HORIZON

RESEARCH

COMPLICATION PROPOSITION SOLUTION

ONDERZOEKSRAPPORT

Media en Communicatie

Auteurs: *Robin Kleinveld & Marissa van Leuven*

Datum: *27 mei 2022*

Locatie: *Technova College, ROC A12*

©2022 HORIZON SMART CIRCULAIR

Alle rechten voorbehouden.

Dit onderzoek, inclusief de bijbehorende bijlage bevat vertrouwelijke informatie. Niets uit dit onderzoek noch de bijlage mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand en/of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteurs. Tevens is het niet toegestaan om het onderzoek noch de bijlage aan derden beschikbaar te stellen.

Auteurs: *Robin Kleinveld & Marissa van Leuven*
Titel: *Media en Communicatie*
Datum: *27 mei 2022*

1 Colofon

Kandidaten

Naam:	*Studentnummer:*	*Mailadres:*
Robin Kleinveld	400036125	400036125@st.roc.a12.nl
Marissa van Leuven	400034690	400034690@st.roc.a12.nl

Commissie

Ruud Koornstra	Voorzitter van de Jury, Nationale Energie Ambassadeur
Shai van Vlijmen	Architect en directeur van NarrativA Architecten
Claudia Bouwens	Programmaleider lente-akkoord, KAN en lente-akkoord ZEN
Sven Jense	Oprichter van Climate CleanUp
Coen van Rooyen	Algemeen directeur NVB-vereniging

Onderzoek

Titel	: Media en Communicatie
Instelling	: Technova College, afdeling bouwkunde, opleiding Middenkaderfunctionaris bouw
Periode	: November 2021 – Juni 2022
Locatie	: Technova College, ROC A12

Contactadressen

Technova College, ROC A12
Afd. Bouwkunde
Opleiding Middenkaderfunctionaris Bouw
6717 XA Ede
Postbus 82

Coöperatie Cirkelstad U.A.
3508 TB Utrecht
Postbus 80092
085 105 11 70
info@cirkelstad.nl

SMART Circulair
4891 CB Rijsbergen
06 16342889
tanja@smartcirculair.com

Rapport

Onderdeel:	Onderzoek
Status:	Definitief
Versie:	1.0
Datum:	27 mei 2022

2 Voorwoord

De roep om nieuwe woningen wordt steeds luider. Terwijl “woningnood” toeneemt, gebruiken steeds minder mensen de woningen die er al zijn. Uitbreiding van de stad maakt dat probleem alleen maar groter. Wij denken juist de focus op bestaande woningen de sleutel is.

De Nederlandse stadswijken krimpen. Vergeleken met de jaren 70 leven er in een gemiddeld huishouden 40% minder personen en dat terwijl de huizen en straten niet kleiner zijn geworden. Doordat er veel minder mensen wonen dan voorheen zijn voorzieningen niet meer levensvatbaar, scholen worden samengevoegd en er is steeds minder leven op straat. Dan is het logisch dat vereenzaming toeneemt, dat verduurzaming moeilijker gaat, dat het autogebruik toeneemt. Het is tijd voor een switch voor de omgang met woningnood!

Deze woningnood in Nederland is de afgelopen maanden de primaire focus geweest van onze groep Horizon. Wij bestaan uit vijftien studenten van de Bouwkunde opleiding op het Technova College te Ede. Wij zitten in ons derde leerjaar en pakken dit project zeer enthousiast aan. Wij bestonden voorheen uit 3 verschillende groepen, maar wij hebben besloten om onze krachten te bundelen om het ultieme idee te bedenken om de woningnood op te lossen. Met ons oog op de toekomst willen wij onze visie werkelijkheid laten worden en onze praktijkervaringen toepassen om dit ultieme idee te realiseren.

3 Samenvatting

Tegenwoordig is social media overal. We delen allerlei soorten berichten met onze vrienden, familie, collega’s en nog veel meer belangstellenden. Door middel van social media weten wij veel meer over onze medemens. Met onze social media-accounts willen wij al deze mensen bereiken en informeren over ons project en willen wij aandacht trekken om Nederland NatuurInclusief, biobased en circulair te laten bouwen.

Om ons project groter te maken hebben wij meerdere mediaorganisaties benaderd en willen wij met hun ondersteuning ons campagnebereik vergroten. Ook hebben wij met behulp van onze connecties willen ook verschillende organisaties benaderd en met hun hulp willen wij ons team ook onder grote organisaties in Nederland onder ogen brengen.

