

# CASE STUDIE

## EEN GESPREK OVER HITTE IN DE HITTE

### BEWEGING BRENGEN IN KLIMAATADAPTATIE MET SOCIAL DESIGN

*Pleun Weijers en Fides Lapidaire\**

■ Lokale en regionale overheden werken hard aan een klimaatbestendige leefomgeving. Het betrekken van stakeholders is hierbij van groot belang, maar brengt ook uitdagingen met zich mee. Hoe zorg je dat je vanuit een gezamenlijk doel alle partijen meekrijgt? Hoe laat je hen een echt gesprek voeren, in plaats van een discussie vanuit ieders eigen perspectief? Social design kan hierin beweging brengen. Social designers dagen mensen uit om op een andere manier naar water- en klimaatvraagstukken te kijken. Zo organiseerden Fides Lapidaire en Pleun Weijers van TwynstraGudde voor de gemeente Leiden op een bijzondere manier een klimaatgesprek over hittestress in de binnenstad. In het midden van het centrum zetten zij de ‘Heet hè-kas’ neer, waarin men de temperatuur van de toekomst kon ervaren.

#### Heet hè?

De ‘Heet hè-kas’ stond op een warme zomerdag op de Aalmarkt, waar veel lokale ondernemers zijn gevestigd. In de kas gingen wethouders en ondernemers in gesprek over hittestress. Met een formaat van 3 bij 6 meter viel de kas goed op in de drukbezochte binnenstad. Met teksten zoals ‘Heet hè?’ en ‘Ervaar hier de temperatuur

van de toekomst’ daagde lichtgevende tekstborden bezoekers uit om naar binnen te stappen. Eenmaal binnen was het ... heet! Want wat doet hitte nou eigenlijk met een lichaam? En wanneer is warm té warm? Aan de hand van op de kas geschreven feiten en vragen werd ook het langslowend publiek uitgenodigd om mee te denken.



Social designer Fides Lapidaire (rechts in de kas) in gesprek met ondernemers en wethouder Fleur Spijker (midden).

De ‘Heet hè-kas’ was onderdeel van een reeks klimaatgesprekken die de gemeente Leiden heeft gevoerd met verschillende partners in de stad. De gemeente wilde ondernemers graag betrekken omdat zij een belangrijke rol spelen in het leefbaar maken van de stad. Het doel van dit klimaatgesprek was om een beeld te krijgen van de effecten van hitte op ondernemers en hierover bewustzijn te creëren. Wat merken ondernemers van hitte, zowel in de winkel als op straat? In hoeverre vormt het een probleem? Wat zijn mogelijke maatregelen om de gevolgen te beperken, en wie kan hieraan een bijdrage leveren? Hierover wilde de gemeente graag in gesprek, ook om te

\* Pleun Weijers is adviseur Water en Klimaat bij TwynstraGudde; Fides Lapidaire is social designer bij onder andere TwynstraGudde.

kijken hoe de gevolgen gezamenlijk kunnen worden aangepakt.

## De juiste gespreksvorm

Voor het klimaatgesprek was de gemeente op zoek naar een goede gespreksvorm. Ondernemers kunnen namelijk niet zomaar aansluiten. Ze zijn vaak druk en kunnen niet zomaar hun zaak verlaten. Hoewel het contact tussen de gemeente Leiden en ondernemers goed is, hebben de partijen ook andere manieren van werken, en stellen ze soms andere prioriteiten. Zo is hitte voor veel ondernemers een abstract onderwerp, zeker als het om gevolgen in de toekomst gaat.

Hoe pak je dit handig aan? De ervaring leert dat een werksessie in een vergaderzaaltje niet altijd de gewenste opkomst oplevert. Bovendien schuilt in zo'n vertrouwde setting het gevaar dat partijen bekende standpunten en argumenten aanhalen, terwijl het juist nodig is om samen vooruit te kijken. Om te zorgen voor een echt gesprek, stelde TwynstraGudde voor om het over een hele andere boeg te gooien. In samenspraak met de gemeente ontwierp Social designer Fides Lapidaire hiervoor de 'Heet hè-kas'. Pleun Weijers verzorgde de procesbegeleiding hieromheen.

