Naast mijn studie ben ik de voorzitter van de studievereniging van Technische Bedrijfskunde genaamd het Bedrijfskundig Genootschap Delft. Hier gaat wekelijks veel tijd inzitten, maar is wel erg motiverend en inspirerend. Ook ben ik een hockeyer in mijn schaarse vrije tijd. Met mijn 20 jaar ervaring heb ik er vertrouwen in dat dit project een geslaagd project gaat worden. Mijn interesses liggen namelijk onder andere om de maatschappij verder te helpen, mits er continuïteit zit in de verbetering. Daar sluit dit project, Social Cohesion Design, goed bij aan. Van tevoren had ik andere werkzaamheden verwacht, maar daar is volgens mij al genoeg over gezegd.

Daarnaast is dit een groot groepsproject waar goed samenwerken een groot deel bepaalt van de uitkomst. Aangezien wij een multidisciplinair team vormen, is dit dus zeer belangrijk. Ook de gastcolleges van professionals uit de wijk zijn een toevoeging aan deze opdracht, omdat dit de SPAT voor het wijkbestuur beter fundeert.

Naast mijn vrijwilligersactiviteiten voor de Nationale JeugdRaad en TechniekTalent.nu vind ik dit zeker een leuke, maar vooral goede uitdaging om mijzelf in stuk te bijten. Met de vier andere TBK'ers zullen wij het financiële deel en het relatiemanagement leveren. Samen met de bestuurskundige studentes zal het draaiboek volledig gemaakt worden. Dit project heeft een grote toegevoegde waarde aan de gemeente Delft en vooral aan de specifieke plek Het Rode Dorp. Het is fijn om hier een bijdrage aan te mogen leveren.



Stefan Gelok

Stefan studeert Human Technologies en probeert op dit gebied zijn steentje bij te dragen aan de ontwerpgroep Trashpassers.



Mathieu Kana

Mathieu is een VMBO leerling van het CLD. Hij zal begeleid worden door Stefan, en kan ingezet worden als hulp op verschillende fronten.



HET BEDRIJF: TULPI

SAMENVATTING

Tulpi is een bedrijf dat zich specialiseert in stadsmeubilair of 'urban furniture'. Het bedrijf is opgericht door Marco Manders. Marco was oorspronkelijk grafisch ontwerper, maar heeft een omschakeling gemaakt naar industrieel (product) ontwerpen met zijn Tulpi stoel; een klapstoel voor buiten, geïnspireerd op het open en dicht klappen van een tulpenknop. Een klapstoel bedoeld om meer fun te creëren in de buitenwereld. De stoel is leverbaar als vast of mobiel model. Met deze klapstoel heeft Marco het merk Tulpi in één klap op de markt gezet. En wat voor markt!, want deze Tulpi stoelen staan over de hele wereld, mede doordat ze door de koninklijke familie op staatsbezoek dikwijls cadeau worden gedaan aan het desbetreffende land.

Tulpi is een relatief jong bedrijf en heeft als product op dit moment alleen nog het product waar het allemaal mee begonnen is: de Tulpi klapstoel. Maar als het aan Marco Manders ligt, blijft het niet bij de Tulpi stoel alleen. Hij is een creatieveling die overal op en rond openbare plekken mogelijkheden ziet om meer fun in de omgeving te brengen. Met behulp van dit project wil hij een tweede product tot stand brengen.



MARCO MANDERS

Marco Manders is de eigenaar van het bedrijf Tulpi. Hij is ooit begonnen in de grafische wereld en heeft op een gegeven moment de keuze gemaakt om zich de richting industrieel ontwerp eigen te maken. Dit deed hij met groot succes. Zijn harde werken en inzicht in de markt heeft geleid tot de prachtig uitziende Tulpi stoel. Hij is dé drijfveer achter Tulpi en heeft door zijn enthousiasme en inzet al een aantal awards in de wacht weten te slepen, waaronder de GIO Award (Goed Industrieel Ontwerp) voor het origineelste ontwerp van de Dutch Design Week. Manders is betrokken bij het project en het is erg aangenaam om met hem samen te werken.



PRODUCTIE

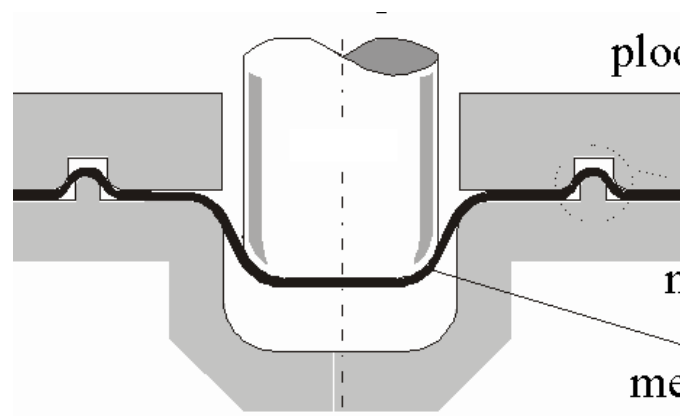
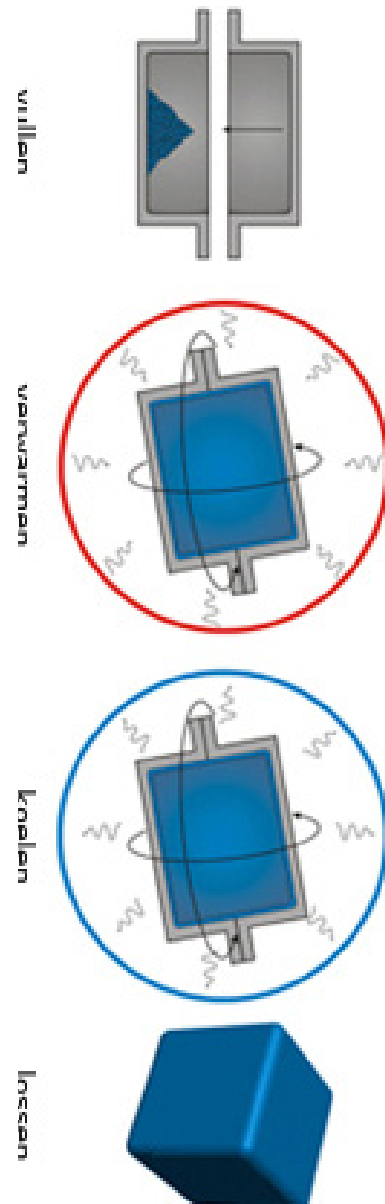
Tulpi heeft op dit moment één product op de markt. Deze olijke stoel wordt geproduceerd in Tilburg bij het bedrijf Roto-Art. Er wordt gebruik gemaakt van rotatiegieten om het zitvlak en de rugleuning te maken.

Het productieschema ziet er als volgt vereenvoudigd uit.

Aan de hand van (3D) tekeningen wordt een matrijs gemaakt. Deze holle matrijs wordt met kunststofpoeder gevuld (PE of PP-poeder). In de oven draait de matrijs langzaam over twee assen, het poeder smelt gelijkmatig tegen de matrijswand. De matrijs wordt hierna langzaam afgekoeld, waarbij de matrijs blijft ronddraaien (roteren). Zo ontstaat er een spanningsvrij, naadloos en slagvast product. De relatief lage matrijskosten, de vormvrijheid, het gebruik van inserts etc. geven vele creatieve mogelijkheden. Deze kunnen leiden tot innovatieve productoplossingen. Productafmetingen van enkele centimeters tot enkele meters zijn mogelijk in de rotatiegiet-techniek. Met name de lage opstartkosten maken de rotatiegiet-techniek uitermate geschikt voor kleinere productieseries. Dit maakt het dus ideaal voor Tulpi.

Tulpi heeft voor deze techniek gekozen omdat deze goed aansluit bij de Tulpi stoel. Als een nieuw product een andere productiemethode vereist zal deze dan ook toegepast worden.

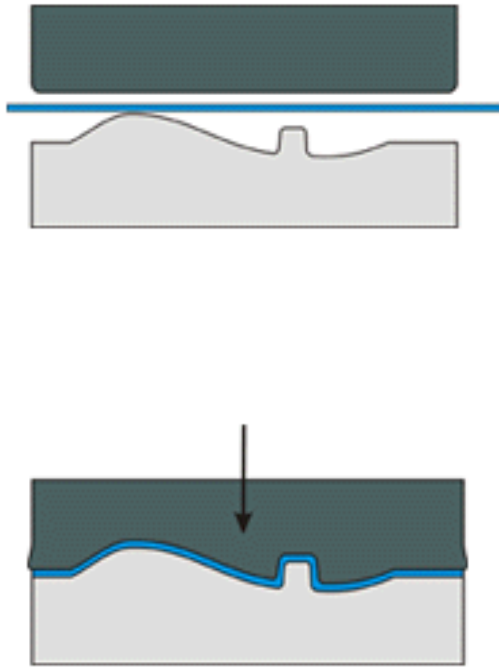
Het toekomstige product zal hufterproof gemaakt moeten worden en zal hoogstwaarschijnlijk 3D gevormde staalplaten bevatten. Er zullen een aantal productiemethodes gebruikt kunnen worden;



DIEPTREKKEN

Producten worden in één of meer trekken exact in hun juiste maatvoering gebracht. Bij conventioneel dieptrekken wordt eerst het uitgangsmateriaal, de metaalplaat, op de blikhouder geplaatst. Vervolgens gaat de stempel naar beneden, hierdoor wordt de metaalplaat tussen de trekrand en de blikhouder ingeklemd.

RUBBERPERSEN



Rubberpersen is een vervormingstechniek waarbij een rubber kussen wordt gebruikt om metaalplaat te vervormen. Het rubber kussen wordt vastgehouden in een stalen behuizing en over een matrijsdeel gedrukt. Door de druk van het rubber wordt de metaalplaat over het matrijsdeel gevormd. De materiaaleigenschappen van het rubber zorgen ervoor dat het kussen terugkomt in zijn oorspronkelijke vorm wanneer deze weer van het matrijsdeel los komt. Het grote voordeel van deze techniek is dat er slechts één matrijsdeel nodig is, het rubber neemt zowel de functie van tweede matrijsdeel als plooihouder over. Dit resulteert in lage gereedschapskosten, een korte time to market en minimale beschadiging van materiaaloppervlak. Een belangrijke aanvullende bewerking in het proces is het 3D nasnijden van het product met een CNC gestuurde 3D lasersnijmachine.

MARKT



De huidige Tulpi stoel heeft een unieke markt. Door de kleine oplage zijn de stoelen nog prijzig en worden daardoor in kleine aantallen verkocht. De meeste worden verkocht aan gemeenten of steden om in de openbare ruimtes te plaatsen. Door het duidelijke herkenbare Dutch design is deze stoel namens de koninklijke familie aan verschillende landen als staatsgeschenk gegeven. Dit heeft de markt verbreed en geïnternationaliseerd. Het nieuwe product zal in tegenstelling tot de stoel bedoeld zijn om in grote aantallen aan te kunnen bieden. De standaard afvalbakken die wij in Nederland kennen zijn qua design min of meer in de laatste 20 jaar onveranderlijk gebleven. Hier is een kans om een uitspringend ontwerp neer te zetten. De afvalbakken zullen een lage prijs hebben om te kunnen concurreren met de huidige prullenbakken. En zodat er een lage drempel is voor gemeentes om over te stappen van de standaard- naar de Tulpi afvalbakken.

DUURZAAMHEID

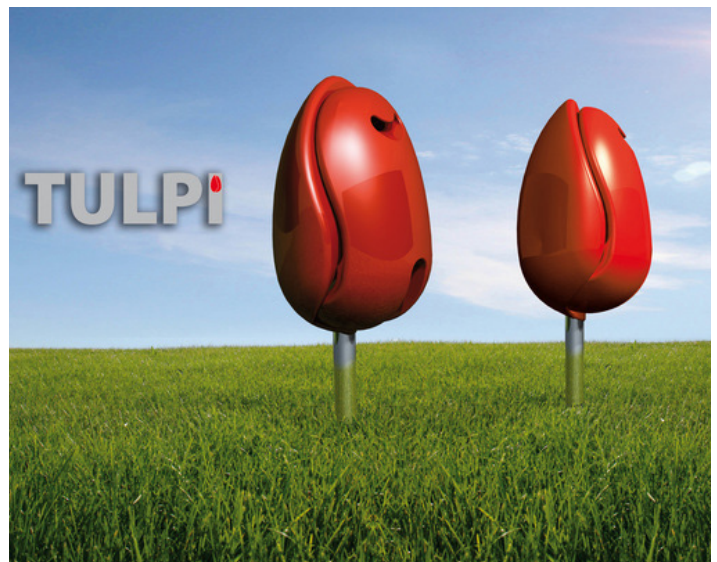
De Tulpi stoel wordt gemaakt van een kunststof genaamd, LLDPE. Dit materiaal is uiterst goed te recyclen, heeft een lange levensduur en biedt een hoge kwaliteit. De productie is efficiënt met als resultaat een Minimale hoeveelheid afval. Het kunststof wordt niet aangetast door bacteriën en kan aan het einde van zijn levenscyclus worden gesmolten en opnieuw als materiaal gebruikt worden.

De afvalbak zal waarschijnlijk gemaakt worden van RVS vanwege hufterproofheid en lange levensduur. RVS is sterk en recyclebaar.



Target

"De Tulpi is ontworpen om meer fun en kleur in onze buiten omgevingen te creëren. Het organische design is een eerbetoon aan de tulp. Tulpi's zijn van een hoogwaardige kwaliteit: niet alleen het uiterlijk is belangrijk maar ook de ergonomische aspecten. Wanneer we even uitrusten willen we natuurlijk wel lekker zitten! Tulpi's ondersteunen de onderrug en dat is altijd gunstig. Daarnaast biedt de Tulpi ook nog een andere garantie: door de opklapbare functie blijft het zitvlak altijd schoon en droog."



WEBSITE

De website heeft een “clean” designer uitstraling. De sfeer van de site komt in grote mate overeen met de instelling van Tulpi, namelijk vrolijkheid. Deze vrolijkheid wordt bewerkstelligd door de kleurrijke foto's op de achtergrond. De informatie is in goede hapklare stukken verdeeld zodat gewenste informatie gericht te vinden is. De site is in drie talen vertaald. Dit komt door de internationale marktgerichtheid. Omdat de site toegewijd is aan een enkel product is er uitvoerig ingegaan op alle aspecten van de Tulpi stoel. Dit maakt de site volledig en compleet.



LOOK EN FEEL

“De Tulpi is een typisch staaltje Dutch Design: minimalistisch, experimenteel, innovatief, eigenzinnig en humoristisch.” Het doel van de Tulpi is om in de openbare ruimte meer vrolijkheid, kleur en plezier te beleven. Dit is terug te zien in de stijl. Het minimalistische ontwerp zorgt ervoor dat een breed publiek de Tulpi kan waarderen. De kleur is van groot belang en geeft de stoel de olijke uitstraling en een stralend warm gevoel. De speelse vorm en de mogelijkheid om op de stoel te draaien werkt uitnodigend om de stoel aan te raken en om mee te spelen.



COMMUNICATIE TUSSEN TRASHPASSERS EN TULPI

Om tot een goed resultaat te komen is regelmatig overleg met alle partijen van belang. Trashpassers heeft in de eerste week van dit project Marco Manders, eigenaar van het bedrijf Tulpi, bezocht in zijn kantoor. Na de eerste kennismaking zijn hier de wederzijdse verwachtingen doorgesproken. Gedurende de rest van het project is er voornamelijk contact via de mail en telefoon gehouden. Daarnaast is Marco aanwezig geweest bij een van de presentatiemomenten. Dit was van toegevoegde waarde, omdat bij deze bijeenkomst 3D modellen van de ontwikkelde ideeën besproken konden worden.

De input van Marco was interessant en is doorslaggevend geweest bij het nemen van belangrijke beslissingen. Trashpassers heeft geen problemen ondervonden met betrekking tot de communicatie.



SETTING X

Het Rode Dorp is onderzocht en verwerkt in een 'Setting X', een soort model van de buurt. In deze 'Setting X' komen drie onderdelen aan bod. Het eerste onderdeel is een verzameling van elementen. Met elementen worden alle zaken in de buurt bedoeld die (indirect) van belang kunnen zijn voor het begrijpen van de buurt en de situaties die daar kunnen ontstaan. Het tweede onderdeel bestaat uit de 'actors'; dit zijn (groepen) personen die bepaalde acties uit kunnen voeren in de buurt. Zij vormen interacties en zijn daarom van groot belang bij het tot stand brengen van meer sociale cohesie. Het technologische beginsel is het derde onderdeel. Hiermee wordt de mogelijkheid tot het ontstaan van een nieuw product bedoeld, waarbij de focus natuurlijk op sociale cohesie ligt. Door de drie onderdelen te combineren kunnen ontwerpkansen ontstaan. Deze kansen zullen vervolgens worden uitgewerkt naar scenario's.

ELEMENTEN

1. Winkelcentrum
2. Speelpleintjes / Sportveld / Speelplaats
3. Grondcontainers (glas, GFT, rest) / Kliko's (papier, GFT) / Afvalbakken
4. Hondenpoep
5. Zwerfafval
6. Grasvelden / Groenstroken
7. Bankjes / Picknicktafel

Actors

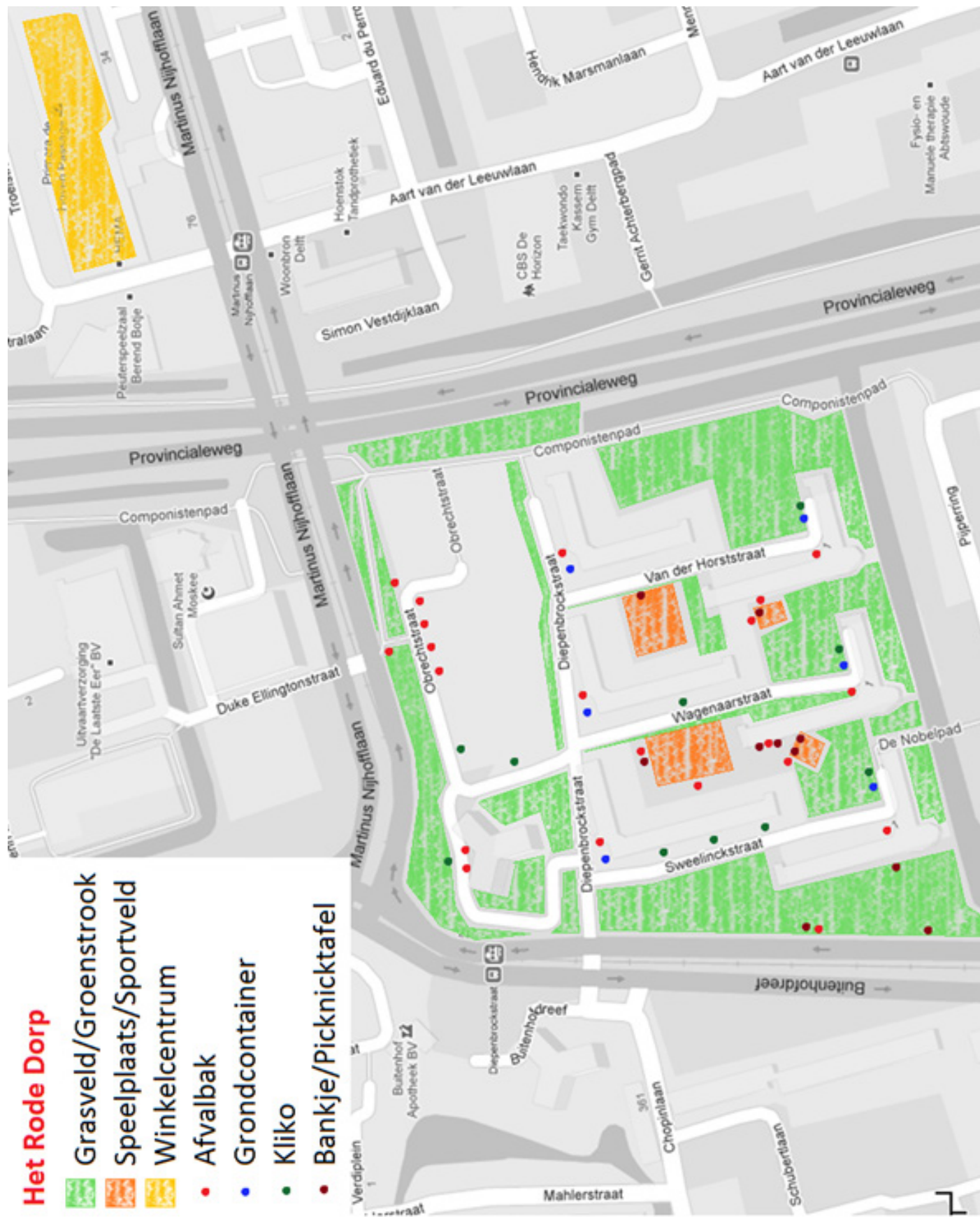
- A. Multiculturele inwoners
- B. Scholieren (CLD)
- C. 55+-ers

HET TECHNOLOGISCHE BEGINSSEL

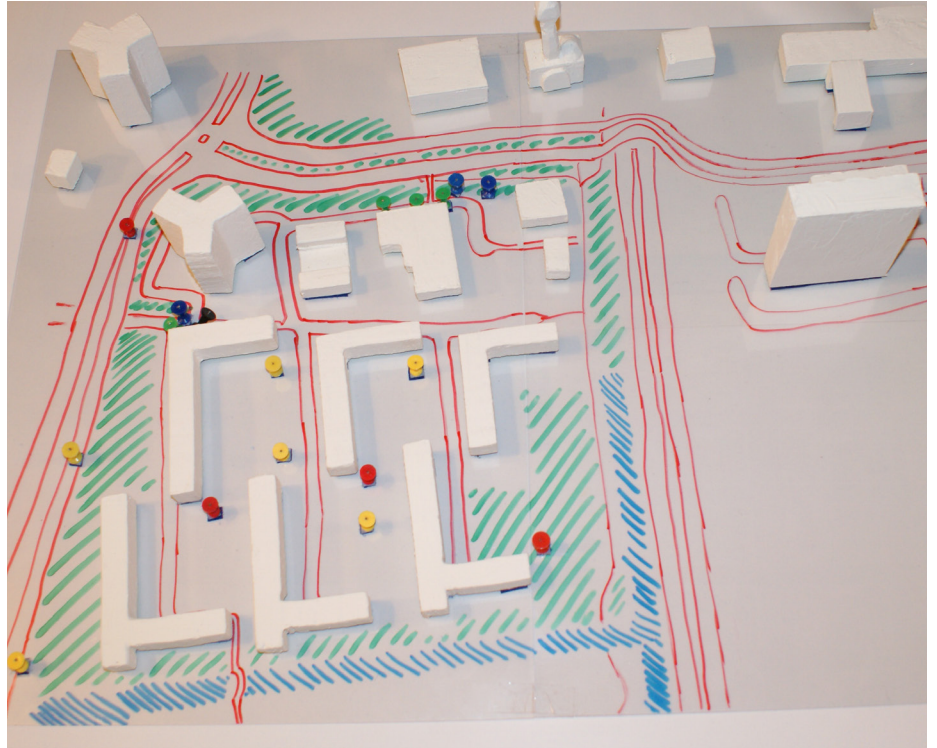
Dit is een nieuwe afvalbak die de sociale cohesie bevordert.