Auteurs: *Robin Kleinveld & Marissa van Leuven*
Titel: *Media en Communicatie*
Datum: *27 mei 2022*

4 Inhoudsopgave

1 Colofon ... 3
2 Voorwoord ... 4
3 Samenvatting ... 4
4 Inhoudsopgave ... 5
5 Proces ... 7
6 Unique selling points ... 8
6.1 Persoonlijk ... 8
6.2 Met elkaar ... 8
6.3 Voor vandaag en morgen ... 8
6.4 Flexibel en snel ... 9
6.5 Met en voor de natuur ... 9
7 Branding ... 10
7.1 Teamnaam/Logo ... 10
7.2 Vormgeving ... 10
7.2.1 Lettertypes ... 11
7.2.2 Kleurenschema ... 11
7.2.3 Voorpagina ... 11
7.2.4 Kop- en voettekst ... 11
7.3 Gezamenlijke OneDrive ... 12
8 Social media ... 13
8.1 Wat voor social media? ... 13
8.1.1 Website ... 13
8.2 Verwachtingen social media ... 13
8.3 Effecten social media ... 14
8.3.1 Instagram ... 14
8.3.2 LinkedIn ... 15

Auteurs: *Robin Kleinveld & Marissa van Leuven*
Titel: *Media en Communicatie*
Datum: *27 mei 2022*

9 Mediacampagne 16
9.1 Publiekscampagne 16
9.2 Cirkelstad 16
9.3 Technova College 16
9.3.1 Media op school 16
9.3.2 Open dagen 16
9.4 Krantenartikel 17
9.5 Gastlessen 17
9.6 Wat willen we bereiken? 17
9.6.1 Verandering 17
9.6.2 NatuurInclusief 17
9.6.3 Circulariteit 17
10 Teamleden 18
10.1 Biobased Circulair bouwen 18
10.2 Energie 'Slim op de meter of beter' 18
10.3 Haalbaar en Opschaalbaar 18
10.4 NatuurInclusief bouwen 19
10.5 Media en Communicatie 19
11 Conclusie 20
11.1 Proces 20
11.2 Branding 20
11.3 Social Media 20
11.4 Mediacampagne 20
12 Bijlagen 21
12.1 Bijlage 1 - Social mediaplanning 21
12.2 Bijlage 2 – Ontwerpposter 22
12.3 Bijlage 3 - Poster projectteam 23
12.4 Bijlage 4 - Bouwontwerpchallenge Stemposter 24
12.5 Bijlage 5 – Krantenartikel 25
12.6 Bijlage 6 – TV-schermen 26

Auteurs: *Robin Kleinveld & Marissa van Leuven*
Titel: *Media en Communicatie*
Datum: *27 mei 2022*

5 Proces

November 2022 zijn wij van start gegaan met dit project. Op 15 december hebben wij voor het eerst onze opdrachtgever Wytze Kuijper ontmoet en deze dag heeft hij ons de opdracht uitgelegd. Op dit punt in het project waren wij drie aparte teams waarvan elk team bestond uit 5 studenten. Wij deden onderzoek naar hoe zij zelf willen wonen, mogelijkheden om bestaande woningen uit te breiden en of deze mogelijkheden haalbaar zijn. Ook hebben wij ons oog gehouden op de beoordelingscriteria die door de organisatie SMARTCirculair zijn aangeleverd.

Het probleem waar Wytze over spreekt komt bij ons erg bekend voor, dit komt omdat wij hier zelf ook mee te maken hebben. Het betreft namelijk de woningnood in Nederland en dat het voor starters ontzettend lastig is om een betaalbare woning te krijgen. Om deze reden spreekt de opdracht van Wytze ons aan, Wytze is zelf ook erg enthousiast over dit project en hierdoor merken wij dat ons team ook erg enthousiast wordt.

Als drie aparte groepen kwamen wij tot de conclusie dat er genoeg ruimte is in bestaande wijken en dat nieuwbouwwijken niet de oplossing is om de woningnood op te lossen, maar dat inbreiden in de bestaande wijken een betere oplossing is waar nog meer naar moet worden gekeken. In de loop der jaren zijn grote gezinnen verminderd en zijn en er zijn steeds meer gezinnen die nog maar één of twee kinderen hebben of stellen die geen kinderwens hebben, daarentegen blijven we wel op dezelfde vierkante meter wonen als voorheen.

Auteurs: *Robin Kleinveld & Marissa van Leuven*
Titel: *Media en Communicatie*
Datum: *27 mei 2022*

6 Unique selling points

6.1 Persoonlijk

We zorgen niet alleen voor dat iedereen een woning met de juiste omvang kan krijgen maar ook dat er een betere doorloop is en dat het concepten zijn voor onze eigen toekomst waar wijzelf in zouden willen wonen.

6.2 Met elkaar

We creëren ruimte en mogelijkheid om in naast of tussen de units met andere bewoners waardoor zich een community opbouwt waarin iedereen elkaar kent en kan helpen.
Daarnaast is dit project en deze visie is niet door één iemand bedacht maar met elkaar verzonnen en ontwikkelt.