## Wat is Social design?

Social design is een ontwerpende wijze van denken en doen waarmee beweging wordt gebracht in taai, maatschappelijke vraagstukken. Een Social Design-traject helpt om een transitie op gang te brengen. Het inzetten van de frisse blik van ontwerpers en nieuwe bronnen van kennis (o.a. zintuigen, ervaringen) zorgt in een gesprek over een lastig vraagstuk voor een hele andere wending. Met elkaar in gesprek gaan vanuit een ervaring, waarvan de 'Heet hè-kas' een mooi voorbeeld is, geeft iedere deelnemer een gelijk uitgangspunt en maakt abstracte thema's invoelbaar. Het nodigt uit om helemaal opnieuw naar een probleem te kijken en zorgt ervoor dat men niet

## EEN WENS VOOR WATER UITSPREKEN OP HET DELTACONGRES

In een proces waarin je samenwerkt met een ontwerper, komen vaak heel andere vragen naar boven. Een mooi voorbeeld hiervan is het project Mensput Wensput dat op donderdag 10 november 2022 op het Deltacongres te zien was. Minister Harbers van Infrastructuur en Waterstaat verwoordde het mooi tijdens de opening van het Deltacongres:

*"Wij zijn niet langer soeverein over de wereld om ons heen. Wij zetten niet alles naar onze hand, maar voegen ons naar het verdict van water en bodem. Wat goed is voor hen, is goed voor ons."*

Zijn boodschap: we moeten luisteren naar wat water en bodem ons te vertellen hebben. Willen we de opgaven waar we voor staan oppakken, dan moeten we een radicaal andere houding tot water aannemen. We moeten niet langer alleen willen overheersen en gebruiken, maar water als bondgenoot zien.

Een mooi visie. Maar kunnen we dat wel echt, luisteren naar water? Weten we wel wat water wenst?

Precies deze vraag staat centraal bij de Mensput Wensput. M/Wensput is een sociale en rituele ruimte waarbinnen

waterwederkerigheid wordt geoefend en onderzocht. Door middel van wederkerige watervragen zoals "Wat zou water wensen van mensen?" daagt de M/Wensput de bezoeker uit om zich in te leven in water. Door een antwoord op de munt te krassen en deze in de put te werpen, spreek je een wens uit naar water.

Deltacommissaris Peter Glas kwam voor water met de wens 'geef mij liefdevol ruimte'. Een andere bezoeker wenste het water tranen; van ontzag, bewondering en schoonheid. Op de vraag 'als water een goede vriend is, wat voor een vriendschap zou het dan zijn?' kwam vaak de conclusie dat de vriendschap wat eenzijdig bleek. Misschien wel juist door dit ongemakkelijke gevoel kwamen de thema's 'ruimte', 'aandacht' en 'lief zijn' vaak in wensen naar boven. Maar hoe we zorgen voor meer aandacht? Meer bewustwording van de waarde van water? Hier komt de kracht van ontwerpers naar voren!

*De Mensput/Wensput is ontworpen in opdracht van de Embassy of Water door Fides Lapidaire en Axel Coumans. Hij werd dit keer begeleid door Social designers Fides Lapidaire en Susan Arts van TwynstraGudde.*



Deltacommissaris Peter Glas werpt zijn wens voor water in de Mensput/Wensput.

Foto: Valerie Kuypers



Ambtenaren van de gemeente voor de 'Heet hè-kas' in gesprek met voorbijgangers.



in bekende standpunten blijft hangen. Er wordt stilgestaan bij het vraagstuk op een dieper niveau, waar vrijwel altijd een gemeenschappelijk belang schuilt. Het is vaak niet slechts één partij die baat heeft bij verandering. Een Social Design-traject bouwt aan gemeenschappelijk draagvlak, zodat alle betrokkenen stappen kunnen nemen om de nodige verandering te realiseren.

Social design kan daarmee goed worden ingezet om de publieke dienstverlening te verbeteren. Het biedt bijvoorbeeld een uitkomst wanneer stakeholders met verschillende belangen en denkwijzen bij elkaar moeten worden gebracht, of doelgroepen lastig te bereiken zijn. Denk aan private partijen zoals ondernemers, maar ook inwoners, collega's of andere overheden. Social Design biedt ook kansen wanneer toekomstige uitdagingen worden besproken waarvan de gevolgen lastig in te beelden zijn. Dit is vaak het geval bij aanpassingen in de ruimtelijke omgeving, zoals het aanleggen van waterberging in een wijk, of een dijkversterkingsproject.



De 'Heet hè-kas' op de Aalmarkt, vanaf het water gezien.

## Opbrengst gesprekken in de kas

In de Heet hè-kas gebeurde er iets bijzonders. Doordat deelnemers het allemaal heet hadden en fysiek de gevolgen merkten, ging het niet lang over of hitte een probleem was, maar werd er gezocht naar manieren om met hitte om te gaan. Opvallend was dat de temperatuur in de kas, ofwel de 'sterkte' van de ervaring, van invloed leek op de toon van het gesprek. Tijdens een gesprek waar de zon vol op de kas brandde, heerste er een 'zachtere' mindset: het gesprek ging op het heetste moment over aanpassing van gedrag en cultuurverandering. "Als het te warm wordt, zeg ik tegen mijn medewerkers dat ze simpelweg wat zachter moeten lopen.

Misschien moeten we met z'n allen gewoon wat minder willen," aldus één van de gesproken ondernemers. Toen de kas in de schaduw stond en wat koeler was, kwamen vaker conventionele standpunten en oplossingen aan bod en was de discussie ook iets feller.