Er zijn verschillende interessante combinaties gemaakt uit deze groepen, die verder uitgewerkt gaan worden naar scenario's. Bij elk van deze combinaties zit het technologische beginsel inbegrepen.

Daarnaast zijn de elementen aangegeven in een plattegrond van het Rode Dorp.



3D SCENARIO BOARD



Om onze Setting X beter te visualiseren hebben we een 3D scenariobord gemaakt. Dit bord bestaat uit een maquette van het Rode Dorp met alle gebouwen en woningen. Deze maquette is met een afneembare verbindingen verbonden aan een vel doorzichtig plastic, dat op zijn beurt bovenop een kaart van het Rode Dorp ligt. Tussen de kaart en het plastic kunnen vellen gekleurd papier gelegd worden om bepaalde belangrijke gebieden snel aan te geven. Verder zijn ook alle elementen van de Setting X verwerkt in het 3D scenariobord. Deze elementen zijn aangegeven met gekleurde punaises. Elke kleur punaise staat voor een ander soort element. Geel voor afvalbakken, rood voor Kliko's en blauw voor ondergrondse containers.

Naast dat dit 3D scenariobord inzicht geeft in de elementen van Setting X, dient het ook als uitgangspunt voor het opstellen van sub-scenario's en uiteindelijk het Main Scenario. Op het board kan gevisualiseerd worden hoe de personen zich bewegen en wat hun interactie met de elementen in de omgeving is.

Wij hebben als ontwerpgroep besloten om een onderzoek te verrichten in het Rode Dorp. De verwachting was dat de resultaten uit dit onderzoek ons nuttige en bruikbare informatie zou opleveren voor ons verdere ontwerp traject. De informatie uit dit onderzoek konden wij toepassen op het 3D scenarioboard, en de informatie heeft ons verder geholpen in het bepalen van Setting X en van bruikbare elementen en sub scenario's. Voorafgaand aan het onderzoek hadden wij een aantal punten opgesteld waarop wij specifiek zouden gaan letten.

Enkele van deze punten waren:

- Belangrijke gebouwen
- Soorten woningen
- Infrastructuur
- Recreatiemogelijkheden
- Groen in de buurt
- Hoeveelheid mensen buiten op straat
- Verdeling van leeftijdsgroepen/bevolkingsgroepen op straat
- Interactie tussen mensen op straat

Daarnaast zijn wij ook specifiek gaan kijken naar afval in de buurt:

- Soorten afvalbakken
- Locatie van de afvalbakken
- Hoeveelheid en soort zwerfafval
- Plaatsen waar een verhoogd risico is op zwerfafval

Tevens zouden interessante bevindingen, die in eerste instantie niet tot de onderzoek punten werden gerekend, worden meegenomen in het onderzoek.

Voorafgaand aan het onderzoek hebben wij ons georiënteerd op de demografische ligging van de buurt. Wat ons opviel was het zeer geïsoleerde karakter van de buurt. Aan twee kanten afgesloten door water, en aan twee kanten afgesloten door wegen en bomen (Buitenhofdreef en Martinus Nijhofflaan). Er is slechts een straat die de buurt verbindt met de weg (Buitenhofdreef), waarbij dit ook de enige manier is om de buurt te verlaten.





Tijdens het onderzoek zijn wij te werk gegaan in twee aparte groepjes. Wij hebben voor twee aparte groepjes gekozen omdat een kleinschalig groepje zich sneller kan verplaatsen. Daarnaast zouden beide groepjes onafhankelijk van elkaar hun bevindingen noteren en zouden beide groepjes een andere route lopen zodat zij elkaars bevindingen niet zouden beïnvloeden. Deze bevindingen zouden later worden besproken en zou er worden gekeken in hoeverre deze bevindingen zouden bijdragen aan het onderzoek.

Nadat het onderzoek in het Rode Dorp was afgerond kwamen wij als ontwerpgroep bij elkaar om de bevindingen aan elkaar te rapporteren. Uit beide onderzoeken kwam naar voren dat niet de hoeveelheid zwerfafval maar juist de hoeveelheid hondenpoep in grote mate aanwezig was.



Wat verder uit het onderzoek naar voren kwam was het vrij groene karakter van de buurt. In de buurt zijn er veel veldjes, groenstroken en plantsoenen aanwezig. Onze eerdere bevindingen over hondenpoep doet hier zijn intrede. Want op vrijwel elk veldje, groenstrook of plantsoen lag wel hondenpoep. Deze groene gebieden worden stelselmatig gebruikt door kinderen en ouderen, en wij hebben een hypothese dat de hondenpoep kan zorgen voor irritatie bij de gebruikers van deze groene gebieden.

Wat als laatste uit ons onderzoek naar voren kwam was de hoeveelheid speelplaatsen voor kinderen. Elke flat heeft zijn eigen speelplaats en hiervan werd ook gebruikt gemaakt. Tijdens ons onderzoek zagen wij kinderen van alle leeftijden, afkomst en geslacht met elkaar samen spelen. Opvallend was dat er voornamelijk kinderen buiten te vinden waren, en slechts enkele ouderen, volwassenen en jongeren.

1. Stelling2: Er zouden meer winkels en terrasjes moeten zijn.
Score: +9

De bewoners willen meer voorzieningen in hun buurt, zodat ze minder ver hoeven te lopen voor hun boodschappen. Ook zou het fijn zijn als ze dicht bij huis een terras hebben waar ze buurtgenoten zouden kunnen ontmoeten.

2. Stelling9: Ik groet mensen uit de buurt als ik ze passeer.
Score: +8

Deze uitkomst is positief, het toont aan dat er in ieder geval een belangrijke basis is voor sociale cohesie. Het betekent dat men bij elkaar bekend is, en dat er een positieve houding tegenover elkaar bestaat.

3. Stelling 12: Ik zou graag andere mensen uit andere culturen willen ontmoeten.
Score: -7

De bewoners van het Rode Dorp lijken ietwat terughoudend naar andere culturen. Hoewel ze in een multiculturele buurt leven, willen ze blijkbaar liever hun eigen cultuur behouden.

4. Stelling 16: Ik betaal graag een maandelijkse bijdrage als ik daardoor meer contacten in de buurt krijg.
Score: -20

Dit is de meest opvallende uitkomst uit het onderzoek. Het komt er bij de bewoners van het Rode Dorp niet in dat er meer contact met buurtgenoten kan komen door een extra bijdrage te leveren. Dit is vreemd voor hen; je kan toch gewoon hallo zeggen?

5. Stelling18: Persoonlijke huisbezoeken voor het informeren wat er in de buurt speelt door het wijkcoördinatieteam stel ik op prijs.
Score: -7

Of het ligt aan het huisbezoek of aan de desinteresse voor buurtinformatie is onduidelijk, maar dit wordt over het algemeen niet op prijs gesteld.

SAMENVATTING

Om een analyse van de buurt te verkrijgen, is er veldonderzoek uitgevoerd door Trashpassers. Het bleek dat hondenpoep een groter probleem is dan zwerfafval. Ook lijken er meer speeltuintjes te zijn dan er vraag naar is.

Vervolgens zijn buurtbewoners geïnterviewd met behulp van een Q-questionnaire.

CONCLUSIE

Uit het door ons verrichte Q-onderzoek kwamen een aantal opvallende waarde naar voren. Veel van deze waarde verschilde sterk van elkaar, maar er konden verbanden worden gelegd tussen leeftijd en afkomst. Enkele waarde vielen ook op omdat men, ongeacht afkomst of leeftijd, unaniem over deze stelling eens was.

Wij kunnen concluderen dat, zoals te zien is in ons Q-questionair, vooral de volwassen meer terrasjes en winkels in de buurt willen hebben. Dit komt omdat voor dit soort voorzieningen men is aangewezen op voorzieningen die zich buiten de buurt bevinden. Om bij deze voorzieningen te komen moet men al lopend, fietsend of met de auto zich naar deze voorzieningen begeven. Dit kost natuurlijk tijd en moeite, vooral als het gaat om een kleine boodschap. Voor sportvoorzieningen ligt dit weer anders, hieruit blijkt juist dat de jeugd het vervelend vindt dat er zo grote afstand zit tussen sportveld/plaats en thuis. De ouderen hebben hier geen last van, voornamelijk omdat zij niet of nauwelijks sporten. Ook blijkt het dat ongeacht leeftijd of afkomst, men hun gelukkigheid niet laat hangen van het buurt gevoel. Vriendschappen in de buurt en mensen uit andere culturen ontmoeten hoeft van de meeste proefpersonen niet zo nodig (uit de Q-questionair komt naar voren dat beide kinderen van 11 willen dat ze meer vriendjes in de buurt zouden hebben, dit gaat echter over bestaande vriendjes en niet zozeer over nieuwe vriendjes.)

Over cultuur en activiteiten in de buurt zijn de meningen verdeeld. Bij cultuur in de wijk hangt de deelname van de ondervraagde af van het soort cultuur. Sommige ondervraagde zouden bij elk soort cultuur evenement wel even kijken of het hun bevalt, terwijl sommige maar naar een soort cultuur evenement komen en de rest bij voorbaat al niks vinden. Bij de vraag over persoonlijke huisbezoeken viel het op dat de jongere en kinderen hier geen behoefte aan hadden en dit zelfs hinderlijk vonden terwijl de ouderen dit juist op prijs stelde. Daarnaast was er een sterke deling tussen de jongere en de oudere omtrent het buurthuis. De jongere vonden dit onnodig omdat ze denken dat niemand hier gebruik van gaat maken, terwijl de ouderen dit wel zagen zitten en dit een goede manier vonden om hun sociale contacten te onderhouden. Ook was er nog een sterke verdeling tussen het helpen of organiseren van wijkactiviteiten. De jongere vonden dit tijdverspilling en de moeite niet waard, terwijl de oudere wel wilden helpen en dit juist een goed initiatief vonden. Wel moet worden gezegd dat de oudere hiermee



zouden stoppen als er niemand kwam opdagen en al het werk voor niks was. Een stelling waar zowel jongere als oudere het over eens waren was de stelling over het betalen van een maandelijkse bijdragen om zo meer sociaal contact te krijgen. Om een van de ondervraagde te citeren: "Ik ga echt niet betalen als ik ook hallo kan zeggen voor niks!". Mensen vinden dit geen goed idee en zeggen dat als ze meer sociaal contact willen, ze dit wel zelf kunnen regelen.

Over de vragen over technologie en face-to-face contact waren de meningen wat minder uitgesproken. Mensen wilden liever afwachten en kijken hoe het zich allemaal ontwikkelt voordat ze zich erover uit laten. Wel moet er gezegd worden dat vooral jongere vonden dat technologie kan helpen bij face-to-face contact, en voornamelijk de oudere hier sceptischer tegen over stonden.

De jongere vonden dat je door skype, sms, Facebook en andere social media afspraken kan maken met andere die je normaal niet zo snel spreekt. Ook hadden zij het idee dat er een minder hoge drempel was om iets af te spreken dankzij social media. De oudere vonden vooral dat de jeugd veel te veel met deze social media bezig was, en dat ze zich meer zouden moeten focussen op het face-to-face contact.

Als laatste is er nog een erg opvallende waarde. Deze stelling gaat erover dat de gemeente ervoor moet zorgen dat het gezellig is in een wijk. Bij deze stelling vonden de jongere dat de gemeente voor voorzieningen moeten zorgen waarvan zij gebruik kunnen maken. Vooral de kinderen vonden dat de gemeente voor goede speelplaatsen moeten zorgen, om zo meer kinderen naar buiten te krijgen. De oudere vonden juist dat het niet ligt aan de gemeente, maar aan de houding van de mensen in de buurt. Hun zeggen dat zolang niemand gezellig wil zijn alle pogingen van de gemeente om het gezellig te maken gedoemde zijn te mislukken.

SCENARIO'S

Aan de hand van de uitkomsten van het Q onderzoek zijn subscenario's opgesteld. Deze subscenario's geven inzicht in mogelijke toekomstbeelden voor de bevordering van sociale cohesie in het Rode Dorp. In deze scenario's hebben een of meerdere actors interactie met elkaar, met elementen uit setting x en met het te ontwerpen product. Deze subscenario's bieden een uitgangspunt voor het later te beschrijven hoofdsenario. Sterke punten uit de subscenario's worden gecombineerd en gebruikt om een overkoepelend hoofdsenario te creëren.

1. Charlotte, Mohammed, Ali en Umit ondernemen samen een speurtocht die is voorzien door de geplaatste Tulpi afvalbakken. Op elke afvalbak staat een raadsel of een puzzel met daarin een aanwijzing naar de plek van de volgende afvalbak. Terwijl hun kinderen samen spelen genieten de ouders samen van het mooie weer.
2. Bob, Graig en Frank zijn gemotiveerd door de Tulpi afvalbak om de buurt schoon te houden.. Elke keer dat ze een hoeveelheid afval in de afvalbak stoppen worden ze beloond met een tulpenbol die geplant kan worden in een Tulpi tulpentuin. Zo zorgen ze samen voor het schoner en mooier worden van de buurt.
3. Eefje laat haar hond Max uit vlakbij een van de speelveldjes van het Rode Dorp. Nadat Max zijn behoefte heeft gedaan pakt Eefje een opruimzakje uit de dispenser die aan de Tulpi afvalbak bevestigd zit, ruimt de uitwerpselen van Max op en gooit het zakje weg in de afvalbak.
4. Omar, Rein, Mohammed en Gunter houden ervan om samen op een zomeravond rond te hangen in het Rode Dorp en gezellig te kletsen onder het genot van een sigaret. De Tulpi Afvalbak met bevestigde asbak zorgt voor een zeer geschikte hangplek, vlak bij het basketbalveld waar ze af en toe samen een balletje kunnen gooien.
5. Jet, Pepijn, Samir en Fatima zijn slechts een aantal van de mensen die zorgen voor de Tulpi moestuin. Ze gebruiken de uitwerpselen van de honden die verzameld is in de Tulpi Hondenafvalbakken als mest voor de moestuin. Op het social plaza houden ze elk jaar een Tulpi Groentensoepdag waarbij ze genieten van zelfgemaakte groentesoep met de in de moestuin verbouwde groenten.
6. Terwijl de Rens, Adir, Robin, Carola, Nienke en Yvette nagenieten van de maandelijkse gezamenlijke barbecue avond die mogelijk gemaakt zijn door de Tulpi bbq's op het Tulpi deel van het social plaza spelen de kinderen in de grote Tulpi Glijbaan. Een gigantische tulp waar de kinderen via de stam omhoog klimmen en vanuit de bladeren naar beneden glijden.

7. Op het speelveldje is een speciaal parkje ingericht. Speciale Tulpi plantenbakken vormen samen met een aantal bankjes en picknick tafels een plaats waar de bewoners van het Rode Dorp samen kunnen komen. Het is een project waarbij de bewoners de plantenbakken voorzien van groen en het samen onderhouden.

8. In het winkelcentrum staat een Tulpi afvalbak met een beeldscherm waarop wordt bijgehouden hoeveel afval de bewoners van het Rode Dorp hebben verzameld en hebben "gered" van het rondzwerven op de straat. Het is door dit systeem dat Mark en Frank er samen met andere bewoners van het Rode Dorp voor te zorgen dat de buurt schoon blijft.

9. Een jaarlijks evenement waarbij Tulpi afvalbakken versiert worden door samengestelde groepjes van buurtbewoners uit het Rode Dorp. Achmed, Bep, Niels en Marousha zijn samen ingedeeld en beschilderen hun afvalbak met een schitterend Delftsblauw patroon. Door samen een mooi kunstwerk te verzorgen winnen ze de gouden Tulpi-award.

10. Elke maand komen de bewoners van het Rode Dorp bij elkaar op het social plaza om daar te genieten van een spectaculaire lichtshow. Een samenwerking tussen Tulpi met lichtgevende afvalbakken, Maiken met een dynamisch straatverlichtings systeem en Struyk met lichtgevende tegels. Druk in gesprek en speculerend over hoe de show er dit maal uit zal zien staan Tim, Ans, Fatouch en Akbar samen met hun kinderen te wachten tot de show begint.

11. Er is een wekelijkse bijeenkomst op het Tulpi plaza waar hondeneigenaren met hun honden samenkomen voor een training. Hier worden hun honden getraind tot waakhonden en samen zorgen de eigenaren en hun honden zo voor een veilige buurt.





12. Farahd, Kevin, Russel en Mohammed zijn samen aan het voetballen op het speelveldje. Plotseling ziet Mohammed een hondendrol liggen. Vroeger zou hij hier boos om geworden zijn, maar nu pakt hij een van de poep opruimzakjes van de Tulpi afvalbak en ruimt op een hygiënische manier de poep op om vervolgens weer verder te voetballen met zijn maten.

13. In het Rode Dorp staan een aantal Tulpi afvalbakken. Door er afval in te gooien komt er een speciaal zegel uit. Door deze zegels te verzamelen spaart Faya voor een Tulpi-service waar ze samen met andere spaarders uit de buurt een theebronsje houdt om de wekelijkse roddels te bespreken.

14. Herman heeft zich via de advertentie op de Tulpi afvalbak aangemeld voor het buddy systeem. Sanne die al jaren graag een hond wil, maar dat niet mag van haar ouders laat de hond van Herman uit. Bij terugkomst drinken ze samen nog even thee.

15. Op het social plaza komen de buurtbewoners van het Rode Dorp bij elkaar. De speciale Tulpi afvalbakken zijn voorzien van een knop die een toon produceert. Elke afvalbak maakt zijn eigen toon en zo maken de bewoners samen een Rode Dorp soundtrack.

Gedurende het gehele project vonden er op woensdag presentaties plaats van experts op het gebied van de sociale activiteiten rondom het Rode Dorp. Door de gemeente Delft wordt het Rode Dorp als probleemkern bestempeld en er zijn verschillende instanties bezig om dit te verminderen. Deze presentaties hielpen Trashpassers om meer inzicht te krijgen in de situatie rond het Rode Dorp.

Allereerst is het grote probleem binnen het Rode Dorp de werkloosheid. En in een aantal gevallen doen de bewoners hun uiterste best om aan werk te komen, maar lukt dit gewoonweg niet. En door het lange stilzitten vallen ze op den duur minder in de smaak bij sollicitatiegesprekken en zo ontstaat er een neerwaardse spiraal.

Vestia probeert hier in samenwerking met de Gemeente Delft mee te helpen. Werklozen worden namelijk op hun WW-uitkering gekort als ze na een x aantal maanden nog steeds geen werk hebben. Vestia verzorgt eenvoudige en zeer uiteenlopende klussen en helpt zo de uitkeringsgerechtigden aan werk en het behouden van hun uitkering.