6.3 Voor vandaag en morgen

Het ontwerp en de techniek die we toepassen is zo afgestemd dat het morgen al gemaakt zou kunnen worden. Maar daarnaast hebben is er ook ruimte gelaten om op de innovaties van de toekomst in te kunnen spelen.

Auteurs: *Robin Kleinveld & Marissa van Leuven*
Titel: *Media en Communicatie*
Datum: *27 mei 2022*

6.4 Flexibel en snel

De units worden volledig prefab en hebben dus een korte bouwtijd op locatie. Daarnaast kunnen ze ook in verschillende manieren worden toegepast gestapeld of in frequentie geplaatst worden.

6.5 Met en voor de natuur

Niet alleen is meer dan 80% van wat we bouwen van ecologische materialen, wij bieden ook ruimte in onze gebouwen om de natuur te laten groeien en een grotere diversiteit op te kunnen laten bouwen.

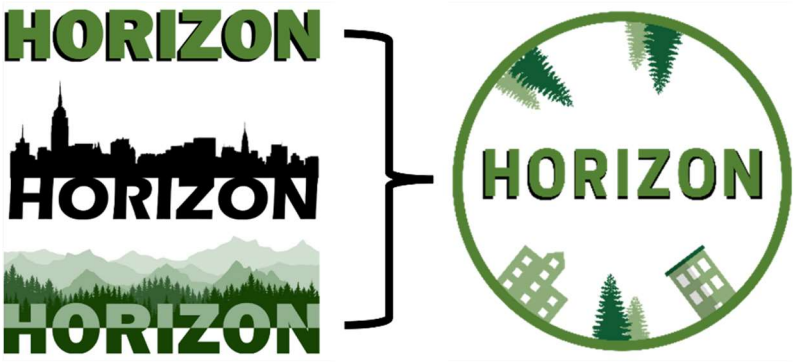
Auteurs: *Robin Kleinveld & Marissa van Leuven*
Titel: *Media en Communicatie*
Datum: *27 mei 2022*

7 Branding

7.1 Teamnaam/Logo

Wij zijn als groep gaan brainstormen over onze visie en hoe we deze visie in ons logo en onze naam willen gaan verwerken. Een nieuw stukje toekomst en daardoor een nieuw gezichtsveld of volgende generatie.

Voor het logo hebben wij gekeken hoe wij onze toekomstvisie erin verwerkt willen hebben. Als groep waren wij er snel achter dat we de natuur en de woningen in het logo verwerkt willen hebben. Vanuit daar zijn we verschillende ontwerpen gaan maken en hebben we gestemd welke we het beste vonden en vanuit daar zijn we op het uiteindelijke logo ontwerp gekomen.



7.2 Vormgeving

In al onze verslagen willen wij zoveel mogelijk samenhang hebben, dit willen wij bereiken door een format te maken in Microsoft Word waarin onze teamgenoten hun informatie in een later stadium in de rapportages kunnen verwerken. De onderdelen die in het format van de rapportages zijn onder andere:

- Lettertypen
- Kleurenschema
- Voorpagina
- Bladzijdenummering
- Kop- en voettekst
- Voorwoord
- Colofon

Auteurs: *Robin Kleinveld & Marissa van Leuven*
Titel: *Media en Communicatie*
Datum: *27 mei 2022*

7.2.1 Lettertypes

Voorblad	BankGothic Md BT
Titel rapport	Eras Bold ITC
Kop 1	Eras Bold ITC
Kop 2	Calibri Light (Koppen)
Kop 3	Calibri
Hoofdtekst	Calibri (Hoofdtekst)

7.2.2 Kleurenschema

De kleuren in de verslagen zijn onder andere gebaseerd op het logo. We hebben de kleur ‘sapgroen’ van het logo overgenomen en deze op de voorpagina terugkomen.

7.2.3 Voorpagina

Wanneer een document gelezen wordt zie je als eerste de voorpagina. Om deze reden is het belangrijk dat je kan zien waar het verslag over gaat zonder het verslag gelezen te hebben een essentieel onderdeel hiervoor is de titel van het verslag. Op de voorpagina staat ook ons logo, maar er staat ook wie daadwerkelijk het onderzoek heeft geschreven

7.2.4 Kop- en voettekst

In de koptekst hebben houden wij vrij simpel, hierin wordt alleen de tekst ‘Rapportage Horizon SMARTCirculair’ geplaatst. Ook wordt hier ons logo geplaatst

De voettekst is wat uitgebreider dan de koptekst, hier worden de auteurs van het verslag, de titel van het document en de datum wanneer de rapportage is opgesteld.

7.3 Gezamenlijke OneDrive

Om documenten gemakkelijk met elkaar te delen hebben wij als team besloten een gezamenlijke OneDrive aan te maken.

