



# LIVING STORIES.

ROTTERDAM: DE STAD VAN JE LEVEN.

**ROTTERDAM.  
MAKE IT  
HAPPEN.**

# INHOUD.

<b>VERTREKPUNT.</b>	<b>3</b>
<b>DIT ZIJN WIJ.</b>	<b>4</b>
<b>DOELGROEPEN.</b>	<b>5</b>
<b>LIVING STORIES.</b>	<b>6</b>
<b>INGREDIËNTEN.</b>	<b>7</b>
<b>VERHALEN MAKEN, STIMULEREN, LATEN VERTELLEN EN DELEN.</b>	<b>8</b>
<b>PROCES.</b>	<b>9</b>
<b>DO'S EN DON'TS FOR LIVING STORIES.</b>	<b>10</b>



# VERTREKPUNT.

## LIVING STORIES.

Rotterdam zit in een positieve flow. De stad bruist, voelt goed en ontwikkelt. De gebouwen die verrijzen vervullen Rotterdammers met nóg meer trots en werken als een magneet op bezoekers. De winkels, cafés en eettentjes die de deuren openen, ademen smaak en ondernemerschap op plekken waar je een paar jaar geleden nog niet wilde komen. En als je de post van de deurmat raapt, kan het zo maar zijn dat er een flyer bij zit voor een buurtborrel of een lokaal event.

Elke keer word je positief verrast. Door een gigantische Trap naar het dak van het Groothandelsgebouw of bijvoorbeeld door een van de vele events in de stad. Mensen ervaren dat het steeds beter toeven is in de stad en krijgen het ook bevestigd via verhalen van anderen.

### EN OP HET GEBIED VAN WONEN?

Dan bestaat er nog een te eenzijdig beeld. Rotterdam heeft er moeite mee om zich te profileren als een veelzijdige woonstad. Met voor studenten, starters, gezinnen en herontdekkers meer aantrekkelijke wijken dan Kralingen en Hillelegersberg. En met meer mogelijkheden dan een naorlogs appartement in het centrum of een gezinswoning aan de rand van de stad. Veel wijken hebben veel meer dan mensen weten. Woningen in jaren 30 bouw met groen, water en singels in de buurt. Wijken met een park om de hoek of een oude woonkern op loopafstand.

Actuele projecten bewijzen wat er kan in Rotterdam. De Tuin van Noord bijvoorbeeld waar een oude gevangenis wordt getransformeerd naar woningen en een openbare stadstuin. Of de Groene Kaap op Katendrecht waar je zelfs op vier hoog nog woningen hebt met een voortuin. Waar vind je dat? Waar kan dat? En waar wordt het niet alleen bedacht maar ook nog eens waargemaakt?

Er is een discrepantie tussen identiteit en woonimago van de stad. Die is op te lossen door op het gebied van kennis, beeld en beleving het been bij te trekken. Mét behoud van de typisch Rotterdamse karaktertrekken: het rauwe en de stad die nooit af is. Daar willen we met deze positionering aan bijdragen.

### HOE?

Niet door te zoeken naar een USP die Rotterdam in één klap onderscheidend maakt van andere steden. De aantrekkingskracht van de stad ligt in het karakteristieke, niet in het unieke. Als we de karakteristieke selling points goed onder de aandacht brengen, voelen we ons straks unieke. Typisch Rotterdams.

We willen een positioneringsstrategie voeren van self-fulfilling prophecy. Met alle betrokken partijen op vele manieren de juiste verhalen vertellen zodat mensen gaan zien, beleven en doorvertellen dat Rotterdam ook hun stad is om te wonen. Verhalen van bewoners, uit wijken die je soms niet verwacht, over projecten waar je verliefd op wordt en die aansluiten bij de manier waarop jij wilt wonen en samenleven. Een aanpak die 1 op 1 aansluit bij de stijlkenmerken van de stad: be good & tell it, betrokken en met een menselijke maat.

Want het gebeurt in Rotterdam en het zijn de Rotterdammers die het samen doen. Kijk naar Liskids, een groep bewoners uit de wijk Liskwartier die jaarlijks een groot Koningsdagfeest organiseert waar veel bewoners uit Noord naartoe komen. Verwonder je over de leukste droomstraat in Rotterdam: de Kettingstraat in Kralingen en voel de kracht van Feijenoord waar de buurt een hockeyclub heeft opgericht.

**LIVING STORIES. ROTTERDAM. MAKE IT HAPPEN.**



# DIT ZIJN WIJ. EN HIER GAAN WE VOOR.

## WIE WE ZIJN?

Wij zijn de mensen die de verhalen over wonen in Rotterdam maken, stimuleren, laten vertellen en delen zodat bewoners en potentiële bewoners een positief woonbeeld krijgen van de stad. De stad verdient namelijk niet alleen een beter beeld, ook de doelgroepen verdienen het.