Geld, of beter een gebrek daaraan is ook een grote factor als het aankomt op zwakke sociale cohesie. Elk initiatief kost uiteraard geld en daardoor laten bewoners het er vaak bij zitten. Breed Welzijn tracht hier verandering in te brengen door budgetten uit te delen voor het opzetten van projecten om de sociale cohesie te vergroten. Buurtactiviteiten die georganiseerd worden door een professional geleid, maar uitgevoerd door enthousiaste buurtbewoners. In het Rode Dorp wemelt het helaas ook van de misdaden en overlast wist wijkagent Arthur Steiner ons te vertellen. Hij is aanwezig bij dergelijke vergrijpen, variërend van problematiek achter de deur tot georganiseerde misdaad. Vaak worden de misdaden uit pure wanhoop gepleegd, omdat de daders financieel aan de grond zitten. Ook komt het geregeld voor dat bewoners uit hun huis worden gezet door achterstallige huur die niet betaald wordt. Steiner en zijn collega surveilleren regelmatig door het Rode Dorp en komen daarbij veel overlast tegen, al hoeft deze niet altijd onveilig te zijn.



CONCLUSIE SUBSCENARIO MATRIX

Nadat wij alle sub-scenario's hebben geschreven en beoordeeld zijn wij gaan kijken naar de sub-scenario's die volgens ons de meeste potentie hebben om een goed Main Scenario te vormen. Wij vonden dat scenario's 2, 5, 6, 7, 8, 13 en 14 de meeste kans hadden om een goed Main Scenario te vormen, omdat deze scenario's het meest te maken hebben met aan afval gerelateerde zaken. Veel kleine irritaties kunnen ontstaan als mensen hun afval op straat gooien. Hierdoor kunnen de buurtbewoners onbewust, en misschien wel onterecht, een bepaald beeld krijgen van deze personen die iets wel of niet weggooien. Helaas gaat dit vaak gepaard met hokjesdenken, wat de sociale cohesie natuurlijk niet bevordert.

Uit de opgestelde keuzematrix kwam naar voren dat veel scenario's geen invloed op elkaar hebben. Dit komt voornamelijk door de plaats waar de verschillende scenario's plaats vinden of door het gebrek aan overeenkomsten tussen beide activiteiten. Deze activiteiten zijn in de keuzematrix blauw gekleurd. De scenario's waarvan de activiteiten en de plaats wel matchen, en waarvan wij denken dat wij er eventueel iets mee kunnen doen in het Main Scenario zijn geel gekleurd. Dit zijn scenario's waarbij er wellicht een actie/reactie zou kunnen optreden, maar er zou net zo goed niks kunnen gebeuren. De scenario's die wij gebruiken in ons Main Scenario zijn rood gekleurd. Dit zijn ook de scenario's waarbij er een actie/reactie ontstaat door beide scenario's te vergelijken.



Door de verschillende scenario's te vergelijken zijn wij tot een aantal conclusies gekomen. Deze conclusies hebben vooral betrekking op de actie/reactie die plaats vindt als men afval wel of niet weggooit. Deze conclusies zijn als volgt:

- 1. Afval kan tot irritaties leiden bij de mensen die dit gedrag zien.
- 2. Afval kan een trigger zijn om ook afval weg te gooien.
- 3. Afval kan ook juist een trigger zijn om het niet weg te gooien, het 'Heilige Boontjes' gedrag.



		Gekozen Subscenari						
		Tulpenbol beloning	Tulpi moestuin	Tulpi BBQ	Tulpi plantenbakken	Afvalbak + lcd scherm	Afvalbakken versieren	Buddy systeem
		2	5	6	7	8	13	14
Gekozen Subscenari	Tulpenbol beloning	2						
	Tulpi moestuin	5	5					
	Tulpi BBQ	6	6	6				
	Tulpi plantenbakken	7	7	7	7			
	Afvalbak + lcd scherm	8	8	8	8	8		
	Afvalbakken versieren	13	13	13	13	13	13	
	Buddy systeem	14	14	14	14	14	14	14

SAMENVATTING HOOFDSCENARIO

Theo Jansen woont sinds vijf jaar in het Rode Dorp met zijn vrouw en twee zoons. Hij is ontevreden over de buurt, bijna niemand komt zijn huis uit en van sociale interactie is amper sprake. Nadat er een jaarlijks Community Art festival georganiseerd werd, kwam hier echter verandering in. Doordat de buurtbewoners samen creatief bezig waren op deze festivals, ontstonden er meer contacten, en ook buiten de festivals om sprak men elkaar vaker. Er kwamen meer initiatieven vanuit de bewoners en Theo's zoons hadden meer vriendjes gevonden.

HOOFDSCENARIO

Als Theo Jansen uit het raam van zijn woning op de tweede verdieping van een van de flats uit het Rode Dorp kijkt en zijn zoons Tom en Frank buiten ziet spelen met de kinderen uit de buurt denkt hij terug aan toen hij vijf jaar geleden in het Rode Dorp kwam wonen. Hij verhuisde met zijn vrouw Chloë en de kinderen naar Delft omdat dit beter in de buurt van Den Haag lag waar hij als assistent Leraar werkte. De huur van het huis was binnen zijn budget maar dat ging wel gepaard met een buurt waar hij bijna geen buurtbewoner zag. De inwoners van het Rode Dorp verscholeden zich in hun huizen en kwamen alleen buiten als dit noodzakelijk was. Kinderen speelden nauwelijks buiten op de afgetrapte en afgebladderde speeltoestellen.

Dit kwam vooral omdat het niet opgeruimd was in het Rode Dorp. Niet zozeer het afval als wel de hondenpoep die overal lag maakte dat de buurt er onopgeruimd uitzag. Hondeneigenaren die de behoeften van hun hond niet opruimden omdat daar geen faciliteiten voor waren en niet-hondeneigenaren die zich irriteerden aan de grote hoeveelheden hondenpoep.

Hier kwam echter een verandering in na een project van de TU Delft in samenwerking met het bedrijf Tulpi. Overal in de wijk waren nu afvalbakken geplaatst die de hondeneigenaren de mogelijkheid boden om de behoeften van hun hond op te ruimen zonder er zelf vies van te worden. Dit had er in korte tijd voor gezorgd dat de buurt er opgeruimder dan ooit bij lag. Kinderen konden weer onbezorgd buiten spelen op schone speelveldjes en ouders genoten daar zichtbaar van.

Zijn zoons hadden hun nieuwe voetbalvriendjes leren kennen tijdens het jaarlijkse kunstproject, waarbij ze in teams waren verdeeld met als opdracht om Tulpi-afvalbakken te versieren met hun kunst. Met dit evenement kwamen de buurtbewoners eens per jaar bij elkaar en hadden Theo en Chloë een leuk stel van de flat achter hen leren kennen. En zij waren niet de enigen! Het evenement was nu al een aantal keren gehouden en sinds dien zag Theo steeds meer dat er groepjes buurtgenoten zijn gekomen die samen activiteiten ondernemen. Het leeft weer een beetje in het Rode Dorp en ondanks dat Theo nu meer verdient dan toen hij nog assistent leraar was peinst hij er niet over om uit het Rode Dorp te vertrekken.

SOCIALE COHESIE MISSIE

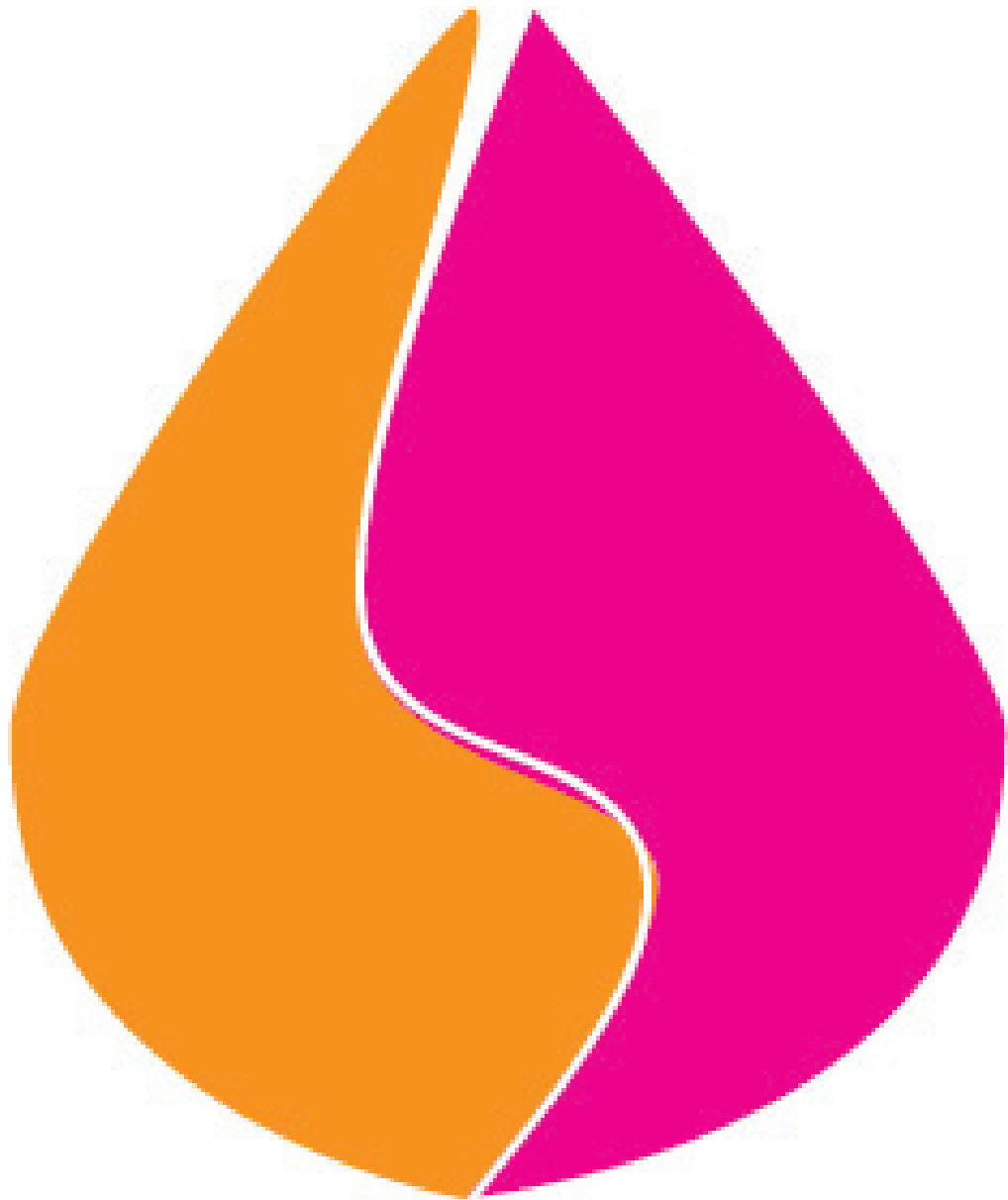
Het project is gebaseerd op de ideologie dat er producten ontworpen kunnen worden om mensen dichterbij elkaar te brengen. In het rode dorp is het buurtgevoel weggefallen en met dit project gaan we er voor zorgen dat de buurt weer een samenhangend geheel wordt en dat de inwoners meer interactie met elkaar hebben en zo meer sociale cohesie creëren.

Dit gaan we doen door het bedenken van straatmeubilair, in ons geval een afvalbak, die deze sociale cohesie moet gaan bevorderen. We willen dit doen door een afvalbak te ontwerpen die de inwoners van het Rode Dorp aan het denken en praten zet. Het moet een afvalbak worden die de persoonlijkheid van de inwoners uitstraalt, waar de inwoners hun cultuur in kunnen herkennen en waar ze trots op kunnen zijn. Op deze manier verwachten we de dialoog en de sociale interactie tussen de bewoners op te wekken waardoor meer sociale cohesie ontstaat.





“Het Rode Dorp in Delft is een **multiculturele** wijk waar de inwoners elkaar nauwelijks kennen. Tegen 2015 is het Rode Dorp gevuld met onze vuilnisbakken. Deze vuilnisbakken zorgen door hun **spraakmakende** en **vrolijke** vormgeving ervoor dat de inwoners van de Rode Dorp weer met elkaar in contact komen. Deze **eyecatcher** wordt een icoon van het Rode Dorp en zal daarnaast bijdragen aan het zwerfafval en het hondenpoepprobleem. Want: in een **schone** buurt is men **socialer**.”



TrashPassers

VERSLAG I2

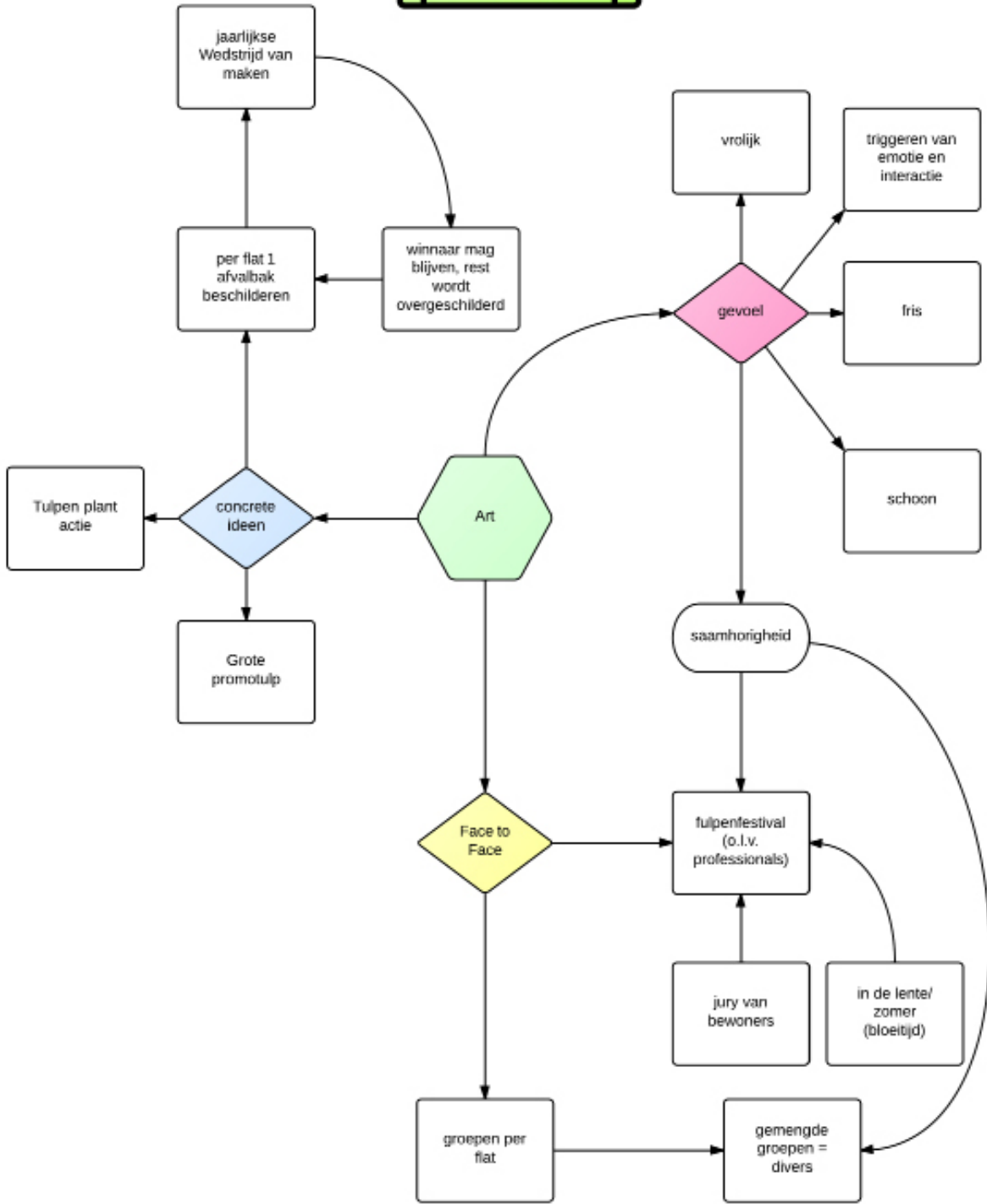


Voordat er uiteindelijk een product gemaakt kan worden voor Het Rode Dorp zullen er eerst verschillende ideeën gegenereerd moeten worden. Deze ideeën zijn de resultaten van een intensieve brainstormsessie.

De ideeën zijn gebaseerd op een relatie tussen ; Face 2 face interaction, Tulpi, Trashpassers, Het Rode Dorp, Vuilnisbakken, Bewoners, Opvrolijken en Stimulatie van gedrachtsverandering. In de komede alneas worden deze ideeën stuk voor stuk uitgelegd.

1. Buddysysteem
2. Moestuinproject
3. Community Art
4. Holle Bolle Gijs
5. Lichtbakken
6. LCD informatie
7. Qr informatie
8. Krijtbord
9. Speurtocht
10. Tulpenbollen

Brainstorm over:
"Hoe kan kunst de
buurt opvrolijken?"



1. Buddysysteem

In het Rode Dorp is een hoop hondenpoep te vinden. Dit kan men wijten aan het gebrek van daarvoor bestemde zakjes en afvalbakken, maar het kan ook liggen aan de onverschilligheid van de eigenaren.

Vaak zullen baasjes het uitlaten van hun hond op den duur gaan zien als een saaie routine. De hond uitlaten wordt meer een plicht dan een vrijwillige actie.

Aan de andere kant zijn er genoeg mensen (voornamelijk kinderen) die maar al te graag een hond willen, maar deze niet kunnen of mogen hebben. Een hond kost tijd, geld en elke dag aandacht.

Deze twee groepen mensen kunnen samengebracht worden, waardoor de een van de hond van de ander kan genieten. Dit lijkt vanzelfsprekend, maar tot nu toe gebeurt dit weinig. Het is namelijk vreemd om zomaar aan iemand te vragen of je zijn of haar hond mag uitlaten. Als dit georganiseerd wordt, zal er meer 'hondenuitwisseling' plaats kunnen vinden.



Het zou als volgt georganiseerd kunnen worden: Zowel hondenbezitters als hondloze liefhebbers kunnen zich aanmelden bij de hondenbalie in het buurtcentrum. De hondenbezitters worden gevraagd wanneer zij graag uitlaathulp willen hebben, en de liefhebbers kunnen zich inschrijven voor bepaalde dagdelen. Zo kunnen er elke dag koppels gemaakt worden voor de uitwisseling.

De nieuwe uitlaters moeten natuurlijk op een goede manier uitlaten. Hiervoor zullen zij een cursus volgen, waarin controle over de hond behandeld wordt. Ook leren zij hier hoe ze om moeten gaan met hondenpoep; dit moet namelijk opgeruimd worden. Als zij de cursus doorlopen hebben, kunnen ze aan de slag.

Deze cursus brengt hondenliefhebbers samen. Er kan besloten worden om gezamenlijk uit te laten; dit is leuk voor de uitlaters maar ook voor de honden. Daarnaast ontstaat er waardering tussen de hondenbezitters en de uitlaters; zij betekenen namelijk iets voor elkaar.

Door dit project ontstaan er nieuwe contacten en is de buurt schoner.



2. Moestuinproject

De nieuwe Tulpi-afvalbakken zullen gebruikt worden voor het verzamelen van hondenpoep. De bakken zijn voorzien van dispensers waarin zakjes zitten. Deze kan men gebruiken om hondenpoep op te pakken en in de bak te deponeren.

De bakken zullen op regelmatige basis geleegd worden, door leden van een nieuw op te zetten team. Dit team bestaat uit vrijwilligers uit de buurt. Nadat de hondenpoep ingezameld is, wordt het verzameld bij de moestuin in het rode dorp. Hier zal de poep samen met plantenafval gecomposteerd worden, zodat er op den duur bruikbare mest ontstaat.

Het team zal met behulp van deze mest planten kunnen laten groeien. Er zijn twee mogelijkheden, die ook allebei uitgevoerd kunnen worden:

Optie een is dat er tulpen gekweekt worden. Dit hangt natuurlijk samen met Tulpi, maar het kan ook gelinkt worden aan het imago van het Rode Dorp. De tulpen kunnen het symbool van de buurt worden; door de afvalbakken die op tulpen lijken, maar ook door de tulpen die gekweekt worden. Deze tulpen kunnen uitgedeeld worden in de buurt, of in het buurthuis verkocht worden. De opbrengst kan dan gebruikt worden voor de moestuin of andere projecten in het Rode Dorp.

Optie twee bestaat uit het kweken van groenten en fruit. Deze zullen een paar keer per jaar geoogst worden, en omdat de buurt er aan bijgedragen heeft door de hondenpoep in te zamelen, zal de oogst ook voor hen zijn. Er zal na de oogst een avond georganiseerd worden waar samen gegeten kan worden van de opbrengst. Hier kan men letterlijk en figuurlijk van elkaars cultuur proeven.