Deze OneDrive is overzichtelijk verdeelt in verschillende categorieën, zodat alles gemakkelijk terug te vinden is. Wanneer één van onze teamleden een document heeft gemaakt weet hij of zij precies waar dit document kan worden opgeslagen en andere teamleden

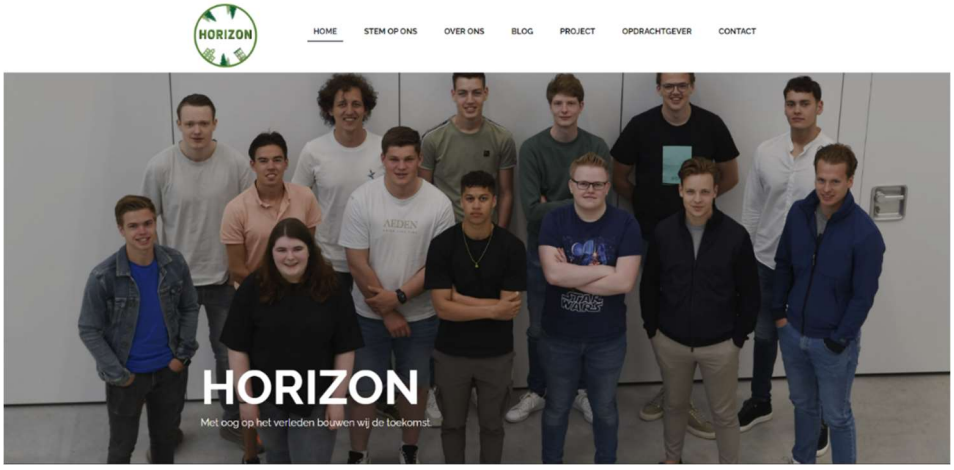
8 Social media

8.1 Wat voor social media?

Wij hebben er als groep voor gekozen om Instagram en LinkedIn als sociale media platformen toe te gaan passen. Daarbij hebben wij een website ontworpen om daar onze voortgang te delen en om daar meer informatie kwijt te kunnen.
Doordat wij later samen zijn gegaan als groep zijn de gezamenlijke socials pas later aangemaakt daardoor is de voortgang die we hebben gemaakt in ongeveer in 2 weken bereikt is.

8.1.1 Website

Om al onze informatie te delen hebben wij er ook voor gekozen om een website te maken. We hebben de website in verschillende onderdelen verdeeld zodat het voor de bezoekers duidelijk is welke informatie er te vinden is. Daarbij hebben wij de hoofdrichtlijnen van ons project gebruikt voor de titelkoppen.



8.2 Verwachtingen social media

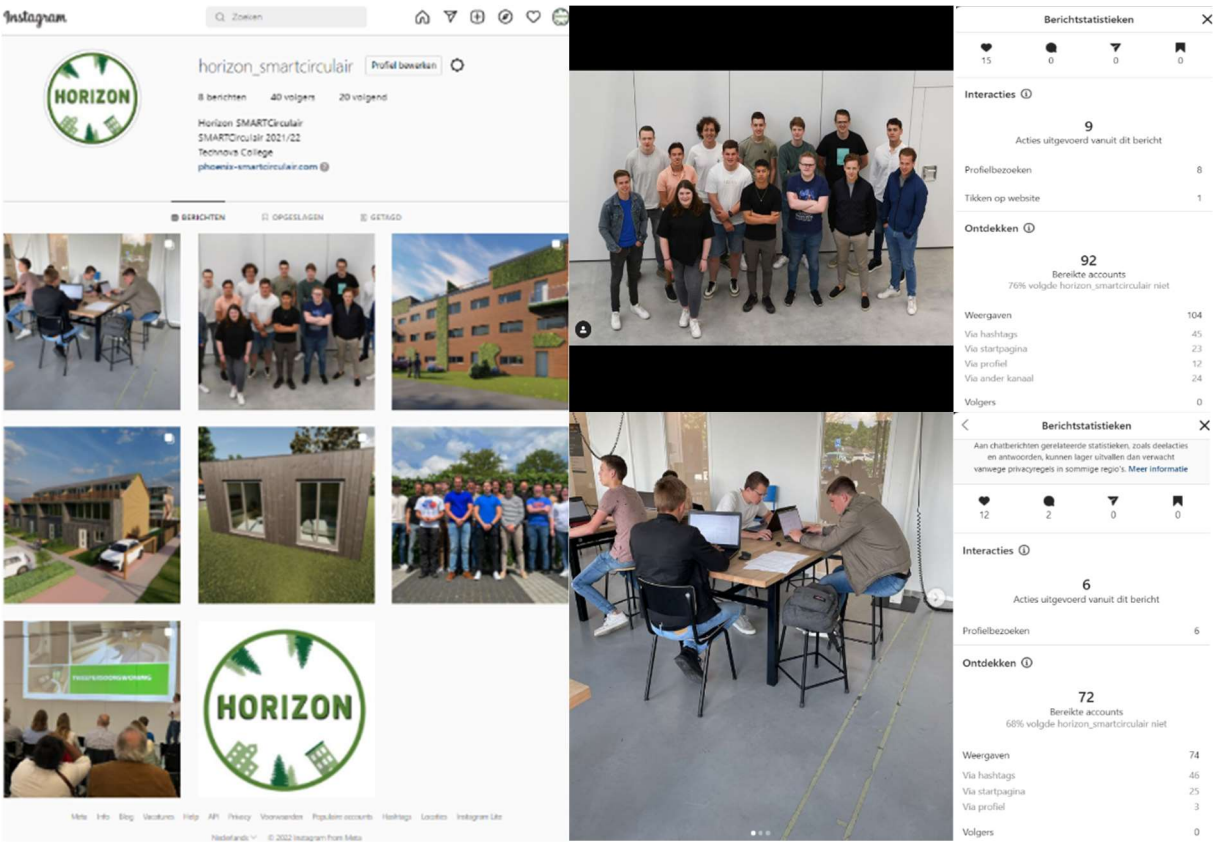
Doordat wij dus pas later de social mediakanalen hebben aangemaakt zijn de verwachtingen minimaal. Wij willen binnen 2 weken zoveel mogelijk mensen bereiken via onze social mediakanalen en daardoor ons project én onze visie onder de aandacht te brengen. We willen dit gaan bereiken om zoveel mogelijk te posten en ons project te verspreiden op onze eigen social media zodat meer mensen weten waar wij mee bezig zijn.