Ook viel het op dat een fysieke ontmoeting in een bijzondere setting betrokken en constructieve gesprekken oplevert. Door samen een ervaring te delen in een informele opstelling werden alle deelnemers 'aangezet' en gingen ze als gelijken het gesprek aan. In de kas ontstond onderling begrip en toenadering en was men eerder geneigd samen naar oplossingen te zoeken. Zoals één van de ondernemers in de kas het verwoordde: "We praten altijd over wat wel en niet mag van de gemeente, maar het is goed om nu een keer met de gemeente in gesprek te gaan."

Er zijn ook een aantal aandachtspunten. Hoewel de kas midden in de stad stond en actief was aangekondigd door vooraf bij ondernemers langs te gaan, bleef de opkomst toch beperkt. Uit reacties blijkt dat het thema hitte nog niet zo leeft onder ondernemers en dat ze andere issues belangrijker vinden (zoals inflatie, of hoge energieprijzen). Omdat het om een oriënterend gesprek ging waarvan de concrete vervolgstappen nog moesten worden bepaald, kreeg het niet altijd prioriteit. Er waren ook ondernemers die wel graag wilden deelnemen, maar hiertoe vanwege personeelstekort niet in staat waren.

Opvallend genoeg deed de kas het wél erg goed bij voorbijgangers, die werden aangetrokken tot het grote gevaarte midden in de stad. De kas leverde ook veel persaandacht op, waardoor de



gemeente via verschillende media een groot publiek heeft bereikt. De 'Heet hè-kas' zou daarom in het vervolg nog gericht kunnen worden ingezet voor een traject met inwoners of bezoekers als doelgroep.

## Het gesprek gevoerd, en dan?

Met de gesprekken in de kas en alle reacties daaromheen heeft de gemeente Leiden een beter beeld gekregen van hoe hitte wordt ervaren in de binnenstad en wat een passende aanpak zou kunnen zijn. De opbrengsten van de klimaatgesprekken worden meegenomen bij de verdere ontwikkeling van klimaatbeleid. Door het ophalen van ideeën en creëren van verbinding is een eerste stap gezet richting een gezamenlijk aanpak van hitte. Vanuit deze basis kan de gemeente met ondernemers verder bouwen aan een klimaatadaptieve stad.

Om beweging te brengen in een vraagstuk is echter meer nodig dan een activerende gespreksvorm. Een Social Design-aanpak vraagt om verankering van het 'nieuwe' denken dat is gecreëerd. Een overkoepelende strategie voor het opnemen van opbrengsten in beleid en goede communicatie hieromheen zijn daarom randvoorwaarden voor een succesvolle aanpak. Duidelijkheid over concrete vervolgstappen en wat er voor partijen te halen valt, draagt bovendien bij aan de mate waarin doelgroepen betrokken willen zijn en blijven. Ook is het van belang dat de gespreksvorm goed aansluit op de leefwereld en mogelijkheden van de doelgroep, wat in de voorbereidende fase tijd en onderzoek vergt. Deze lessen kunnen worden meegenomen naar een volgend traject.

## Social design inzetten is lef hebben

Als een probleem zich voordoet, wordt vaak de vraag gesteld: waarom lossen we het niet gewoon op? Wanneer dit niet lukt, kan het zijn dat de aanpak die voor de hand ligt simpelweg niet (meer) werkt. Social Design belooft niet direct een oplossing, maar laat je gegarandeerd anders naar een vraagstuk kijken, met als doel een vastgelopen situatie open te breken.

Dit vergt wel lef. Het vraagt ruimte binnen je organisatie om een Social



Social designer Fides Lapidaire schrijft ideeën mee op de binnenkant van de kas.

designer mee te nemen in een lastige opgave, en vertrouwen om het vraagstuk vanuit een hele nieuwe hoek te benaderen. Het is een kwestie van doen, zonder precies te weten wat de uitkomst wordt. Het gevoel om verantwoording af te moeten leggen kan mensen hier terughoudend in maken. Het loont daarom om naast de ontwerper goede procesbegeleiding te zetten, om vertrouwen te scheppen in de onzekere ruimte die bij een creatief proces komt kijken.

Wanneer de ruimte en het vertrouwen er zijn, biedt Social design echter mooie kansen om op maatschappelijk vlak écht verandering op gang te brengen. Dus zit je met vragen als: waarom krijgen we bewoners niet mee in klimaatadaptatie? Hoe luisteren we beter naar de bodem, het water en ander leven? Hoe neem ik sociaal-maatschappelijke uitdagingen mee bij een ingreep in de openbare ruimte? Overweeg dan eens om een duik in het diepe te nemen.



Vragen op de 'Heet hè-kas' om het langslappend publiek te prikkelen.