Voetnoot:

Het gebruiken van hondenpoep als mest is riskant. Door de voeding van honden, voornamelijk vlees, is de samenstelling anders dan die van planteneters zoals koeien. Ook bestaat de kans dat er wormen(eitjes) in zitten, die schadelijk zijn voor de mens. Door het composteren in combinatie met plantenresten worden de eigenschappen verbeterd, maar er blijft een risico. Misschien is het verstandig om geen groenten en fruit te verbouwen met deze mest om besmetting te voorkomen. Voor de tulpen is er geen probleem omdat deze niet gegeten worden. Wel moet er aandacht besteed worden aan de omgang met de hondenpoep in het algemeen, omdat de wormeneitjes bij aanraking overgebracht kunnen worden.



3. Community Art

Dit concept gaat uit van de Tulpi afvalbak zoals deze ontworpen is door Tulpi. Hieraan toegevoegd is een dispenser voor hondenpoep opruimzakjes. Doordat de hondeneigenaren een mogelijkheid hebben om de uitwerpselen van hun honden op te ruimen zullen de veldjes schoner worden en minder geuren. Door deze reden van irritatie weg te nemen biedt de nieuwe Tulpi afvalbak een platform om sociale cohesie te bevorderen.

Het Street Art concept voegt een jaarlijks terugkerend element toe aan de Tulpi afvalbak. Het idee is dat de bewoners van het Rode dorp in gemengde groepen een Tulpi afvalbak versieren met hun eigen manier van kunst. Dit kan bijvoorbeeld zijn dat de afvalbak wordt bespoten met graffiti, dat hij beschilderd wordt in een klassieke Delfts Blauwe stijl of behangen wordt met breiwerkjes. Aan dit evenement is een prijs verbonden en de winnende groep neemt voor een jaar de gouden Tulpi-award mee naar huis.

Dit samenwerken in teams bevordert te sociale cohesie omdat de bewoners voor een winnend kunstwerk met elkaar zullen samenwerken. Dit betekent overleg en discussie en dus sociale activiteit. De gouden Tulpi Award wordt jaarlijks uitgereikt tijdens het grote Tulpi-buurtfeest; een evenement waarbij men geniet van eten uit de diverse culturen die er in het Rode Dorp voorkomen. Tot slot geven de versierde afvalbakken elk jaar weer een fris onderwerp om over te praten. Bewoners zullen bij het zien van de afvalbakken op een zonnige dag op een poepvrij veldje terug denken aan de gezellige activiteit en wellicht iets ondernemen met hun teamgenoten van de wedstrijd.





4. Holle Bolle Gijs

Een van de doelstellingen is een schone en opgeruimde wijk creëren. Het is dus essentieel dat er geen afval en troep in de openbare ruimte te vinden is. Afvalbakken en de houding van de bewoners is hierin cruciaal. Zonder afvalbakken kunnen mensen hun afval niet kwijt. En zonder de juiste instelling nemen mensen de moeite niet om "op zoek te gaan" naar een prullenbak met als resultaat dat de straten bevuild raken.

Een groot deel van zwerfafval op straat is te wijten aan de mindset van de mensen. Zodra de mindset in een goede richting geleid kan worden zal er aanzienlijk meer afval in de afvalbak verdwijnen. Het bekendste voorbeeld hiervan is Holle Bolle Gijs. Door op een speelse manier kinderen hun afval te laten opruimen en ze te belonen met een reactie en een rijmpje, is de Efteling een van de mooiste attractieparken van Europa.

Een soortgelijk werkingsprincipe zou ook bij een nieuwe Tulpi prullenbak gebruikt kunnen worden. Dat een afvalbak het afval aanzuigt en een positieve respons geeft. Door de feedback wordt afval opruimen meer als een spel gezien dat een morele verplichting. De interactie met de prullenbak zal gesprekstof opleveren en interactie tussen bewoners inclusief een schone buurt.

Voetnoot. Wellicht valt Hole Bolle Gijs gerelateerde interactie onder een patent dat in handen is van de Efteling.



5. Lichtbakken

De oorzaak van zwerfafval kan naast het ontbreken van afvalbakken ook de onvindbaarheid van de bakken zijn.

De Tulpi afvalbakken zullen hoe dan ook vrolijk gekleurde objecten worden. Overdag zullen ze het straatbeeld verrijken en de buurt opfleuren. In de avond en 's nachts echter zal de bak niet meer opvallen door het gebrek aan licht. Om dit probleem op te lossen kan er gebruik gemaakt worden van LED-verlichting rondom de bak. Op deze manier zijn de bakken beter zichtbaar en zal men in het donker eerder naar een afvalbak lopen. Daarnaast zullen de bakken ook 's nachts een bijzondere verrijking van de buurt zijn. De bakken zullen een 'hot topic' worden, en mensen zullen, vooral in de nacht, rond de tulp verzamelen en nieuwe mensen ontmoeten.



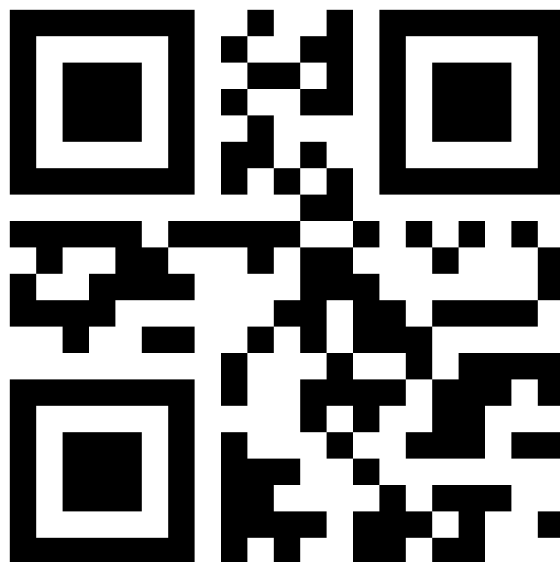
6. LCD informatie

Op de afvalbakken kan een LCD scherm geplaatst worden. Op dit scherm staat informatie over bijvoorbeeld afval en de verwerking ervan. Op deze manier zullen mensen ingelicht worden over wat er met hun afval gebeurt, waarom het ingezameld wordt en wat de risico's zijn van het laten slingeren van afval. Naast afvalinformatie kan er via deze schermen ook actuele buurtinformatie verspreid worden. Hierdoor komt men meer te weten over de buurt en over elkaar, en heeft men aanleiding om met anderen over de nieuwtjes te praten.



7. Qr informatie thomas

Tegenwoordig heeft iedereen wel een smartphone. Een van de toepassingen van zo'n telefoon is dat er QR-codes mee afgelezen kunnen worden. Ook op de Tulpi afvalbak kunnen zulke codes geplaatst worden. Doordat men nieuwsgierig is naar de opvallende tulp, zal men dichterbij komen, en op dat moment vallen de QR-codes op. Men zal deze scannen en zo naar een bepaalde website geleid worden. Deze websites hebben met de buurt of actuele zaken te maken, en zullen de bewoners informeren over en/of nieuwsgierig maken naar andere buurtbewoners en hun culturen. Op deze manier kan men aangespoord worden om meer contact met tot dan toe onbekende anderen te zoeken.



8. Krijtbord

Het krijtbord idee is gebaseerd op het idee dat mensen berichten voor elkaar achter kunnen laten en hun mening geven. Het is vergelijkbaar met een vriendelijke vorm van graffiti. De sociale cohesie kan vergroot worden doordat mensen contact met elkaar kunnen hebben zonder elkaar daadwerkelijk tegen te komen. Het is een lage drempel om een krijtje te pakken en iets op te schrijven. Dit kan leiden tot een woordje, weerwoordje en uiteindelijk geschreven gesprek met een potentieel eindresultaat dat er een keer afgesproken wordt.



9. Speurtocht

Nadat de afvalbakken van Tulpi met een hondenpoep opruimsysteem ervoor hebben gezorgd dat de buurt schoner is en een platform voor betere sociale cohesie, zijn alle afvalbakken voorzien van een speurtocht. Het idee is dat jong en oud samen een speurtocht langs de verschillende Tulpi afvalbakken volgt. Samen lossen ze een raadsel op een afvalbak op en komen zo achter de locatie van de volgende afvalbak. Dit idee vergroot de sociale cohesie omdat het een uitdaging is, die alleen door samen na te denken op te lossen is. Dit vergroot de interactie tussen de bewoners en zet aan tot praten.

Een nadeel van dit idee is dat de speurtocht op een gegeven moment "bekend" is. Het zal dus bij tijd en wijlen veranderd moeten worden om uitdagend te blijven en zijn functie te kunnen vervullen.



10. Tulpenbollen

Bij dit idee is de Tulpi Afvalbak voorzien van een tulpenbollen dispenser. Telkens als de afvalbak een stukje zwaarder is geworden door het afval wat erin is gegooid, komt er een tulpenbol uit de dispenser. Deze tulpenbollen worden dan geplant in een Tulpi tulpenperk dat in de buurt van de afvalbak gesitueerd is. Door dit beloning systeem worden de buurtbewoners aangezet om hun afval weg te gooien. Zo zorgen ze samen voor een schoner straatbeeld en dus minder irritatie door het rondslingerende afval. Dit biedt dus een platform voor verbeterde sociale cohesie, wat nog eens versterkt wordt door het feit dat de bewoners samen de tulpenperken hebben aangelegd en dus samen voor een vrolijkere buurt gezorgd hebben.



De tien ideeën voor het bevorderen van de sociale cohesie in het Rode Dorp hebben elk hun eigen plus- en minpunten. Er is een Harrisprofiel opgesteld om de kwaliteiten goed te kunnen vergelijken. Hiervoor is een aantal criteria opgesteld. Deze zijn niet allemaal even belangrijk, vandaar dat ze een weegfactor hebben gekregen. Uiteindelijk zal in een oogopslag te zien zijn welk concept / welke concepten het voordeligst zijn.

DE CRITERIA MET WEEGFACTOREN:

- Interactie (3)

Dit is een erg belangrijk punt voor het selecteren van een concept. Aangezien het doel is om sociale cohesie te creëren, is interactie, of het stimuleren daarvan, een onmisbaar punt.

- Creatief (1)

Uiteraard is het aantrekkelijk om een zo creatief mogelijk idee tot stand te brengen. Echter, voor dit project is dit niet een vereiste.

- Reëel (2)

Het idee moet realiseerbaar zijn, kijkend naar de eigenschappen van het Rode Dorp. Echter, een vernieuwend idee kan juist bevorderend zijn voor sociale cohesie, aangezien iets verrassends snel gesprekstof zal opleveren.

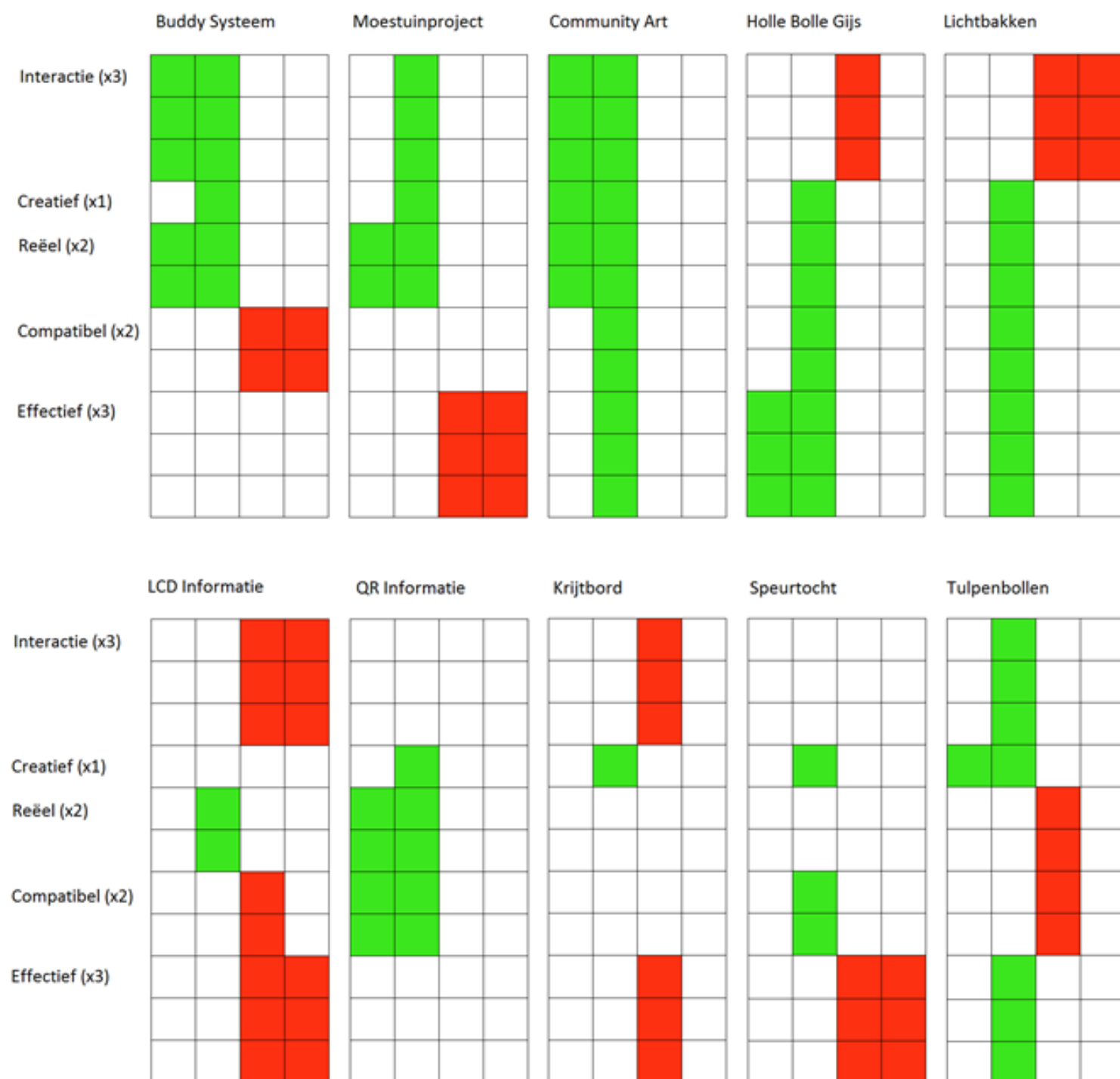
- Compatibel (2)

Het idee moet met de eisen van Tulpi te verenigen zijn. Het is wel zo dat er de vrijheid bestaat om nieuwe eigenschappen aan de afvalbak toe te voegen.

- Effectief (3)

Uiteindelijk moet er meer sociale cohesie ontstaan, dus ook dit is een erg belangrijk punt.

Na het opstellen van de criteria kunnen de ideeën beoordeeld worden op een schaal van -2 tot +2. Dit wordt overzichtelijk gepresenteerd in het Harrisprofiel.



CONCLUSIE

Er is een idee dat duidelijk boven de rest uitspringt, en dat is Community Art. Er zijn geen negatieve kritieken. Alleen op het gebied van effectiviteit is er een ander idee dat beter scoort; Holle Bolle Gijs. Echter, dit idee behaalt beduidend minder punten op de andere criteria en is dus ondergeschikt. Community Art zal dus de basis zijn van het sociale project dat, samen met de Tulpi afvalbak, het Rode Dorp op zal fleuren.



Nu bepaald is dat Community Art het centrale thema in het sociale project wordt, kan er verder onderzoek naar gedaan worden. Hierbij wordt gekeken naar de effecten van Community Art en naar voorbeelden van over de hele wereld. In de bijlage is een uitgebreidere versie van deze onderwerpen te vinden.

WETENSCHAPPELIJKE ONDERBOUWING

In 2002 is een onderzoek naar de effecten van Community Art uitgevoerd aan de Princeton University in de Verenigde Staten. Hier zijn de volgende resultaten, kort verwoord, uit voortgekomen.

- Participatie aan een Community Art project bevordert collectieve identiteit en effectiviteit
- stimuleert sociale groei
- bevordert samenwerking
- creëert een trots op de buurt
- vergroot identificatie met de buurt
- vergroot respect voor buurtgenoten
- leidt tot meer creatieve uitingen
- stimuleert buurtbewoners om elkaar te ontmoeten
- bevordert de sociale status van de buurt
- versterkt culturele diversiteit
- verlaagt criminaliteit

Deze resultaten zijn veelbelovend. Het uitvoeren van een Community Art project zal volgens dit onderzoek een succes worden, en zeker de sociale cohesie bevorderen.



ENKELE VOORBEELDEN VAN COMMUNITY ART

FAVELA PAINTING

In Brazilië, voornamelijk in Rio de Janeiro en Sao Paulo, zijn meerdere projecten geweest die, met behulp van Community Art, het aanzien en aanzicht van enkele sloppenwijken aanzienlijk verbeterd hebben. Kunstenaars hebben samengewerkt met de bewoners van deze wijken om enorme schilderingen te maken die de vervallen buurten meer vrolijkheid geeft. Door de buurtbewoners tegelijkertijd op te leiden tot schilder, werd er ook nog eens aan de werkloosheid gewerkt.

Door deze projecten is de sociale cohesie verhoogd en zien de wijken er beter uit.

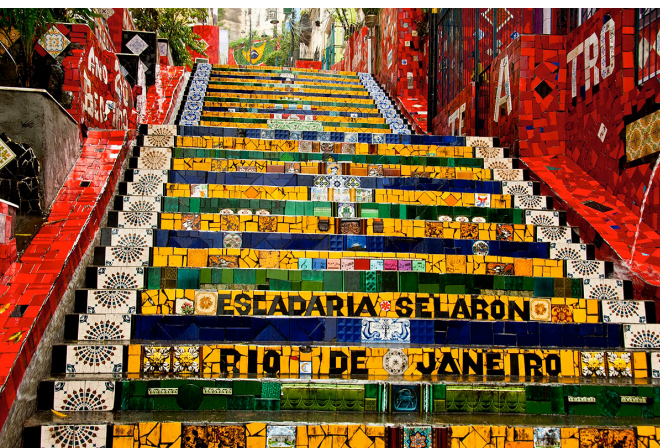
16th Avenue Tiled Steps Project

Dit project is een initiatief van buurtbewoners in een wijk in San Francisco. Samen hebben zij, met behulp van twee kunstenaars, een gigantische trap voorzien van mozaïek, waardoor het een vrolijk geheel vormt.

ESCADARIA SELÁRON

Ook dit project vond plaats in Brazilië: Rio de Janeiro. Een kunstenaar begon met het versieren van een aantal treden van de trap naast zijn huis. Na een korte periode van argwaan volgden zijn burens zijn voorbeeld, met als resultaat een bijzonder kleurige toeristische attractie.

Community Art wordt dus al uitgevoerd, en met succes. Ook de wetenschap bewijst dat dit een goed middel is om sociale cohesie in een buurt te verhogen. Al met al blijkt het een goed idee om ook in het Rode Dorp een Community Art project op te zetten.



ONDERZOEK Q2

Het Q2 onderzoek is gedaan met stellingen die specifiek gaan over de problemen die Trashpassers is tegengekomen en de oplossingen die hiervoor bedacht zijn. Zo kan er geverifieerd worden of de bedachte concepten in trek zijn bij de bewoners. De deelnemers van de enquête zijn specifiek geselecteerd om steekproefsgewijs een totaalbeeld te krijgen van de wijk en om dus van verschillende samenlevingslagen, etnische afkomsten en onderwijsniveaus een mening te krijgen.

Een aantal stellingen springen eruit. Bijvoorbeeld iedereen is verantwoordelijk voor een schone buurt. Dit is niet onverwacht, er is in de buurt namelijk zeer weinig zwerfafval te vinden. Nog een uitspringer is de stelling: "3. Ik weet (te)weinig over andere buurtgenoten". Hier waren velen het niet mee eens en dit zou betekenen dat bewoners van het rode dorp elkaar genoeg zouden kennen of dat er dus niet zoveel behoefte is aan meer "kennis" van de andere bewoners.

Aan verschillende stellingen (4,12,15 en 18) is te merken dat de bewoners vrolijk van tulpen worden, dat de buurt meer kleur zou moeten krijgen en dat het versieren van afvalbakken een leuk idee is. Dit is na het onderzoek bevestigd door de conceptafbeeldingen te laten zien. Hier werd zeer positief op gereageerd.

Waar de bewoners weinig mee hebben is Kunst met de hoofdletter K. Het zal waarschijnlijk meer effect hebben als bijvoorbeeld kinderen een vrolijke afbeelding op een afvalbak zetten dan dat een professionele kunstenaar dit zou doen.

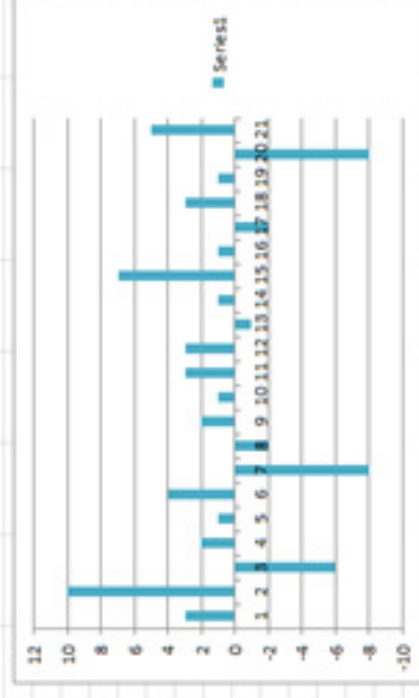
Conclusie: Het concept voor een jaarlijks afvalbakken beschilder evenement valt in de smaak en zou goed aansluiten bij de meningen en interesses van de bewoners van het Rode Dorp.