Auteurs: *Robin Kleinveld & Marissa van Leuven*
Titel: *Media en Communicatie*
Datum: *27 mei 2022*

8.3 Effecten social media

8.3.1 Instagram

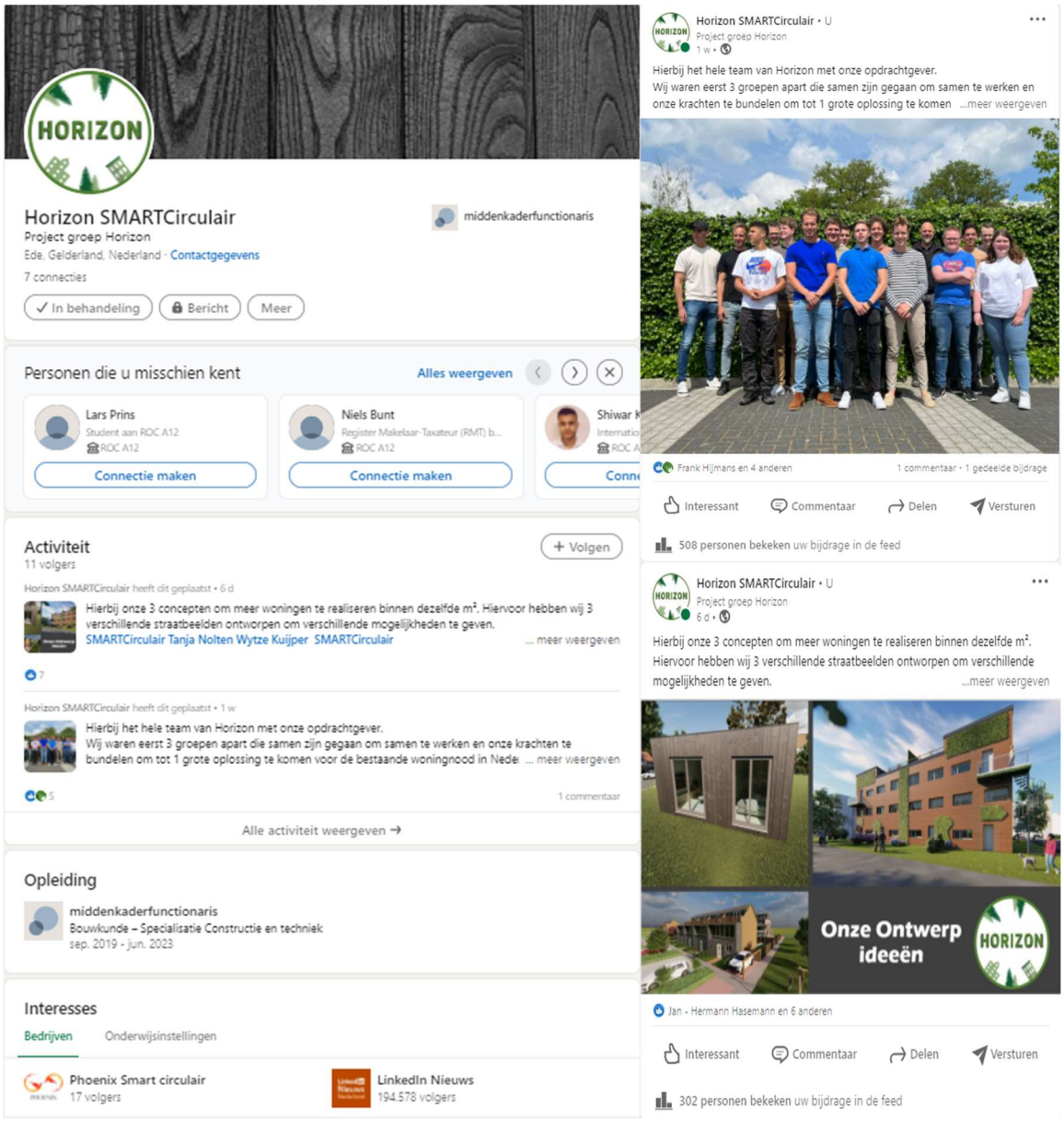
Op 10 mei 2022 hebben wij onze gezamenlijke Instagram aangemaakt. Vanaf dat moment zijn wij bezig geweest om ons project onder de aandacht te brengen. Dit hebben we gedaan door bijna elke dag een instapost te posten en dit te delen op onze eigen Instagram accounts. Ook zijn wij de mensen waar wij een gastles van hebben gehad of producten van hebben opgestuurd gekregen gaan volgen en hebben wij hun getagged in de posts zodat hun klanten ons ook zien.