Wij zijn de mensen van woonpromotie: de ontwikkelaars, makelaars, woningcorporaties en investeerders die de krachten bundelen als Rotterdam Woon Partners, de Gemeente Rotterdam en Rotterdam Partners.

## WAAR WE VOOR GAAN.\*

- Het beeld dat mensen hebben van Rotterdam als woonstad in lijn brengen met de realiteit. Zodat meer hoogopgeleide bewoners voor de stad behouden blijven en meer nieuwe bewoners worden aangetrokken.
- De wijken van Rotterdam nadrukkelijk positioneren, de kennis erover vergroten en het beeld bijstellen. Zo willen we het aantal voorkeurswijken vergroten.
- Rotterdammers de hoofdrol laten spelen in de verhalen.
- Inhoudelijk meer eenheid in de communicatie over wonen en daarmee een uitdagend en eenduidig beeld creëren bij doelgroepen.

\* Randvoorwaarde voor succes: een woningaanbod dat beter is afgestemd op de vraag. Er is een explosief groeiende vraag naar woonruimte in Rotterdam. Het aanbod loopt in aantal sterk achter bij de vraag, dit vraagt om versnelling van ontwikkeling. Ook verandert de vraag naar meer woonvormen met een eigen karakter: naar grotere studio's, studentenhuisvesting, kindvriendelijke appartementen, grondgebonden eengezinswoningen, duurdere appartementen voor gepensioneerden, die terugkeren naar de stad.

---

# DOELGROEPEN.

---

## OP WIE RICHTEN WE ONS?

---

Rotterdam focust zich op het aantrekken en behouden van het midden en hoger segment bewoners. Kijkend naar de bevolkingssamenstelling moeten er meer hoogopgeleiden in Rotterdam komen wonen. Daarom richt de positionering van Rotterdam als woonstad zich -zonder verder iemand uit te willen sluiten- met name op de hoogopgeleide (potentiële) bewoners: studenten, starters, gezinnen of herontdekkers.

Hoogopgeleiden zijn belangrijk om als stad economisch sterker te worden. Meer bestedingen in de Rotterdamse winkels en horeca en meer bedrijven die zich in Rotterdam gaan vestigen, leidt tot meer werkgelegenheid voor alle Rotterdammers.





---

# LIVING STORIES.

---

## MET WELKE INGREDIËNTEN?

---

Living stories. Verhalen die gaan over wonen in Rotterdam. Maar ook verhalen die leven. Die gaan over mensen en hun ideeën. Over innovatieve woonvormen, droomstraten, zelfbouw, klushuizen en zelf je straat maken. Over de dromen van mensen en over de manier waarop ze wonen en samenleven.

Verhalen verteld door bewoners die laten zien wat er mogelijk is, waar het allemaal goed wonen is en wat buurten te bieden hebben. Verhalen die Rotterdam positioneren als 'stad van je leven' met heel veel plekken en heel veel buurten waar je je woondromen kunt waarmaken. En daar de woning kunt kopen, huren, creëren of verbouwen die bij je past.

### **WELKE INGREDIËNTEN MOETEN TERUGKOMEN IN ELK VERHAAL EN ALLE VORMEN VAN COMMUNICATIE?**

Ruimte, contrast en energie vormen de ingrediënten voor het Rotterdamse verhaal van wonen. De kracht zit in de mix van alle drie de onderdelen. Rotterdam is te vaak en te lang eenzijdig afgeschilderd. Het is geen stad van en/of maar van én/én. Elke wijk heeft alle kleuren, elke wijk heeft een mooie mix, elke woning heeft een interessant verhaal. De ene keer ligt het accent op ruimte, de andere keer op contrast of energie. Welk accent je waarop legt, verschilt keer op keer. Leef je in en laat het project zijn verhaal vertellen en accenten leggen.

## **RUIMTE. CONTRAST. ENERGIE.**

### **EN WAAROM MOETEN ZE ALLEDRIE TERUGKOMEN IN ELK VERHAAL?**

Elk verhaal of elke wijk is anders, maar elk verhaal heeft ook alle drie de ingrediënten in zich. Zo kan iedere deelnemende partij zijn eigen verhaal vertellen of project promoten en creëren we tegelijkertijd een uitdagend en eenduidig Rotterdams woonimago.

---

# INGREDIËNTEN.

---

## RUIMTE.

Ruimte voor groei. Fysieke en geestelijke ruimte. Ruimte om als persoon te groeien, als gezin, als straat of als buurt. Ruimte voor mensen die willen doorgroeien en stijgen: wie je ook bent en wat je ook verdient. Maar ruimte is ook ruimte voor ideeën, initiatieven en sociale vernieuwing. Die ruimte geeft de stad en wordt gevoeld door Rotterdammers. Rotterdam is de stad waar je dromen kunt waarmaken. Heb je een idee? En zie je de behoefte? Dan pak je de ruimte, je gaat ervoor en maakt het waar.