RESULTATEN

1. Kunst op straat verbetert het straatbeeld.
2. Iedereen is verantwoordelijk voor een schone buurt.
3. Ik weet (te) weinig over andere buurtgenoten.
4. Ik ben geïnteresseerd in het schoonhouden van de omgeving.
5. Het lijkt me leuk om af en toe creatief bezig te zijn.
6. Tulpen vind ik mooi.
7. Ik ben geïnteresseerd in kunst.
8. Ik ben bereid om een beetje energie te steken in het schoonhouden van de buurt.
9. Hondeneigenaren moeten de poep van hun hond opruimen.
10. Als er een jaarlijks evenement komt, mag dit niet langer dan een dag duren.
11. Met meer afvalbakken in de buurt wordt de buurt schoner.
12. Als afvalbakken met kunst versierd worden, vind ik dat geen probleem.
13. Ik zie een jaarlijks evenement met de buurt wel zitten.
14. Ik vind de buurt schoon genoeg voor (mijn) kinderen om buiten te spelen.
15. Bloemen maken mij vrolijk.
16. Ik erger me aan hondenpoep in de buurt.
17. Ik vind dat er meer afvalbakken moeten komen.
18. De buurt kan wel meer kleur gebruiken.
19. Ik zou graag kennis willen maken met mensen uit de buurt.
20. Ik zou graag meer willen weten over lokale kunst.
21. Graffiti kan best mooi zijn.

1	0	1	0	1	0	1	3
2	2	2	2	2	2	2	10
3	-2	-3	3	-2	-2	-2	-6
4	0	2	-1	1	0	0	2
5	2	0	1	-3	1	1	1
6	0	0	1	2	1	4	4
7	-3	-1	0	-2	-2	-8	-8
8	-2	1	2	0	-3	-2	-2
9	1	1	-2	1	1	2	2
10	0	1	2	-2	0	1	2
11	1	-1	0	1	2	3	3
12	3	-2	0	2	0	3	3
13	0	1	-1	-1	0	-1	-1
14	1	2	-1	-1	0	1	1
15	2	0	1	1	3	7	7
16	-1	3	-1	0	0	1	1
17	0	-1	0	0	-1	-2	-2
18	2	0	0	-1	2	3	3
19	1	-1	-3	3	1	1	1
20	-1	-2	-2	-1	-2	-8	-8
21	1	2	3	0	-1	5	5



Item	jongen (+15) op gravelde	mevrouw v B2	hondeneigenar /jonge vrouw	sportieve meneer	dochter (+12) van sportieve meneer	total
1	0	1	0	1	0	3
2	2	2	2	2	2	10
3	-2	-3	3	-2	-2	-6
4	0	2	-1	1	0	2
5	2	0	1	-3	1	1
6	0	0	1	2	1	4
7	-3	-1	0	-2	-2	-8
8	-2	1	2	0	-3	-2
9	1	1	-2	1	1	2
10	0	1	2	-2	0	1
11	1	-1	0	1	2	3
12	3	-2	0	2	0	3
13	0	1	-1	-1	0	-1
14	1	2	-1	-1	0	1
15	2	0	1	1	3	7
16	-1	3	-1	0	0	1
17	0	-1	0	0	-1	-2
18	2	0	0	-1	2	3
19	1	-1	-3	3	1	1
20	-1	-2	-2	-1	-2	-8
21	1	2	3	0	-1	5

Het uiteindelijke doel van het social cohesion project om de sociale cohesie te vergroten. De interactie tussen bewoners die voor deze cohesie moet zorgen is bij ieder concept anders. Er is gekozen om voort te borduren op het Community Art concept en daarom is er voor dit concept een interactie-experiment opgezet.

Om de interactie te testen is er een model gemaakt waar bewoners van het Rode Dorp hun creativiteit op kunnen botvieren. Het experiment is als volgt opgesteld. Een viertal Trashpassers gaat met het model op zoek naar bewoners van het Rode Dorp. Aan geïnteresseerden worden verf en kwasten uitgedeeld. De bewoners versieren het model en de Trashpassers registreren de interactie.

In de praktijk ging het exact als voorgesteld. Een groep van 8 kinderen waren enthousiast om deel te nemen aan het interactie-experiment en wilden graag schilderen. Zodra de kinderen voorzien waren van verf was er geen houden meer aan en begonnen ze meteen te schilderen. De algemene sfeer was druk en vrolijk. Dit komt waarschijnlijk door het feit dat deze testgroep enkel bestaat uit kinderen. Er werd veel gereageerd op elkaars schilderwerk. Zowel positief als negatief en in beide gevallen zorgde het voor interactie die meestal eindigde in gegiechel. Op de vragen: "Zijn jullie een beetje trots op het schilderwerk?" en "Vonden jullie het leuk?" werd er in koor vrolijk: "Ja!" geroepen.

Conclusie: Het sociale interactie-experiment is goed verlopen. De interactie is als verwacht, namelijk reacties op elkaars creatieve uitspattingen, veel gelach en uiteindelijke verbondenheid door gezamenlijke creatie.



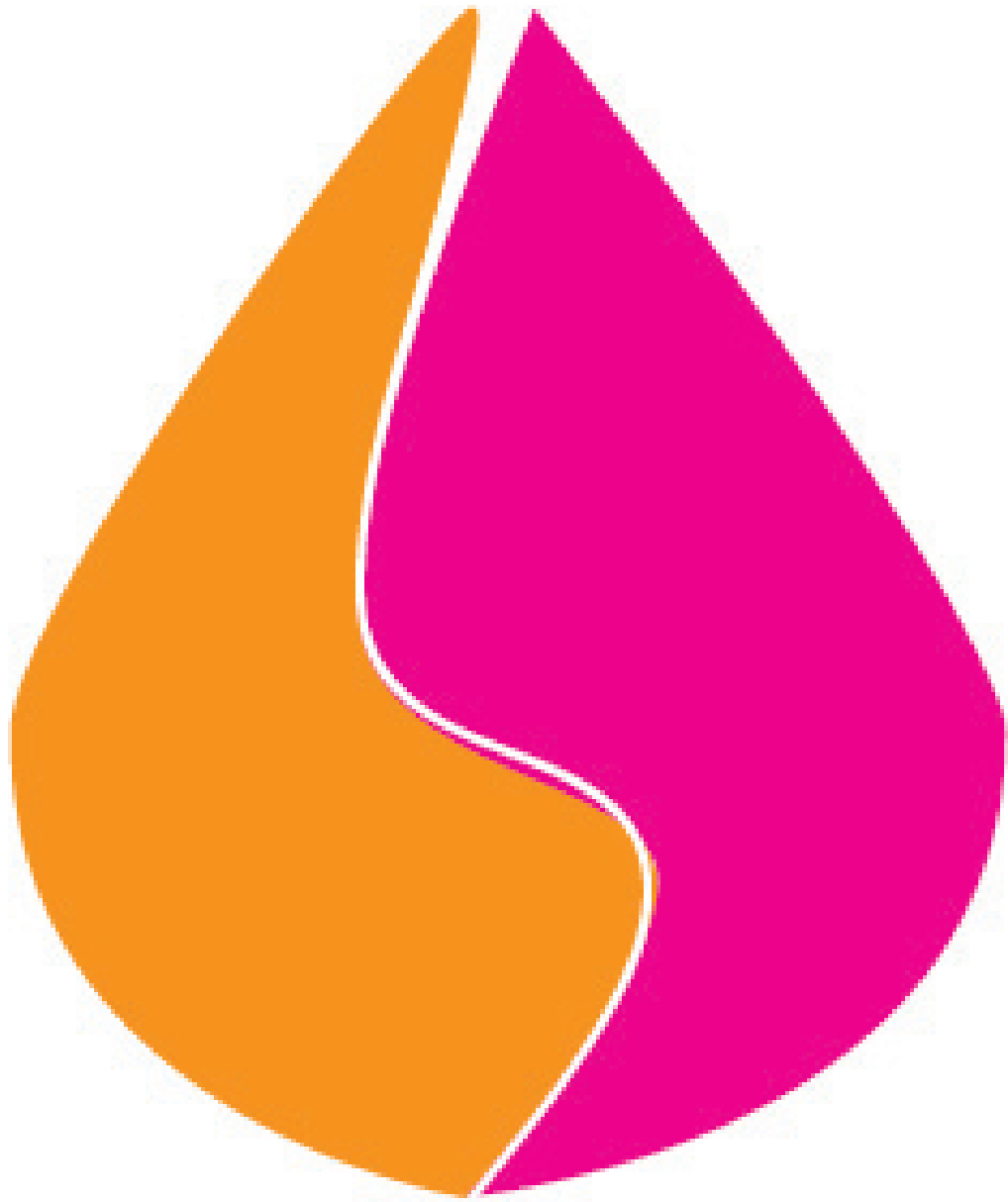
Uit het Harris profiel is community art als duidelijke conceptwinnaar gekomen. Na verdere analyse en uitpluizen kan er de volgende conclusie getrokken worden;

Het literatuuronderzoek wijst uit dat community art een zeer positieve invloed heeft op de gemeenschap. Daarbij zijn er verschillende voorbeelden over de hele wereld van community art die dit beamen.

Het Q2 onderzoek geeft aan dat erin de wijk behoefte is aan meer kleur en vrolijkheid. Ook blijkt het jaarlijkse festival waarbij community art en de Tulpi afvalbakken centraal staan hoge potentie te hebben.

Het praktijk experiment waarbij bewoners een model mochten beschilderen om de interactie te testen is goed verlopen. De interactie is positief en zorgt voor veel reacties onder de bewoners, veel gelach en uiteindelijke verbondenheid door gezamenlijke creatie.





TrashPassers

EINDVERSLAG I3

BUSINESS, BRANDING & PROMOTION PLAN

BUSINESS

Het project in het Rode Dorp wordt gezien als een pilot. Na het plaatsen van de afvalbakken kan er bijgehouden worden hoe ze gebruikt worden en wat eventuele problemen zijn. Dit geeft feedback en wellicht zijn enkele aanpassingen nodig. Vervolgens kunnen andere buurten/gemeentes/landen benaderd worden om de verkoopcijfers te laten stijgen. Wellicht kan de eerste serie gebruikt worden als promotiemateriaal voor de uitbreiding van het marktaandeel.

BRANDING

Value Proposition

De Tulpi afvalbak staat voor een vrolijke en schone omgeving. Afvalbakken vallen vaak niet op, wat ervoor zorgt dat men niet weet waar ze hun afval moeten laten en het dus maar laten slingeren. Dit zwerfafval zorgt weer voor irritaties bij anderen. Hier moet verandering in komen. De Tulpi afvalbak valt op door zijn vrolijke kleuren en controversiële vorm. Hierdoor wordt de onvindbaarheid van de huidige afvalbakken verholpen. Daarnaast zal de vrolijke uitstraling mensen een positief gevoel meegeven; afval weggooien wordt niet meer als saai gezien. Op deze manier draagt de Tulpi bij aan een schonere en vrolijkere omgeving. Afvalbakken mogen gezien worden!





Differentiation

De huidige afvalbakkenmarkt is nogal eenzijdig. De marktleider is Metec, dit bedrijf produceert de meest wijdverspreide afvalbak, zie de meest linkse afbeelding. Er zijn ook andere ontwerpen te vinden in het huidige straatbeeld, maar iets opvallends zit er niet bij. Sommigen differentiëren zich door een enigszins opvallende kleur, sommigen door een originele vorm. Een combinatie hiervan bestaat echter nog niet. De Tulpi afvalbak zal dit gat in de markt gaan opvullen.



Marketability

Vanwege de eenzijdigheid van de afvalbakkenmarkt zal de Tulpi afvalbak een goede kans hebben. Het vernieuwende, frisse ontwerp is aantrekkelijk voor gemeentes, omdat het voor minder zwerfafval gaat zorgen en tegelijkertijd de omgeving opvrolijkt. Om deze redenen zal het ontwerp aanslaan en zich verder verspreiden binnen en buiten de grenzen.

PROMOTION

De Tulpi afvalbak is op zich al een opvallend voorwerp, maar toch zal enige promotie geen kwaad kunnen. Een sterk punt van de afvalbak is dat hij er vrolijk uitziet, en in de promotie zal dit ook zeker geaccentueerd moeten worden. Daarnaast kan natuurlijk uitstekend gebruik gemaakt worden van het symbool van Tulpi; de tulp.

Het promotieplan zou er als volgt uit kunnen zien. In de periode voor het plaatsen van de Tulpi afvalbakken zal de buurt voorbereid worden door het plaatsen van echte tulpen op de plaatsen waar de afvalbakken zullen komen. Op deze manier wordt de buurt al opgevrolijkt, en de buurtbewoners krijgen iets om over te praten.

Vervolgens vindt de eerste editie van het tulpenfestival plaats. Hier worden de Tulpi's beschilderd zoals eerder beschreven is. Zo wordt men zich bewust van de nieuwe afvalbakken, en ontstaat er een soort band tussen bewoners en afvalbakken.

Als het bloeien van de tulpen ten einde loopt, zullen de bakken geplaatst worden. De nieuwe Tulpi's vervangen dus de kleine tulpen, maar de vrolijkheid blijft. Omdat men voorbereid is voor de komst zal iedereen weten waar de bakken te vinden zijn, en omdat er een extra betekenis aan de afvalbakken meegegeven is, zal met meer moeite willen doen om afval netjes weg te gooien.

Het tulpenfestival behoeft natuurlijk ook enige promotie. Wellicht moet er actief naar deelnemers gezocht worden, omdat men over het algemeen niet heel assertief is in het Rode Dorp. Naast het verspreiden van flyers met algemene informatie zal het persoonlijk aanspreken van de bewoners een vereiste zijn. Dit kan een team uitvoeren door de deuren langs te gaan, maar er zou ook voorlichting gegeven kunnen worden op centrale punten als het CLD, de bibliotheek en de sporthal. Ook zou de HR-Groep benaderd kunnen worden om gebruik te maken van de informatieborden die zij gaan produceren. In elk geval moeten er ingeschreven worden, zodat er duidelijk is hoeveel mensen er mee doen en er teams gevormd kunnen worden. Zie voor een uitgebreide beschrijving van de festivaldag het stuk Community Art Project.

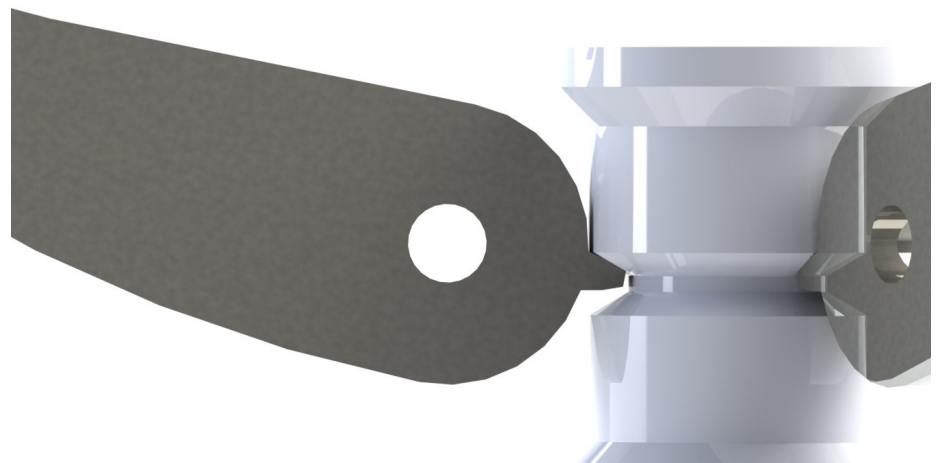
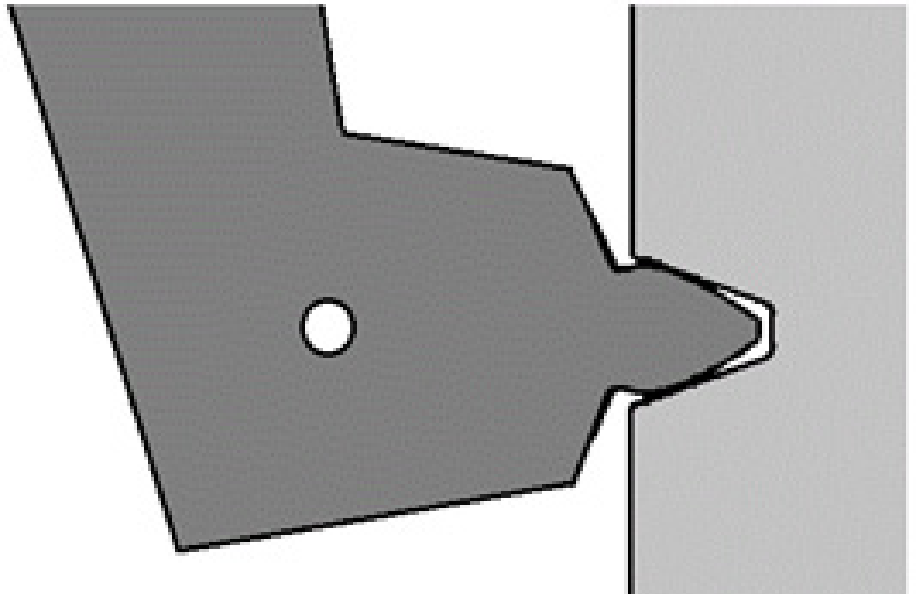


TANDWIELSYSTEEM

De drie schaaldelen van de tulp worden aan de onderkant voorzien van een tandwiel, dat zal aangrijpen in een tandheugel die in de ondersteunende paal geleid wordt. Dit tandwiel zit om een as, waarvan de houders aan de paal gelast kunnen worden. Op deze manier kunnen de schaaldelen roteren om hun eigen as, en zullen ze altijd op hetzelfde moment dezelfde beweging maken.

Gezien de hoek die de schaaldelen moeten draaien ($<40^\circ$) is het niet nodig om meerdere tanden te hebben. Een is genoeg. Ook in de tandheugel hoeft dus maar een gat te zitten. Het zou er als volgt uit kunnen zien:

De vorm van het 'tandwiel' hoeft in dit geval niet rond te zijn, en kan zo gevormd worden zodat de krachtenverdeling optimaal is. Belangrijk is de vorm van de tand en het bijbehorende gat; deze moeten namelijk nauw sluiten. Enige speling zal ervoor zorgen dat het mechanisme gaat haperen, en de afvalbak niet soepel open- en dichtgaat. Hiervoor zijn speciale 'gecorrigeerde' tandwielen beschikbaar.



SCHRAAGSCHARNIERENSYSTEEM

De schaaldelen zullen met een slot aan de bovenkant van de tulp bij elkaar gehouden worden. Samen met de tandwielen zitten de schaaldelen dus stabiel bevestigd. Er kunnen zich echter situaties voordoen waarbij er een extra belasting optreedt. Zo kan de binnenbak bij het legen tegen een van de openstaande schaaldelen botsen. Deze extra kracht zal niet goed opgevangen kunnen worden door alleen de tandwielen. De oplossing ligt in het toevoegen van 'schraagscharnieren' aan elk schaaldeel. Deze zullen naast krachten opvangen ook de maximale openingshoek bepalen. Hiervoor hoeft dus geen stop in het tandwielensysteem meer gemaakt te worden.

De scharnieren zullen aan de buitenbak bevestigd worden met behulp van ashouders, die erop gelast kunnen worden. Aan de binnenkant van de schaaldelen zal een richel zitten waarop een bevestigingsdeel geplaatst wordt. Dit onderdeel zit tevens aan het tandwiel vast.