Auteurs: *Robin Kleinveld & Marissa van Leuven*
Titel: *Media en Communicatie*
Datum: *27 mei 2022*

8.3.2 LinkedIn

LinkedIn hebben wij niet intensief gebruikt als social media platform. Alsnog hebben onze berichten een groot aantal mensen bereikt. Hierdoor hebben wij meer connecties ontwikkeld waarmee wij ook contact hebben gehad over ons project waardoor we veel extra informatie kregen.



Auteurs: *Robin Kleinveld & Marissa van Leuven*
Titel: *Media en Communicatie*
Datum: *27 mei 2022*

9 Mediacampagne

9.1 Publiekscampagne

Op verschillende manieren willen wij stemmen binnen gaan halen voor de stemperiode. Dit willen wij via onze connecties binnen en buiten onze school. Via onze LinkedIn en Instagram hopen wij mensen op de hoogte te houden van wat er allemaal gaande is bij ons project. Ook hebben wij een website opgezet waarop mensen meer informatie kunnen vinden over ons en ons project.

9.2 Cirkelstad

Met onze opdrachtgever Wytze Kuijper hebben wij overleg gehad om contact op te nemen met Nadine van Cirkelstad om ons project onder de aandacht te brengen binnen Cirkelstad zelf. We willen ook graag via de connecties van Cirkelstad ons project groter maken.

9.3 Technova College

9.3.1 Media op school

Op onze school willen wij posters (bijlage 2) ophangen waarop studenten van onze school informatie over onze ontwerpen krijgen. Ook willen wij op de televisieschermen die in onze school hangen informatie over ons projectteam en kort een stukje tekst over de SMARTCirculair Bouw OntwerpChallenge plaatsen. Hierbij willen wij drie QR-codes zetten die verwijzen naar ons LinkedIn-account, Instagram account en de website zodat de studenten op onze school meer informatie kunnen vinden dan wat er op het televisiescherm staat. Op deze manier hopen wij dat de studenten op onze school op ons team kunnen stemmen wanneer het stemmen van start gaat.

9.3.2 Open dagen

Op onze school is 2 juni 2022 een open dag, deze dag gaan wij als projectgroep een paar afgezanten sturen die aan alle mensen die deze dag op onze school komen kunnen vertellen over ons project en de reden dat wij hier mee bezig zijn. Wij zullen een kraampje opzetten waar een aantal tekeningen, staaltjes en andere documenten liggen zoals bijvoorbeeld de brochure en een stemposter (bijlage 3). Op deze manier hopen wij dat de mensen die op de open dag bij onze school komen kijken op ons stemmen. Deze open dag valt in de stemweek en mensen zouden direct op ons team kunnen stemmen.

9.4 Krantenartikel

Om ons project meer onder de aandacht te krijgen zijn wij van plan om verschillende kranten aan te schrijven zodat we meer mensen en bedrijven bereiken. Daarin willen wij QR-codes gaan verwerken zodat ze gelijk naar de website kunnen om daar meer informatie te vinden en daarbij

9.5 Gastlessen

Om ons project en ideeën onder de jeugd kenbaar te maken zullen wij op middelbare scholen gastlessen gaan geven om zo aandacht te krijgen voor waar wij mee bezig zijn. Dit willen wij in de periode van de stemweek gaan doen zodat ze gelijk op ons kunnen stemmen.

9.6 Wat willen we bereiken?

9.6.1 Verandering

In Nederland willen wij zorgen dat mensen bewuster en socialer door het leven heen gaan. Twintig jaar geleden kenden buren elkaar ontzettend goed, maar hedendaags kennen wij onze buren helemaal niet meer. Door ons project te realiseren hopen wij het sociale aspect van 20 jaar terug te brengen en zelfs te verbeteren. Ook hopen wij met onze ideeën Nederland bewuster om te laten gaan met materiaal, circulariteit en duurzaamheid.

9.6.2 NatuurInclusief

Groengevels en groendaken zijn erg mooie manieren om woningen af te werken, maar in Nederland wordt dit weinig of niet toegepast. Wij willen dit bevorderen zodat men meer gaat werken met duurzame en biodiverse materialen.

9.6.3 Circulariteit

Wij willen dat er in Nederland meer met circulaire materialen wordt gebouwd. Op dit moment wordt in Nederland te veel gebruik gemaakt van niet-hernieuwbare materialen, daardoor worden bepaalde grondstoffen uitgeput en dit willen wij verminderen.

10 Teamleden

Dit zijn de teamleden van SMARTCirculair. We hebben ervoor gekozen om per beoordelingscriteria teamleden aan te wijzen die verantwoordelijk zijn betreffende dat onderdeel.

10.1 Biobased Circulair bouwen

Frank Hijmans

Ravi van Kasteren

Ruben van Nieuwamerongen

Dyon van Schoonhoven

10.2 Energie 'Slim op de meter of beter'

Bas Alberts

Gijs de Melker

Daan van der Velden

10.3 Haalbaar en Opschaalbaar

Peter Bakkenes

Mark Codée

Ryan van Est

Auteurs: *Robin Kleinveld & Marissa van Leuven*
Titel: *Media en Communicatie*
Datum: *27 mei 2022*

10.4 NatuurInclusief bouwen

Daan Peeters

Olav Sluijmers

Bart Wessels

10.5 Media en Communicatie

Robin Kleinveld

Marissa van Leuven

11 Conclusie

11.1 Proces

Wij zijn in november 2021 met ons project begonnen en in december hebben wij voor het eerst onze opdrachtgever Wytze Kuijper ontmoet. Op dit punt waren wij drie aparte teams, elk bestaande uit 5 studenten.
Op dit punt in ons project kwamen wij tot de conclusie dat er genoeg ruimte is in bestaande wijken en dat nieuwbouwwijken niet de oplossing zijn om de woningnood te verminderen.

April 2022 hebben wij besloten om als één groep samen te voegen om onze krachten te bundelen en tot een beter ontwerp te komen dan wat we zouden krijgen wanneer wij als drie aparte groepen verder zouden zijn gegaan.

11.2 Branding

Wij hebben als groep nagedacht over onze visie en hebben daarbij een logo en een naam bedacht. Voor ons logo hebben wij gekeken naar onze visie en deze hebben wij daarin verwerkt, als groep zijn wij snel te weten gekomen dat we natuur en gebouwen in ons logo verwerkt willen hebben.

In al onze verslagen willen wij zoveel mogelijk samenhang hebben, hiervoor hebben wij een standaard Word-document opgezet waar de volgende onderdelen in zijn bepaald:

- Lettertypen
- Kleurenschema
- Voorpagina
- Bladzijdenummering
- Kop- en voettekst
- Voorwoord
- Colofon

11.3 Social Media

Wij hebben gekozen om een website te maken waarop mensen kunnen zien en daarbij geïnformeerd worden over ons project. Ook hebben wij accounts aangemaakt op Instagram en LinkedIn waarop wij zoveel mogelijk volgers willen ophalen die kunnen stemmen wanneer dit mogelijk is.

De afgelopen weken sinds wij zijn samengevoegd hebben wij gemerkt dat ons Instagram- en LinkedIn-account snel gegroeid zijn. Omdat wij op dit moment nog niet kunnen constateren wat voor invloed de social media platformen hebben, zullen wij nog geen volledige conclusie kunnen aanleveren.

11.4 Mediacampagne

Wij hebben verschillende organisaties benaderd en met behulp van Cirkelstad hebben wij ook ons project onder ogen gebracht van andere organisaties die in verbinding staan met Cirkelstad.
Ook hebben wij contact opgenomen met de organisaties Hart van Nederland, Omroep Gelderland en nog een aantal lokale nieuwsbladen in en rondom Ede. Via deze nieuwsbladen willen wij onszelf bekend maken en hiermee meer stemmen ophalen voor onze publiekscampagne.