De onderdelen van dit scharnier zijn niet specifiek

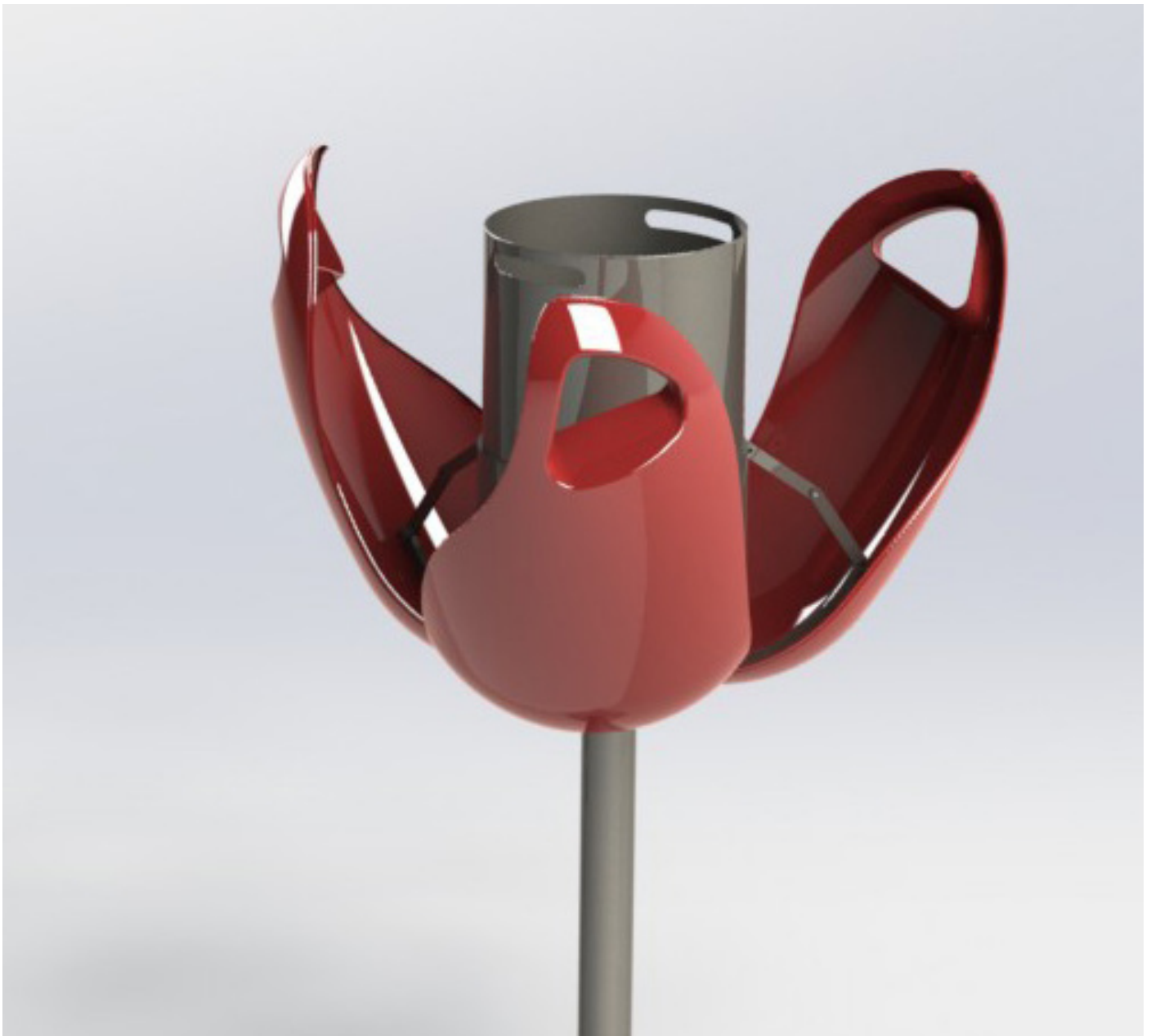


OPENKLAPPEN

Een van de ideeën die naar voren is gekomen, beschrijft dat de Tulpi afvalbak elke keer als er afval weggegooid moet worden opengaat. Er zal in dit geval een pedaal uit de grond komen, net naast de afvalbak. Als men hier met de voet op drukt, gaan de drie schaaldelen uit elkaar, en lijkt het alsof de tulp bloeit. Hierdoor zal het mooie symbool van het bloeien van een bloem vaak voorkomen, en iets bijzonders aan de buurt toevoegen.

Echter, na enig brainstormen bleek dit onhaalbaar in verband met veiligheid en vandalisme. De openklappende schaaldelen kunnen gemakkelijk een omstander raken, en dit kan, al dan niet expres, een grote klap opleveren, de schaaldelen zijn immers van metaal. Ook zullen de schaaldelen een gemakkelijk doelwit voor vandalisme zijn, als de tulp opengeklapt is en er wordt aan een van de schaaldelen gehangen, zal deze zodanig veel kracht te verduren krijgen dat het deel vervormt of zelfs stukgaat. Hier zou in het ontwerp natuurlijk rekening mee gehouden kunnen worden, maar de belasting is zo extreem dat dit tot onrealistische maatregelen leidt.

Om deze redenen is besloten om de afvalbak alleen open te laten gaan tijdens het legen door de vuilnisdienst. Op deze manier vindt het bloeien toch plaats (zij het minder frequent), zonder dat er vandalisme plaatsvindt of de veiligheid in gevaar komt.



SAMENVATTING

Samenvatting Festival

Het jaarlijks terugkerende Community Art Festival zal twee jaar georganiseerd worden door de gemeente Delft, Trashpassers, begeleidende kunstenaars, Tulpi en het buurtcoördinatieteam. Hierna wordt het zelfstandiger en wordt het door de buurt opgezet. Het festival bestaat uit vier onderdelen: voorbereiding, opbouw, festivaldag en nasleep, waarvan in de laatste drie sociale cohesie bevorderd wordt. Tijdens de festivaldag zullen buurtbewoners in gemengde groepen een beschildering voor een Tulpi afvalbak maken, en deze later ook aanbrengen. Aan het eind van de dag vindt er een selectie plaats, en de het mooiste ontwerp wordt beloond met de meest centrale positie in het Rode Dorp.

HET EVENEMENT

Het evenement dat zal worden georganiseerd zal 1 dag duren. Echter zal het voorbereidende werk ongeveer een jaar in beslag nemen. Tijdens dit jaar is het de bedoeling om zowel de buurt als de gemeente enthousiast te krijgen over het evenement. Daarnaast moeten er kunstenaars en kunstinstellingen worden benaderd, moeten er fondsen worden geworven, sponsors worden gevonden, vergunningen worden geregeld en moet er overleg plaatsvinden tussen de kunstenaars en de buurtbewoners.

Het gehele evenement is opgedeeld in vier fases, elk van deze fases is verdeeld in vier onderdelen: Wie? Wat? Waar? Wanneer?



FASE 1: VOORBEREIDING

Deze fase zal de eerste twee jaar het meeste tijd in beslag nemen. Dit is de fase waarin alles geregeld moet gaan worden. Het is de bedoeling om de eerste twee jaar in samenwerking met Trashpassers, de gemeente Delft, Vestia en het buurtcoördinatieteam de benodigde onderdelen af te handelen. Hierna is het de bedoeling dat het buurtcoördinatieteam in samenwerking met de gemeente Delft zelf het evenement gaan regelen. In deze fase is het de bedoeling kunstenaars en kunstinstellingen te benaderen, de benodigde fondsen/subsidies/sponsors te regelen en met de gemeente de benodigde vergunningen te regelen en concrete plannen te maken voor de evenement dag.

Wie?

- Het buurtcoördinatieteam in samenwerking met Vestia, Trashpassers en de gemeente Delft.

Wat?

- Benaderen van kunstenaars. (Kunsthof Delft, posters, flyers)
- Benaderen van kunstinstelling (Bibliotheek Buitenhof, Kunsthof Delft)
- Benaderen van sponsors (Jumbo, winkeleigenaren De Hovepassage)
- Fondsen werven (Gemeente subsidie)
- Vergunningen regelen (Gemeente Delft)
- Plannen maken omtrent 'Buurtdag' (exacte datum, kosten, locatie, invulling)

Waar?

- Delft (kunstenaars en kunstinstellingen benaderen, fondsen en vergunningen regelen)
- Buitenhof (kunstinstellingen benaderen, sponsors benaderen)
- Rode Dorp (plannen maken omtrent 'Buurtdag')

Wanneer?

- Voor de eerste twee edities moet er anderhalf jaar van tevoren worden begonnen. Aangezien het evenement telkens de laatste woensdag voor de Zomervakantie wordt gehouden (halverwege Juli) is het verstandig om in Februari het jaar ervoor te beginnen met het opzetten van het evenement.
- Februari 2014 tot aan Juli 2015
- Na de eerste twee jaar moet er een draaiboek zijn ontstaan zodat het gehele evenement in een jaar kan worden opgezet.
- September 2016 tot aan Juli 2017



FASE 2: OPBOUW

Deze fase begint zodra er een overeenkomst is gekomen tussen kunstenaars, kunstinstellingen, fondsen/subsidies/sponsors en het buurtcoördinatieteam. In deze fase wordt de gemeenschap betrokken bij het evenement. Het is de bedoeling dat er door middel van promotie aandacht naar het evenement wordt getrokken. Het is de bedoeling dat inwoners van de gemeenschap zich opgeven om te helpen bij het evenement (opgeven kan op een nog op te zetten site, bij Vestia of bij iemand van het buurtcoördinatieteam). Het helpen kan inhouden: helpen met het opbouwen/afbreken, opruimen, eten en drinken verzorgen, toezicht houden enz. Daarnaast moeten er nog deelnemers zijn aan het evenement, en ook hier moet er voor worden ingeschreven, op dezelfde wijze. Tijdens de eerste twee jaar mag er op de dag van het evenement nog worden meegedaan, na de eerste twee jaar moet iedereen zich van tevoren opgeven.

Daarnaast is dit het moment dat de kunstenaars worden geïntroduceerd in de gemeenschap. De kunstenaar legt contacten in de buurt, proeft de sfeer van het Rode Dorp en bespreekt zijn visie met een aan hem toegewezen groep buurtbewoners. Er zullen tijdens deze fase nog enkele brainstormsessies plaatsvinden, sterke/zwakke punten van de deelnemers worden onderzocht en de kunstenaar begeleidt het creatieve proces en helpt de inwoners hierbij. De kunstenaar is in deze fase een creatief begeleider en geen uitvoerder van het project!

Wie?

- Buurtbewoners in samenwerking met een kunstenaar.
- Buurtcoördinatieteam.
- Trashpassers, Vestia, gemeente Delft (als begeleiding).
- Kunstinstellingen.

Wat?

- Door promotie komen buurtbewoners meer over het evenement te weten.
- Buurtbewoners geven zich op als vrijwilliger voor het evenement of als deelnemer aan het evenement.
- Kunstenaars bezoeken buurt, maken contact met buurtbewoners, krijgen een sfeerimpressie van de buurt.



- Kunstenaar legt eerste contact met de aan hem toegewezen groep buurtbewoners. Kunstenaar bespreekt ideeën en visie voor het project, brainstormsessie met de groep.
- Kunstinstantie regelen exposities van de kunstenaars die meedoen aan het project, zodat de buurtbewoners kennis kunnen maken met het werk van de kunstenaar.
- Kunstenaars kunnen in samenwerking met een sociaal hulpverlener helpen met het ontdekken van sterke en zwakke punten van buurtbewoners om ze zo verder te helpen met het project/hun positie in de buurt.
- Geregeld meetings tussen kunstenaar en buurtbewoners, brainstormsessies, stemrondes over gekozen ideeën/richtingen enz.
- Een buurtbewoner wordt tussenpersoon tussen groep, de kunstenaar en het buurtcoördinatieteam.
- Buurtcoördinatieteam zorgt ervoor dat alle tijd en energie wordt vastgelegd in een verslag/fotoreportage/film zodat mensen ook na het evenement kunnen terugkijken op het proces. (daarnaast kan het in verdere projecten helpen bij het verkrijgen van vergunningen, fondsen en sponsoren)

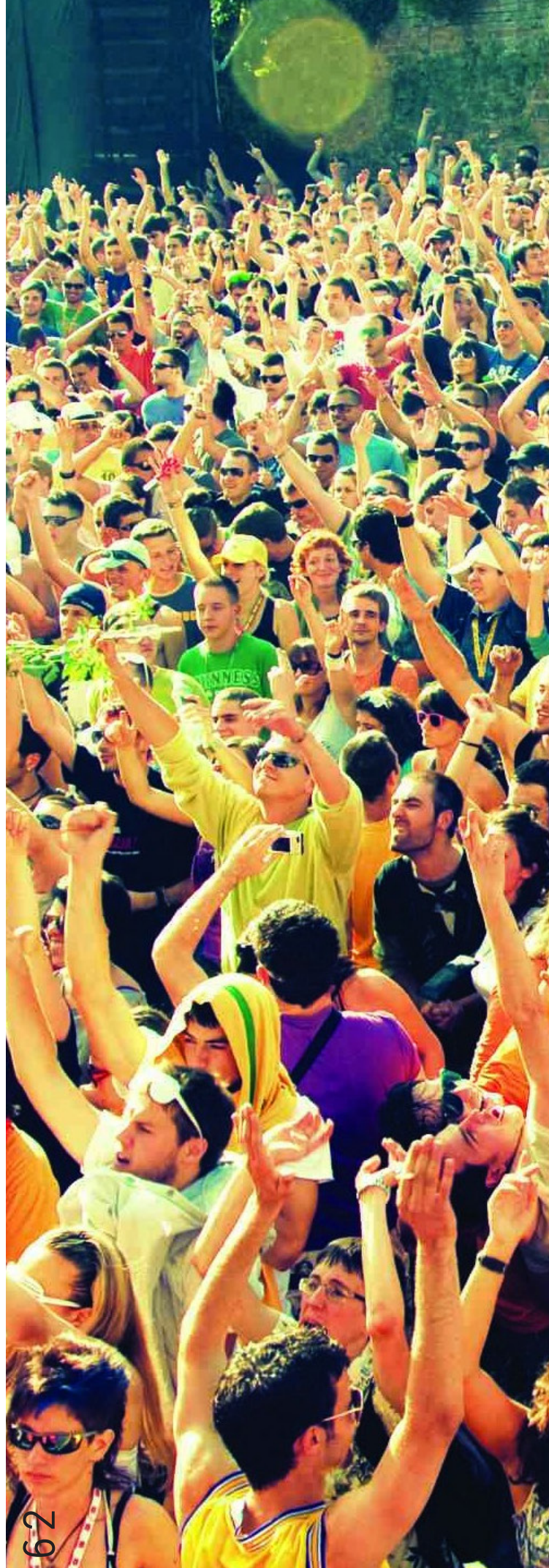
Waar?

- Exposities in bibliotheek Buitenhof, kunsthal Delft, andere kunstinstanties in de buurt.
- Besprekingen kunnen in de wijkunit, 's middags op het Christelijk Lyceum Delft
- Mocht het zo goed klikken tussen de groepsleden bij iemand thuis.
- Rode Dorp voor sfeerimpresie kunstenaar.

Wanneer?

- Zodra er kunstenaars en kunstinstanties bereid zijn gevonden mee te werken aan het project.
- Einde tot aan 'Buurtdag'





FASE 3: FESTIVALDAG

Tijdens deze fase, die maar 1 dag zal duren, is het de bedoeling om al het voorbereide werk af te ronden. Tijdens deze dag zullen de gevormde groepen buurtbewoners elk hun eigen Tulpi afvalbak versieren volgens een patroon/tekening/invulling die is bedacht in samenwerking met de kunstenaar. Tijdens deze dag zullen de groepsleden de bak beschilderen, en eventueel kunnen overige buurtbewoners bij springen om mee te helpen. Zijn buurtbewoners niet bezig met schilderen dan kunnen ze rondkijken hoe de andere bakken worden beschilderd, of kunnen ze een praatje maken met andere buurtbewoners of gewoon genieten in de buitenlucht. Er zijn ook hapjes en drankjes aanwezig gemaakt door buurtbewoners die zich hiervoor vrijwillig hebben opgegeven. Nadat alle bakken zijn beschilderd wordt er een groot feest gegeven voor de inwoners van het Rode Dorp. Hier zullen allerlei warme hapjes en drankjes aanwezig zijn, al dan niet zelfgemaakt of gesponsord. Tijdens dit feest is er muziek aanwezig, en misschien zijn er wel muzikale talenten aanwezig die willen optreden. Tijdens dit feest, dat laat in de middag wordt gegeven, wordt ook de winnaar bekend gemaakt van de Tulpi award, de prijs voor de best versierde bak. Tijdens het feest is er de mogelijkheid om te stemmen op de mooist versierde bak. De winnende bak wordt tentoongesteld, en de andere bakken worden de volgende dag geplaatst in het Rode Dorp, waar zij hun functie gaan uitvoeren, afval verzamelen. Deze bakken mogen dan door iedereen worden overgeschilderd op een voorwaarde: De nieuwe tekening moet mooier zijn dan de vorige tekening!

Wie?

- Buurtbewoners die de bakken gaan beschilderen
- Buurtbewoners die vrijwillig helpen met opbouwen, hapjes en drankjes maken, toezicht houden.
- Buurtbewoners die komen kijken wat er gebeurt.
- Kunstenaars die kijken en helpen wanneer het nodig is.
- Vestia
- Trashpassers en gemeente Delft (vooral om te kijken of het een succes is)
- Buurtcoördinatieteam om het evenement te begeleiden.
- Tulpi om de bakken te leveren

Wat?

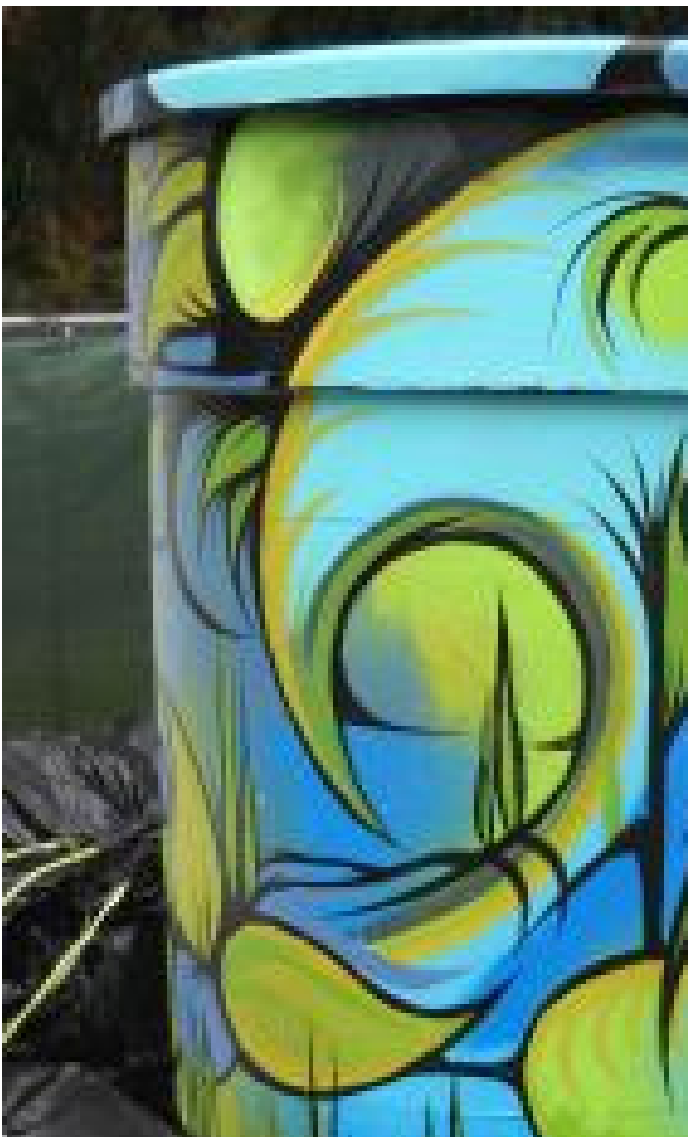
- Buurtbewoners die zich hebben opgegeven om vrijwillig mee te helpen met opbouwen beginnen de dag van te voren met opbouwen.
- Op de dag zelf lever Tulpi de bakken die beschilderd mogen worden.
- De groepen buurtbewoners krijgen elk een bak toegewezen die zij mogen beschilderen.
- Buurtbewoners die zich hebben opgegeven om vrijwillig toezicht te houden verrichten hun taak.
- Buurtbewoners die zich hebben opgegeven om vrijwillig voor hapjes en drankjes te zorgen zetten hun creaties neer op een afgesproken centrale plek.
- Overige buurtbewoners komen kijken, vragen of ze kunnen helpen, genieten van de sfeer enz.
- 's Middags zijn alle bakken beschilderd en moeten ze drogen.
- 's Middags begint het feest, met warme hapjes, drankjes, muziek en eventueel optredens van buurtbewoners.
- Ondertussen mogen buurtbewoners stemmen op hun favoriet en is er de gelegenheid om een evaluatieformulier in te vullen.
- 's Avonds is de uitreiking van de Tulpi Award, de prijs voor de mooist versierde afvalbak.
- Na de uitreiking gaat het feest door.

Waar?

- Het Rode Dorp

Wanneer?

- Laatste woensdag voor de Zomervakantie





FASE 4: NASLEEP

Deze fase begint direct na de derde fase. Deze fase loopt totdat er besloten wordt om aan het nieuwe evenement te beginnen. In deze fase wordt alles opgeruimd en zullen er een tweetal evaluaties plaatsvinden.

Wie?

- Alle inwoners van het Rode Dorp.
- De betrokken kunstenaars.
- De betrokken kunstinstellingen.
- De gemeente Delft.
- Eventuele sponsors.
- Vestia en Trashpassers.

Wat?

- Opruimen van afval van de 'Buurt dag'.
- Plaatsen van de afvalbakken.
- Na de zomervakantie volgt er een evaluatie over het feest, de vuilnisbakken en het contact tussen de burens.
- Halverwege Februari is de laatste evaluatie over het feest, de vuilnisbakken en het contact tussen de burens.

Waar?

- Het Rode Dorp
- Wijkunit

Wanneer?