12 Bijlagen

12.1 Bijlage 1 - Social mediaplanning

Sociale Media Planning

Weeknr.	Maandag	Dinsdag	Woensdag	Donderdag	Vrijdag	Opmerkingen
Week 19 9 mei - 13 mei	Instagram aanmaken LinkedIn aanmaken Webiste aanmaken	Nieuwe logo posten en verhaal van groep	Instagram post over presentatie ouders	Website bewerken	Instagram/LinkedInpost groepsfoto + opdrachtgever	
Week 20 16 mei - 20 mei	Instagrampost plaatsen met 3D-ontwerp Unit	Instagrampost plaatsen met 3D-ontwerp Rijtjeswoning	Instagrampost plaatsen met 3D-ontwerp Optoppen	X	Uiterlijke datum website klaar!!!	
Week 21 23 mei - 27 mei	*Rapportages afronden*	*Rapportages afronden*	*Rapportages afronden*	VRIJ	Rapportages inleveren	
Week 22 30 mei - 3 juni	Start stemmen (13:00 uur)	Instagrampost over voorlichting aan het Streek	X	Open dag project groot maken + instagram post	X	Open dag regelen met Perla en Niels Reuver
Week 23 6 juni - 10 juni	VRIJ	Instagrampost maquette	X	Instagrampost	Instagrampost over stemmen NIET VERGETEN!!	
Week 24 13 juni - 17 juni	X	Instagrampost over Finale volgende dag	FINALE	AFGEROND	AFGEROND	

Auteurs: *Robin Kleinveld & Marissa van Leuven*
Titel: *Media en Communicatie*
Datum: *27 mei 2022*

12.2 Bijlage 2 – Ontwerpposter

Auteurs: *Robin Kleinveld & Marissa van Leuven*
Titel: *Media en Communicatie*
Datum: *27 mei 2022*

12.3 Bijlage 3 - Poster projectteam

Auteurs: *Robin Kleinveld & Marissa van Leuven*
Titel: *Media en Communicatie*
Datum: *27 mei 2022*

12.4 Bijlage 4 – Bouw Ontwerpchallenge Stemposter

Auteurs: *Robin Kleinveld & Marissa van Leuven*
Titel: *Media en Communicatie*
Datum: *27 mei 2022*

12.5 Bijlage 5 – Krantenartikel

Horizon SMARTCirculair

QR-code naar website
Home (phoenix-smartcirculair.com)

Vanaf 30 mei 13:00 kan er gestemd worden op ons project. Er kan gestemd worden tot 14 juni 00:00. Dit kan via onze eigen website waar de link staat of via de website van SMARTCirculair.
https://www.smartcirculair.com/

Projectgroep

Wij zijn de projectgroep Horizon. We zitten op het Technova College in Ede.
Samen doen we mee aan de wedstrijd van Smart Circulair. De uitdaging die wij hebben gekregen is om in bestaande bebouwing meer woonruimte te creëren binnen hetzelfde aantal m². Dit allemaal om een oplossing te vinden voor de woningnood in Nederland.

Opdrachtgever

Onze opdrachtgever is Wytze Kuijper. De visie van Wytze is om in de bestaande woning mogelijkheden en de grenzen te vergrootten. Samenkomst van cultuurhistorie met mensen om tot een unieke memorabel beleving te komen. Iedere plek heeft zijn unieke verhaal. De kunst is om dit verhaal te gebruiken bij het inrichten van de fysieke omgeving.

Opdracht

Om de woningnood op te lossen binnen de bebouwde wijk willen wij gaan inbreiden in de wijken. Dit voor een nieuwe toekomst zonder toren hogen koopkosten . Op een flexibele manier zodat we kunnen aanpassen naar vraag en aanbod. Dit willen wij gaan doen door te gaan optoppen, loze ruimte opvullen en inbreiden. Door niet te gaan nieuw bouwen word er geen natuurlijke materialen verspilt.

Tweegezinswoning
Voor de starters die een huis zoeken, voor de ouderen die kleiner willen wonen maar in hun eigen wijk willen blijven. Wij hebben een prefab unit ontworpen waardoor je een rijtjeswoning kan verduurzamen en kan splitsen tot een boven en benedenwoning waardoor we een betere doorstroom en meer plekken creëren in de wijk.

Units
Onze unit kan worden gebruikt voor het maken van nieuwe woningen of voor het maken van een appartementencomplex. Op deze manier kunnen wij in de wijk nieuwe huisvestingen snel en gemakkelijk op locatie monteren. Deze optie kan worden gebruikt wanneer er wordt gesloopt of als er nieuw wordt gebouwd.

Optoppen
De visie voor optoppen is om leuke betaalbare woningen in half grote steden te realiseren met daarbij een zo min mogelijke footprint achter te laten. Dit gaan wij doen door middel van inbreiding. Bij het inbreiden in de bestaande woningen zorgen we ervoor dat er zo min mogelijk ruimte per woning verloren gaat.

12.6 Bijlage 6 – Tv-schermen

Auteurs: *Robin Kleinveld & Marissa van Leuven*
Titel: *Media en Communicatie*
Datum: *27 mei 2022*