- Vanaf het einde van de derde fase tot aan het begin van de volgende eerste fase (tussen Juli en September met een evaluatie in Februari).

Een veel gestelde vraag omtrent het Community Art project en bij de ontwikkeling van een nieuwe afvalbak in het algemeen is of het bestand is tegen vandalisme. Er zijn vele vormen van vandalisme en ze zijn voor dit verslag onderverdeeld in een aantal hoofdcategorieën.

- Stootvandalisme: alle bewerkingen met een stotende beweging. Dit kan variëren van slagbewegingen met vuisten of voeten tot moedwillig slaan met gereedschap van een hard materiaal, zoals knuppels of buizen.
- Brand vandalisme: alle vormen van vandalisme waarbij vuur komt kijken. Vuurwerk of brandstichting in de afvalbak behoren hiertoe. Maar ook ongelukken zoals een niet goed gedoofde sigarettenpeuk die brand veroorzaakt kan hiertoe gerekend worden.
- Vandalisme door beschadiging met scherpe objecten: krassen.
- Besmeuring: hieronder valt alles wat met verf en stickers te maken heeft, zoals graffiti, tekeningen met waterproof marker of het plakken van stickers waar dit niet mag.

De Tulpi afvalbak biedt door zijn unieke vorm tegenstand aan een aantal van de hierboven beschreven vormen van vandalisme. Door de dubbelgekromde oppervlakken van de schalen wordt de druk van stootbelasting naar de zijkanten geleid waardoor het ontwerp minder gevoelig is voor stootvandalisme. Dit principe komt veel overeen met kruisribgewelven in gebouwen. Ook bieden de dubbelgekromde oppervlakken weerstand tegen het plakken van stickers. Omdat deze bij slechts in één richting kunnen vervormen, zullen ze kreuken en vouwen als men probeert om ze op de Tulpi afvalbak te plakken.



Om goed bestand te zijn tegen brand dient de afvalbak niet van brandbevorderende materialen vervaardigd te worden. Vanuit Tulpi zelf is dan ook de keuze gemaakt om de schaaldelen en de bak van staal te maken. Door Trashpassers is besloten om dit door te voeren in alle onderdelen van de afvalbak. Door de afwezigheid van kunststoffen en de relatief lage temperaturen die ontstaan bij afvalbakbranden is de Tulpi afvalbak goed bestand tegen brand(vandalisme). Een nadeel van de unieke vorm van de afvalbak is dat het minder goed bestand is tegen explosies van vuurwerk. De dubbelgekromde vormen van de schaaldelen leiden de schokgolf van explosies naar binnen en worden daardoor zelf naar buiten gedwongen. Hier zal in de optimalisatie van de afvalbak rekening mee moeten worden gehouden. Ons advies is om, net als bij alle huidige afvalbakken, de opening af te sluiten rond de jaarwisseling. Op deze manier kan er geen vuurwerk in de bak geplaatst worden, en zullen er geen ontploffingen plaatsvinden in de Tulpi afvalbak.

Tegen krassen is helaas maar weinig wat echt effectief is. De Tulpi afvalbakken zullen behandeld worden met een harde laklaag, maar als de vandaal echt wil, blijft de afvalbak goed bekrasbaar.

Tot slot de vandalisme door middel van besmeuring. Ook dit is een probleem waar men weinig aan kan doen. Zoals ook geldt voor het bekrassen kan de vandaal als hij echt wil naar alle hartenlust de afvalbak besmeuren. Dit is de harde realiteit. Daarom is besloten om de besmeurders niet te weren, maar juist te verwelkomen. Als de afvalbakken geplaatst zijn mogen ze het gehele jaar door bewerkt worden met verf, mits het nieuwe schilderwerk gelijkwaardig of mooier is dan wat er al op de afvalbak geschilderd stond. Dit is ook een ongeschreven wet binnen de graffitiwereld. Een uitzondering is de beschilderde afvalbak die de wedstrijd wint. Deze zal namelijk een jaar lang in de buurt unit van Brouwer tentoon gesteld worden, en dus niet overgeschilderd worden.



Er zullen een aantal partijen betrokken worden bij het produceren van de Tulpi afvalbak, maar ook gedurende de levensloop van de bakken zullen er partners betrokken blijven. Om kosten te besparen moeten zoveel mogelijk onderdelen bij dezelfde partij vandaan komen. Hieronder worden enkele alternatieven gegeven voor het voorgestelde Rokatec. Om de transportkosten te beperken wordt enkel naar Nederlandse bedrijven gezocht.

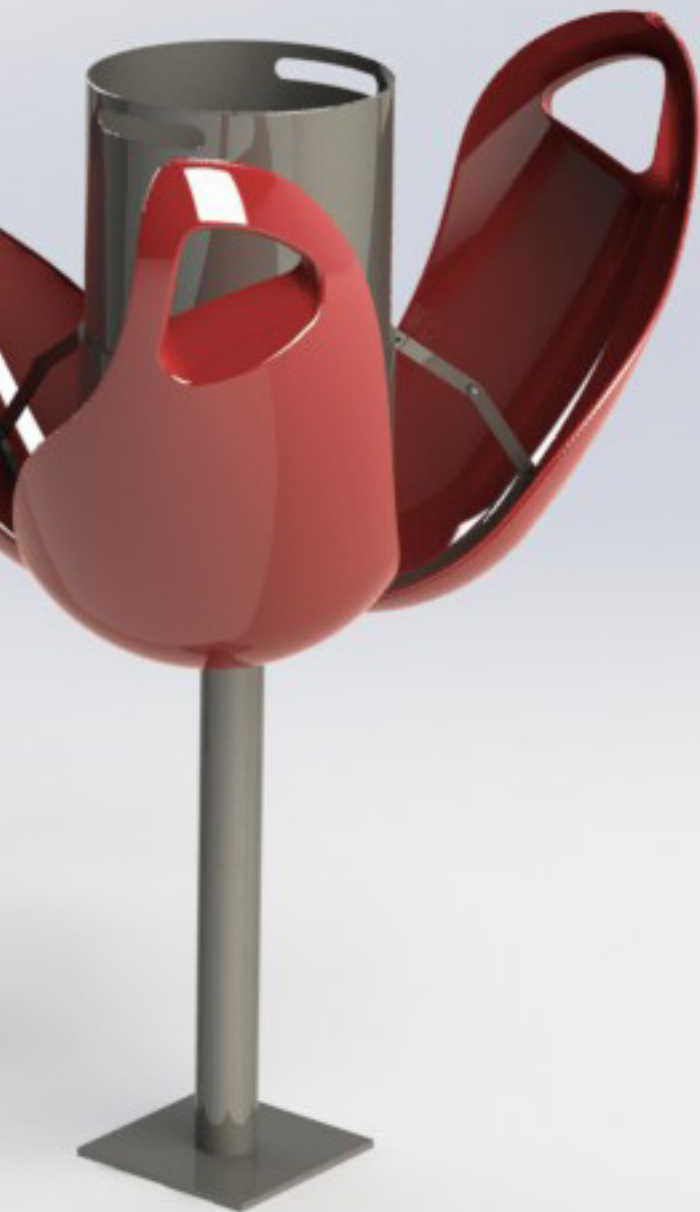
Onderverdeeld per levensloopfase zijn hieronder de bedrijfsvoorstellen weergegeven.

PRODUCTIEFASE

Leveranciers standaardonderdelen

- De paal waarop de bak bevestigd is. Dit is een metalen buis waar nabewerkingen op toegepast moeten worden, er komen namelijk gaten in voor bevestiging van andere onderdelen en er zullen ashouders opgelast worden. Bedrijf: Combulex Buizen. Dit bedrijf levert vele soorten buizen en kan deze ook flenzen, wat wellicht gebruikt kan worden voor de bevestiging. De nabewerking zal door een ander bedrijf uitgevoerd moeten worden, bijvoorbeeld Delfnix.
- Assen, slot, schraagscharnieren en binnenbak. Deze onderdelen hoeven niet specifiek ontworpen te worden en kunnen op veel plaatsen ingekocht worden.





Producenten specifieke onderdelen

- Tandwielen/-heugels

Omdat deze geen standaardvormen hebben, zullen ze geproduceerd worden door een extern bedrijf. Sanders is specialist op gebied van speciale tandwielen, en zou deze onderdelen dus kunnen produceren.

- Schaaldelen

Voor de schaaldelen zal er eenmalig een mal gemaakt moeten worden, die daarna voor lange tijd gebruikt kan worden. Na deze eenmalige extra investering is het dus verstandig om een langdurige relatie aan te gaan met dit bedrijf om kosten te drukken. Een bedrijf dat hiervoor ingezet kan worden is Phoenix 3D Metaal. Dit bedrijf maakt gebruik van rubberpersen, wat mogelijk geschikt is voor de productie van deze onderdelen.

- Houder van binnenbak. Dit onderdeel kan wellicht diepgetrokken worden. Een bedrijf dat zich hier voor leent is Orfa Visser.

Partij voor het plaatsen van de afvalbakken

Als de afvalbakken gereed zijn, moeten ze nog geplaatst worden. Mocht dit gebeuren met een betonblok, dan is een samenwerking met Vrijenban een optie. Dit bedrijf is ook in het Social Cohesion project betrokken, en kan dus eenvoudig benaderd worden.

LEVENSL00P

Gemeente Delft

Vanuit de gemeente wordt het ophalen van afval geregeld. Aangezien de Tulpi afvalbakken ook periodiek geleegd moeten worden, moeten hier afspraken over gemaakt worden. De gemeente is uiteraard ook van belang bij het plaatsen van de afvalbakken, dus de samenwerking begint al eerder. Er zal overlegd moeten worden op welke locaties Tulpi een afvalbak mag plaatsen, en of de gemeente verantwoordelijk gehouden zal worden voor het onderhoud. Daarnaast wordt het legen van de bakken dus een taak voor de gemeente of een bedrijf dat door de gemeente wordt aangestuurd.

QUESTIONNAIRE 3

Het Q3 onderzoek

Het doel van Questionnaire 3 is om de publieke opinie van het rode dorp over het uitgewerkte concept te horen. Dit is door middel van een steekproef onderzocht. Questionnaire 3 is zo opgebouwd dat het onderzoeksteam (Stefan Gelok (HT) & Mathieu Kana (LCD leerling)) het onderzoek stap voor stap kunnen uitvoeren. De nadruk ligt bij de ondervraging op: het uiterlijk van de afvalbak, de deelname aan het schilderproject en de interesse in een buurtfestival. Het volledige onderzoek en de uitgeschreven resultaten zijn te vinden in de bijlage.



CONCLUSIE

Het uiterlijk van de Tulpi afvalbak valt erg in de smaak. Er wordt gerefereerd naar een leuke uitstraling en de gelijkenis met een tulp. De buurtbewoners zijn ervan overtuigd dat een vrolijk ontwerp helpt bij het schoonhouden van de buurt en zien de nieuwe afvalbakken graag in de buurt verschijnen. Voor het beschilderen van de bakken zijn meer bewoners die niet zelf mee zouden doen dat wel. Dit geeft niet, voor een geslaagd project zijn er één á twee handjes vol groepjes nodig.

Het festival klinkt ook aantrekkelijk voor de meeste ondervraagden. Niet alleen spreekt de algemene gezelligheid van een vrolijke activiteit in de buurt aan, maar ook denken de meeste bewoners dat het een goede gelegenheid is om burens en andere mensen in de buurt een keertje te spreken en te leren kennen. Net als bij ieder festival zal het succes mede afhankelijk zijn van het weer. Een groot voordeel van het evenement is dat het dichtbij is. Dit verlaagd de drempel om langs te komen en gezellig mee te doen.

Gezien de eisen van het vak is er niet voldoende tijd geweest om het gehele concept aan te passen. Er zijn echter wel een aantal punten waar over nagedacht is, en wat wellicht meegenomen kan worden bij het uitwerken van het concept.

RANDEN SCHAALDELEN

In het huidige concept zit telkens aan een zijde van de schaaldelen een uitstekend randje, waar de andere zijde (van het schaaldeel ernaast) in zou moeten vallen. Dit zorgt voor een goede sluiting, maar het brengt een risico met zich mee. Door dit randje zijn alle schaaldelen op elk moment met elkaar in contact, zodat als een schaaldeel dichtgedrukt wordt, de rest wel mee moet gaan. Dit klinkt voordelig, maar als er ook maar een kleine imperfectie ontstaat op dit randje, zal het geheel gaan haperen en juist de werking blokkeren.

Om deze reden zou de sluiting beter op een andere manier verwezenlijkt kunnen worden. Enkele mogelijkheden zijn:

- Geen rand

In dit geval zal er altijd een (kleine) spleet tussen de schaaldelen blijven. Dit maakt het makkelijker om er iets tussen te steken, en er kan regen door naar binnen vallen.

- Hoekrand

Dit maakt het moeilijker om door de spleet achter het schaaldeel te komen. Echter kan dit problemen opleveren bij de productie vanwege ondersnijdingen.

- Rubberen strip

Als er een rubberen strip op de rand bevestigd wordt, kan dit ervoor zorgen dat er geen spleet ontstaat (de strips worden tegen elkaar gedrukt), waardoor er niets tussen gestoken kan worden, en ook regen buitengehouden wordt. Een nadeel is dat een extra onderdeel extra inkoop- en assemblagekosten betekent.



BESCHRIJVING SPAT

Het SPAT staat voor Social Plaza Activation Team. Dit is een draaiboek om het 'Activation Team' zo goed mogelijk op te zetten en daarna te laten werken. Het 'Activation Team' zal in de volksmond het wijkbestuur gaan heten. De bewoners en organisaties gaan intensief samenwerken met het wijkbestuur van Het Rode Dorp. Het SPAT wordt gemaakt door Bestuurskunde en Technische Bedrijfskunde studenten en zal uit veel verschillende onderdelen bestaan. Er is op dit moment (nog) geen wijkbestuur voor Het Rode Dorp, dus zal er naast een draaiboek ook een opstartplan gemaakt moeten worden. In dit opstartplan zal komen te staan hoe de sollicitatieprocedure er uit komt te zien, een profielschets van potentiële kandidaten en wat er op welke locatie gedaan moet worden qua officiële procedures. In het draaiboek zal de organisatie weergegeven worden met zijn/haar missie, visie en doelstellingen. Daarnaast welke activiteiten zij kunnen gaan organiseren en wie daarvoor nodig zijn. Van kleine promotie tot een partnership aangaan. Naast deze partners wordt er ook in vermeld hoe de financiën eruit moeten gaan zien. Met dit draaiboek wordt verwacht dat het wijkbestuur pragmatisch aan de slag kan gaan en zal zorgen voor continuering van het bestuur.



DOEL VAN DE PILOT

Het doel van de pilot is om te testen of het beschilderen van Tulpi afvalbakken in combinatie met een festivaldag sociaal contact tussen bewoners van het Rode Dorp uitlokt, ondersteunt en versterkt. De pilot zal uitgevoerd worden met een vijftal afvalbakken. Als de pilot slaagt en het evenement een succes wordt, kan dat groen licht zijn voor een jaarlijks evenement.

De pilot zal bestaan uit een aantal componenten; het opzetten van een commissie, het uitschrijven van een schilderwedstrijd, promotie, het produceren van de Tulpi afvalbakken, de festivaldag en het plaatsen van de afvalbakken.



DE COMMISSIE

Alles wat betrekking heeft tot het plan Community Art zal worden geregeld en begeleid door een commissie. Hier kunnen geïnteresseerde bewoners terecht voor informatie en hier ligt de verantwoordelijkheid voor het project. De commissie bestaat uit enthousiaste bewoners die zich willen inzetten voor de buurt. Een voorbeeld van een dergelijke commissie is een buurtactiviteitencommissie. Deze groep bestaat uit een aantal leden die ieder eindverantwoordelijk zijn voor een specifieke taak binnen het project.

De voorzitter is degene die aan het hoofd van de commissie staat. Deze neemt de leiding over het project en is aanspreekpunt voor alle gebeurtenissen.

De secretaris is degene die alle notulen documenteert en verantwoordelijk is voor de interne en externe communicatie. De penningmeester houdt alle inkomsten en uitgaven bij. Hij maakt een begroting en achteraf een financieel eindverslag.

De promotiecommissaris zorgt voor alle promotieplannen en neemt de leiding over alle media.

De planningcommissaris is verantwoordelijk voor de planning. Deze persoon houdt overzicht over alle onderdelen van het project en zorgt ervoor dat de activiteiten gebeuren op het juiste moment. Verder is de commissie vrij om meerdere commissieleden toe te voegen mits dit functioneel bijdraagt aan het verloop van het project.

TAKEN VAN DE COMMISSIE

- een geschikte begeleider zoeken voor het begeleiden van de schilderdag
- zorgen voor promotie van het evenement
- de schilderwedstrijd uitschrijven
- opzetten van de festivaldag
- bestellen van 5 Tulpi afvalbakken
- de inschrijvingen van bewoners beheren
- de evenementdag reguleren
- opruimdienst na het evenement inhuren
- zorgen voor het plaatsen van de afvalbakken
- zorgen voor terugkoppeling naar de buurt

PROMOTIE

De promotie bestaat uit twee delen. Deel een is het laten weten dat er een schilderwedstrijd opgezet wordt. Deel twee is de promotie voor een groot tulpenfestival.

Voor beide activiteiten kan op dezelfde manier informatie verspreid worden. Via flyers in de bus bij de bewoners, posters die in de school opgehangen worden en via de interactieve bordes die ontwikkeld worden door de HR-groep. Op deze manier wordt iedereen in het Rode Dorp betrokken of in ieder geval geïnformeerd.

Ook zou een website voor het evenement een goede toevoeging zijn. Hierop kan alle informatie verschaft worden en hier zouden de geïnteresseerden zich kunnen inschrijven. De site zal een toegankelijk uiterlijk hebben.

DE SCHILDERWEDSTRIJD

De wedstrijd zorgt voor de betrokkenheid van de bewoners. Groepen van zo'n 4 personen kunnen zich inschrijven bij de commissie. De groepen zullen in één dag de afvalbakken beschilderen. Het is belangrijk dat het als een gezamenlijke activiteit gezien wordt en niet als een competitieve gebeurtenis. De begeleider van het proces heeft hier veel invloed op en moet daarom goed geselecteerd worden.



De creatief begeleider

Op de festivaldag worden in de ochtend de afvalbakken beschilderd onder begeleiding van een creatief persoon. Deze persoon kan een kunstenaar of een handarbeiddocent zijn, zolang deze maar ervaring heeft met het begeleiden van creatieve processen van grote groepen. De taak van de creatief begeleider is het leiden van de individuele groepen tot een geslaagd eindwerkstuk. Het zou bijvoorbeeld voor kunnen komen dat een groepje een donker en beladen ontwerp maakt. De taak van de begeleider is in deze situatie het groepje ervan overtuigen dat het de bedoeling is een vrolijke afbeelding neer te zetten.

HET SCHILDERPROJECT

Hoe het schilderproject er in detail uitziet wordt uitgelegd onder het kopje: Community Art Project. Hier gaat het echter wel om het uiteindelijke project, dat grootschaliger zal zijn dan de pilot.

De festivaldag



De pilot schilderdag zal in één dag uitgevoerd worden. De activiteiten van die dag zijn in het pilotschema te zien.

K O S T E N

activiteit	onderdelen	kosten	opmerkingen
Opzetten commissie		vrijwillig	
Promotie	website opzetten	400	Het bouwen van een website kost veel tijd en geld. Het zou ideaal zijn als een geïnteresseerde bewoner zich hier voor zou kunnen inzetten.
	2000x flyers	35	
	100x posters	90	
Creatieve begeleider	loonkosten 1 dag	400	Om een externe te huren kost het ongeveer 800 a 1000 euro. Echter zijn er verschillende beroepsgroepen in de wijk aanwezig die een sessie kunnen begeleiden zoals bijvoorbeeld handvaardigheidsdocenten e.d. Daarom is een gereduceerd bedrag genoteerd.
Verfspullen		150	Deze verf is weer en wind proof. Zodat deze dag en nacht buiten kan blijven staan zonder ten onder te gaan aan slijtage.
Festival	muziek, feesttenten,		Een festival kan heel veel kosten maar het kan ook veel geld opleveren. Het is mogelijk om door versnaperingenverkoop, sponsoring, subsidie en drankverkoop quitte te spelen.
Tulpi Afvalbakken	5x 350	1750	
Opruimdienst	3x uurloon x 6uur, 15E p/u	270	Er hoeft geen opruimdienst gehuurd te worden als er genoeg bewoners betrokken zijn bij het project.
totaal		3095	

P L A A T S E N

Voor het plaatsen van de afvalbakken zijn een aantal mogelijkheden. Er kan een bedrijf ingehuurd worden die de plaatsing van straatmeubilair van de overheid voor zijn rekening neemt. Ook kan het financieel en logistiek voordelig zijn om een bedrijf te kiezen dat binnen het Social Cohesion Design project gespecialiseerd is in het plaatsen van straatmeubilair (specifiek met beton). Om die reden zijn de bedrijven Vrijeban en Social Sofa wellicht een goede keuze.

V E R S C H I L T U S S E N P I L O T E N P R O J E C T

De pilot verschilt van het echte project in een aantal opzichten. In tegenstelling tot de pilot zullen er meer dan 5 afvalbakken beschilderd worden. Het plan is om tijdens het volledige project 20 stuks te beschilderen en te plaatsen, maar dat is afhankelijk van hoeveel sponsoring en subsidie er ingezameld kan worden. De pilot is een stuk kleinschaliger dan het echte project. Bij het volledige project zijn er een aantal eerdere ontmoetingen tussen de creatieve begeleider en de schildergroepen. Deze meetings zijn ter voorbereiding van een interessante schildering. In de pilot zijn er geen eerdere meetings maar wordt er op één dag samengekomen, begeleid, geschilderd en gefeest.

Voor Tulpi kan dit project zeer waardevol zijn om de volgende redenen:

- Tulpi levert voor de pilot 5 Tulpi afvalbakken. Deze worden voor verkoopprijs aan de organisatie verkocht.
- Bewijst de pilot zich succesvol dan kan dit betekenen dat er nog 15 afvalbakken extra verkocht kunnen worden, maar dan voor de hele buurt als vervanging van de oude afvalbakken.
- Bij dit project zijn veel inwoners betrokken dit is allemaal gratis promotie voor Tulpi.
- Dit is een uniek project en zal dus hoogstwaarschijnlijk een degelijke portie media aandacht krijgen. Dit kan Tulpi te goede komen zeker als dit project internationale bekendheid krijgt. In dat geval kan Tulpi zonder investering meeliften op de media aandacht.
- Bij het project zijn verschillende partijen betrokken waaronder ook de gemeente. Mocht de pilot een succes zijn kan het een goede zet zijn voor Tulpi om naar de gemeente Delft en andere gemeenteste stappen en te refereren naar dit project. Op deze manier kan een gemeente overgehaald worden om te investeren in de aanschaf van de nieuwe afvalbakken.

De echte investering is dus bij de stichting en niet bij Tulpi. Deze levert enkel de afvalbakken.



PRODUCTIEKOSTEN

Het ontwerpen en produceren van een afvalbak brengt de nodige kosten met zich mee. Een aantal onderdelen kan ingekocht worden. De schaaldelen worden geperst. Voor de productie heeft Tulpi verschillende bedrijven op het oog, waaronder Rokatec in De Meern. Als gevolg van een offerteaanvraag van Tulpi kunnen weten we dat in China voor de volgende prijzen de onderdelen geproduceerd worden.

Onderdeel of handeling	Prijs	
Schaaldelen	75	De schalen worden uit een staalplaat dubbelgekromd geperst. Hiervoor is een matrijs nodig die de totale kosten aanzienlijk vergroot.
Scharnieren	25	De scharnieren vangen veel van de krachten die op de afvalbak werken op. De scharnieren zijn "heavy duty" scharnieren en zullen ingekocht kunnen worden.
Poot	50	De poot heeft veel gemeen met de Tulpi-stoel poot. Het voordeel hiervan is dat Tulpi bekend is met de leverancier, weet hoe het materiaal reageert op omgevingsfactoren en hoe het plaatsen/bevestigen efficiënt gedaan kan worden.
Montagemateriaal	15	De onderdelen worden op verschillende manieren aan elkaar bevestigd. Deze kosten komen voornamelijk van moeren, bouten ed.
Sputen	15	Voor het spuiten moeten de onderdelen gereinigd zijn en volledig ontvet worden. Daarna kan er hoge kwaliteit verf op gespoten worden.
Assemblage	10	De onderdelen moeten samenkomen tot een product. De kosten die hierbij gemaakt worden komen van de manuren die hier in zitten.
Transport	10	Dit zijn de transportkosten van de onderdelen en het eindproduct.
Totaal kostprijs	+200	
Verkoopprijs	+350	
[matrijskosten]	14.000	Doordat de 3 schaaldelen identiek zijn blijft de prijs van de matrijs aan de goedkope kant van het matrijskostenspectrum.

De totale kostprijs komt zo neer op 200 euro. De verkoopprijs van de Tulpi afvalbakken zal grofweg 350 euro worden. Hiermee kan Tulpi concurreren met de huidige afvalbakken.

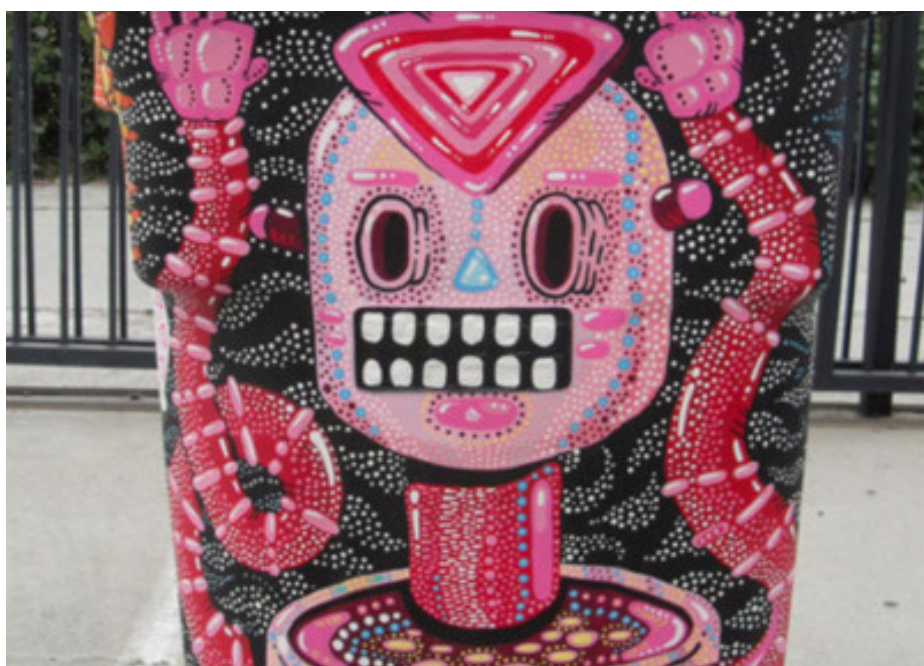
EINDCONCLUSIE I3

In de laatste fase van dit project is de nieuwe Tulpi afvalbak verder uitgewerkt, en is het sociale project er omheen ontworpen.

De afvalbak zal openen door een tandwiel-tandheugelsysteem en wordt hierbij begeleid en verstevigd door schraagscharnieren. Op deze manier is de afvalbak eenvoudig hanteerbaar voor de afvalophaaldienst.

Door het opvallende en vernieuwende uiterlijk zal de tulpvormige afvalbak het gat in de markt opvullen; de markt wordt nu namelijk gekenmerkt door saaie, onopvallende ontwerpen. Na het proefplaatsen van de serie in het Rode Dorp kan de oplage vergroot worden. Natuurlijk in Nederland, maar ook in het buitenland kan de vrolijke tulp zijn intrede doen.

Binnen het Rode Dorp zal de tulp symbool worden van het opbloeien van de buurt. Naast de toegevoegde vrolijkheid van de Tulpi afvalbakken zelf, zal door het jaarlijks terugkerende Community Art Festival meer contact tussen de bewoners ontstaan, en wordt zo de sociale cohesie vergroot.



Gezien de eisen van het vak is er niet voldoende tijd geweest om het gehele concept aan te passen. Er zijn echter wel een aantal punten waar over nagedacht is, en wat wellicht meegenomen kan worden bij het uitwerken van het concept.

RANDEN SCHAALDELEN

In het huidige concept zit telkens aan een zijde van de schaaldelen een uitstekend randje, waar de andere zijde (van het schaaldeel ernaast) in zou moeten vallen. Dit zorgt voor een goede sluiting, maar het brengt een risico met zich mee. Door dit randje zijn alle schaaldelen op elk moment met elkaar in contact, zodat als een schaaldeel dichtgedrukt wordt, de rest wel mee moet gaan. Dit klinkt voordelig, maar als er ook maar een kleine imperfectie ontstaat op dit randje, zal het geheel gaan haperen en juist de werking blokkeren.

Om deze reden zou de sluiting beter op een andere manier verwezenlijkt kunnen worden. Enkele mogelijkheden zijn:

- Geen rand

In dit geval zal er altijd een (kleine) spleet tussen de schaaldelen blijven. Dit maakt het makkelijker om er iets tussen te steken, en er kan regen door naar binnen vallen.

- Hoekrand

Dit maakt het moeilijker om door de spleet achter het schaaldeel te komen. Echter kan dit problemen opleveren bij de productie vanwege ondersnijdingen.



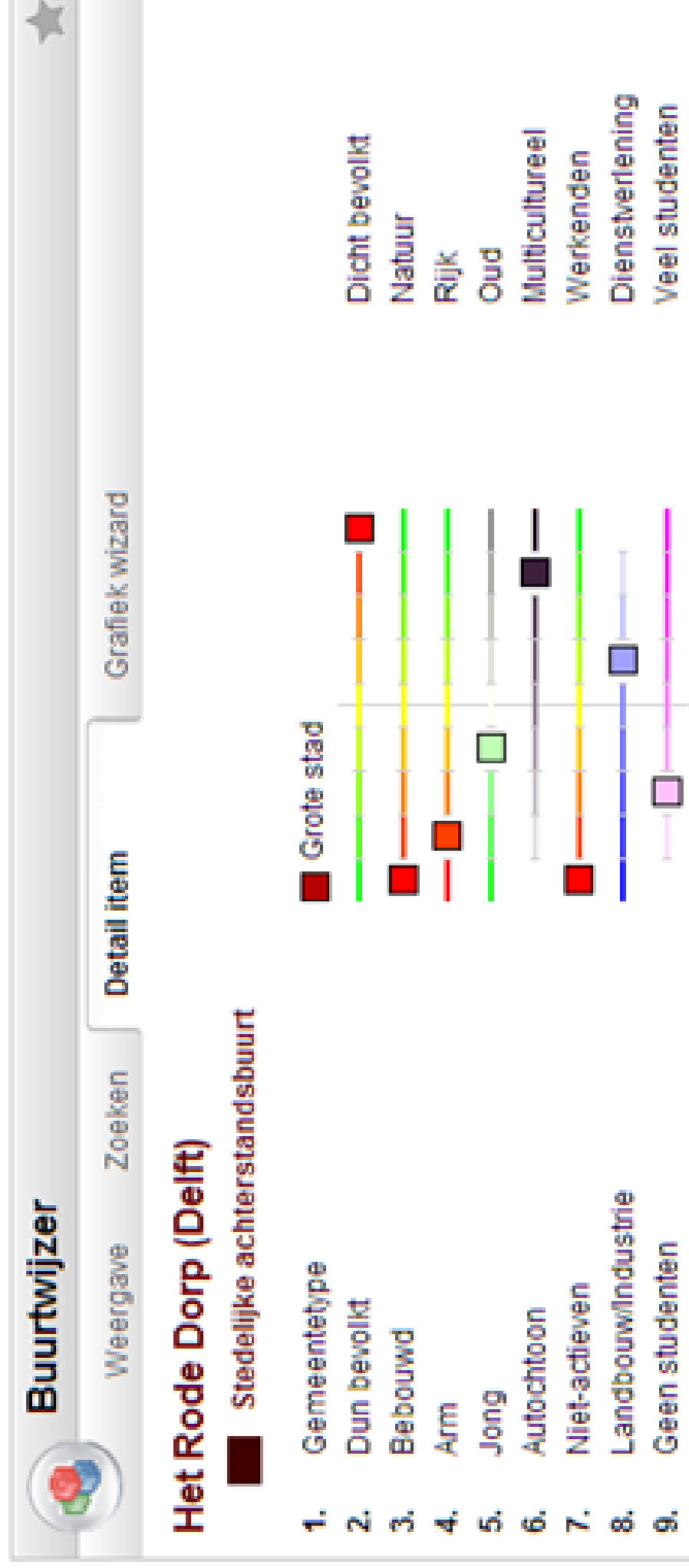
APPENDIX A: STELLINGEN

Q1

1. Als ik meer vrienden in de buurt had, zou ik me gelukkiger voelen.
2. Er zouden meer winkels en terrasjes moeten zijn.
3. Als ik zie dat dat de fiets van mijn buurman wordt gestolen zeg ik er iets van of bel ik de politie.
4. Mijn buurt wordt door de andere Delftenaren gezien als een gezellige wijk.
5. Als ik trotser op mijn buurt kon zijn, zou ik me gelukkiger voelen.
6. Als er meer cultuur in de buurt zou zijn, zou ik daar vaker heen gaan (film,muziek etc.)
7. Als er meer sportvoorzieningen in de buurt waren, zou ik meer aan sport doen.
8. Er zou minder overlast moeten zijn in de buurt.
9. Ik groet mensen uit de buurt als ik ze passeer.
10. Ik zou me minder vaak willen vervelen.
11. Ik wil meer vrienden in de buurt.
12. Ik zou graag andere mensen uit andere culturen willen ontmoeten.
13. Een buurthuis is noodzakelijk in een wijk.
14. Ik vind het een gezellige wijk en ik heb het naar mijn zin.
15. Ik weet wat andere doen in de buurt.
16. Ik betaal graag een maandelijkse bijdrage als ik daardoor meer contacten in de buurt krijg.
17. Ik wil graag meedoen met het organiseren van wijkactiviteiten.
18. Persoonlijke huisbezoeken voor het informeren wat er in de buurt speelt door het wijkcoördinatieteam stel ik op prijs.
19. Moderne technieken zoals pc, mobieltjes, apps etc. kunnen helpen mensen face to face met elkaar in contact te brengen.
20. In de toekomst zullen mensen meer face to face contact hebben.
21. Face to face contact is belangrijker dan contact via email, chatten of skype.
22. Ik heb voldoende aan contact met mijn familie en vrienden, ik vind contact met buurtgenoten niet zo belangrijk.
23. De gemeente moet ervoor zorgen dat het gezellig is in de wijk.

APPENDIX B: RESULTATEN













Q1



Kerncijfers buurten

Dataset	Waarde	Afwijking t.o.v. gemiddelde	Gemiddelde
Bevolking			
Aantal inwoners	1.050		1.431
Bevolkingsdichtheid	9.550		2.515
Omgevingsadressendichtheid	4.269		940
Westerse allochtonen (%)	9%		7%
Niet-westerse allochtonen (%)	48%		6%
- Nederlandse Antillen en Aruba (%)	8%		0,7%
- Marokko (%)	5%		1%
- Suriname (%)	5%		1,4%
- Turkije (%)	7%		2%
- Overig niet-westers (%)	23%		3%
Verhuismobiliteit (per 1.000)	151		90
Leeftijd & verloop			
Leeftijd (0-15 jaar)	22%		18%
Leeftijd (15-25 jaar)	13%		12%
Leeftijd (25-45 jaar)	27%		26%
Leeftijd (45-65 jaar)	23%		29%
Leeftijd (65+ jaar)	14%		15%
Geboorte (per 1.000 inwoners)	20		8
Sterfte (per 1.000 inwoners)	8		6
Leefsituatie			
Ongehuwd (%)	54%		45%
Gehuwd (%)	27%		45%
Gescheiden (%)	12%		5%
Verweduwd (%)	6%		5%
Eenpersoonshuishoudens (%)	43%		28%
Huishoudens zonder kinderen (%)	19%		33%
Huishoudens met kinderen (%)	38%		39%
Gemiddelde huishoudensgrootte	2,1		2,45
Welvaart			
Woningwaarde (EUR)	122.000		257.874
Inkomen per inwoner	9.800		13.497
Inkomen per inkomensontvanger	15.500		19.023
Lage inkomens (%)	45%		40%
Hoge inkomens (%)	8%		22%
Huurwoningen (%)	97%		32%
Koopwoningen (%)	3%		68%
Gemiddeld elektriciteitsverbruik (kWh)	2.550		4.150
Gemiddeld gasverbruik (m3)	1.450		2.251
Personenauto's per huishouden	0,5		1,121
Personenauto's per km2	2.201		1.202

Arbeid

Studenten hoger onderwijs (%)	6%		4%
Werkzame personen (%)	46%		71%
Werkzame autochtonen (%)	60%		73%
Werkzame westerse allochtonen (%)	42%		65%
Werkzame niet-westerse allochtonen (%)	33%		54%
Zelfstandigen (%)	3%		12%
Forensen (%)	47%		49%
Pensioenontvangers (%)	15%		18%
Uitkeringsontvangers (%)	34%		14%
Landbouw (% werkzaam)	3%		9%
Industrie (% werkzaam)	16%		20%
Commerciële dienstverlening (% werkzaam)	50%		43%
Niet-commerciële dienstverlening totaal (% werkzaam)	29%		29%

INTERVIEW Q3

Laat de foto van de Tulpi-afvalbakken in het rode dorp zien.



1. Wat is het eerste dat er in je opkomt als je dit ziet?
Laat ook de afbeelding van de saaie afvalbakken zien.



2. Denk je dat mensen door een vrolijk ontwerp meer afval gaan weggooien?

Laat het plaatje van de beschilderde afvalbakken zien.



We willen buurtbewoners de afvalbakken laten beschilderen.

3. Zou je hier aan meedoen?

4. Denk je dat andere mensen hier aan mee willen doen?

We willen bij de onthulling van de beschilderde afvalbakken een festival organiseren met bandjes, dans en muziek.

5. Zou je hier naar toe gaan? Zo ja/nee, waarom.

6. Denk je dat er onderling contact gelegd wordt op zo'n dag?

APPENDIX D: RESULTS Q3

vragen	1e ondervraagde (V) leeftijd 70-80	2e ondervraagde (M) leeftijd 12-18	3e ondervraagde (V) leeftijd 25-35	4e ondervraagde (V) leeftijd 12-18
"[Tulpi afvalbak] Wat is het eerste dat er in je opkomt als je dit ziet?"	1 gezellig, heel leuk	" heey, meer prullebakken", futuristisch	mooi	schattig, leuk
Denk je dat mensen door een vrolijk ontwerp meer afval gaan weggooien?	2 leuk badacht maar ik betwijfel het	ja, heeft wel invloed	ja, de oude is lelijk en afstotend	ik denk het wel
[Beschilderen] Zou je hier aan meedoen?	3 nee, dat is niets voor mij	nee, geen zin in	nee	"grappig hoor", ja ik zou wel meedoen
Denk je dat andere mensen hier aan mee willen doen?	" ja, natuurlijk... iets voor jongeren...en ouderen doen net zo hard mee"	ja tuurlijk, vooral kinderen	ja, kinderen wel, ouderen denk ik niet, maar mijn moeder denk ik wel.	ik denk het wel
[festivaldag] Zou je hier naar toe gaan?	5 ja, hardstikke leuk	ja, als het goed weer is	ligt aan de sfeer	ja
Waarom?	5b ik houd wel van gezelligheid.	als het gratis is en gezellig, waarom niet?	waarschijnlijk wel als het mooi weer is	omdat het dichtbij is
Denk je dat er onderling contact gelegd word op zo'n dag?	6 ja, gezelligheid brengt automatisch mensen in contact.	vooral met vriendengroepen die samen vallen	weinig, er zal contact zijn binnen de vaste contact groepen , maar weinig tussen groepen	Ja, ik denk dat je wat makkelijker op elkaar afstapt omdat je mensen wel al eens gezien hebt.

vragen	5e ondervraagde (V) leeftijd 12-18	6e ondervraagde (V) leeftijd 40-50	7e ondervraagde (M) 40-50
"[Tulpi afvalbak] Wat is het eerste dat er in je opkomt als je dit ziet?	beter dan die we nu hebben	wel leuk, apart	opvallend, lijkt op een tulip, ze moeten die oude prullenbakken in deze prullenbak doen. Ik weet niet of hij wel zo goed in deze buurt past. De ronde vorm zal misschien een beetje de lijnen breken.
Denk je dat mensen door een vrolijk ontwerp meer afval gaan weggooien?	waarschijnlijk wel	die oude mogen wel weg. Het zou wel mooi zijn als dat gebeurt. "Ikzelf? Ik gooi het altijd in de afvalbak."	ja, zolang als de bak opvalt blijven mensen de aandacht erop houden
[Beschilderen] Zou je hier aan meedoen?	ja, maar alleen met vriendinnen	[moet lachen] nee zelf zou ik het niet doen	zelf niet, maar is jaarlijks niet te kort?
Denk je dat andere mensen hier aan mee willen doen?	ja vast wel	ik kan zo snel even niemand bedenken	ja zeker, vooral ouders met kinderen
[festivaldag] Zou je hier naar toe gaan?	ja gezellig	jahoor als ik niet hoeft te werken.	ja, als er een feestje is ben ik erbij
Waarom?	dichtbij en gezellig	t is weer eens wat anders, maar 't is vooral	zie volgende vraag
Denk je dat er onderling contact gelegd word op zo'n dag?	ik ken alleen mensen van mijn flat. Ik denk niet dat ik met andere mensen contact ga maken, maar misschien wel de mensen van mijn flat wat beter leren kennen	ja ik denk het wel.	zulke evenementen brengen mensen dichterbij elkaar. Het is leuk om er een deel van te zijn.