## CONTRAST.

Rotterdam is een stad van contrasten en die maken de stad, projecten en wonen edgy, gevarieerd en interessant. Breng contrast aan in je boodschap en laat het scherpe randje eraan zitten. Combineer het wereldse van de stad met het kleine van de buurt. Een huis met een tuin, in de enige Nederlandse stad met een skyline. De grote merken in het centrum met de duurzame bakker om de hoek. Hoogopgeleide starters in een volkswijk. Het rauwe Rotterdamse en de wereldse mix van stijlen en mensen. Je eigen huis en plek waar je je terug kunt trekken versus de bruisende wijk als je de deur uitstapt.

## ENERGIE.

Rotterdam is energie en geeft energie. Dat voel je en zie je aan wat er wordt gebouwd en georganiseerd. Rotterdam is de stad waar het kan én gebeurt en die zich elke keer opnieuw uitvindt. En het zijn de Rotterdammers die dat doen; op fysiek én sociaal gebied. Zij vernieuwen de stad, maken de stad levendig en creëren warmte met hun energie. Je ziet het terug in concrete resultaten en dat zorgt ervoor dat mensen met trots spreken over hun buurt, wijk en stad.



---

# VERHALEN MAKEN, STIMULEREN, LATEN VERTELLEN EN DELEN.

---

## HOE WERKT DAT IN DE PRAKTIJK?

---

Iedere partij die zich inzet voor de woonpromotie van Rotterdam verwerkt de drie ingrediënten in zijn communicatie. Niet als een verstikkende deken van regeltjes waaraan je moet voldoen, maar als ingrediënten die je verhaal, project of aanbod aantrekkelijker maken.

De hoofdboodschap, campagne of projecten van de afzender staan centraal. Hun merk en huisstijl is de herkenbare afzender. Maar door met meer gezamenlijkheid te communiceren, zorgen we voor meer eenheid en herkenbaarheid van de boodschap met het effect van self-fulfilling prophecy tot gevolg. Zodat mensen gaan zien, beleven en doorvertellen dat Rotterdam ook de stad van hun leven is.

Communicatie gebeurt

- via eigen kanalen en middelen, in de eigen huisstijl en met het eigen merk als afzender en wellicht -Rotterdam. Make it happen.- als label.
- via het Online Platform Wonen dat wordt ontwikkeld door Gemeente Rotterdam en Rotterdam Partners. Het Online Platform Wonen realiseert een sterke online presence van Rotterdam als aantrekkelijke woonstad en informeert en inspireert hogeropgeleiden over de mogelijkheden van wonen in Rotterdam.







---

# PROCES.

---

## VASTSTELLEN EN VERVOLG.

---

De positionering vormt het inhoudelijke fundament voor de woonpromotie. Deze positionering komt tot uiting in het nieuwe online platform dat wordt ontwikkeld (eind 2016 basisversie live) door Rotterdam Partners en Gemeente Rotterdam.

Zodra de positionering is vastgesteld, gaat Rotterdam Partners aan de slag met het netwerk van investeerders, ontwikkelaars, corporaties en makelaars hoe de boodschap kan worden geïntegreerd in hun eigen activiteiten. Ook wordt dan in overleg bepaald welke tools hier voor ontwikkeld moeten worden (tekst, beeld, etc.).

---

# DO'S EN DON'TS FOR LIVING STORIES.

---

## MAKE IT HAPPEN.

---

### OVER DE STAD

- Do:** Met concrete voorbeelden LATEN ZIEN DAT de stad zich positief ontwikkelt. (Don't: Niet VERTELLEN HOE de stad zich ontwikkelt).
- Do:** De stad groot én klein neerzetten. De enige échte stad van Nederland. Met mooie projecten en kleine voorbeelden op buurt- en straatniveau.
- Don't:** Geen stigmatiserende stempels plakken: Zuid.

### RICHTING DOELGROEPEN

- Do:** Communiceer vanuit behoeften en interesses van de doelgroep.
- Do:** Laat met concrete voorbeelden de ruimte zien die er is voor bewoners: voor eigen invulling, voor eigen ideeën, voor samenwerking met anderen.
- Do:** Zet role models in; lokale helden met een make it happen mentaliteit.
- Do:** Zet storytelling in: echte verhalen van echte mensen (Don't: geen karikaturale Rotterdamers).

### OVER PROJECTEN

- Do:** Maak duidelijk: nog steeds veel huis voor je geld in Rotterdam.
- Do:** Benadruk/gebruik de rol van Rotterdam als innovator met experimenten op het gebied van wonen: drijvend bouwen, droomstraten, klushuizen, zelfbouw, samenvoegen van woningen.



Door Miranda van Spengen en Corinne Lampen  
(Gemeente Rotterdam) en  
Chantal Mies (Rotterdam Partners).

Foto pagina 4: Daarzijn  
Foto's pagina 6 en 10: Jan de Groen  
Foto pagina 9: David Rozing

Met dank aan Roos & van de Werk en IN10  
voor vormgeving, tekstcreatie en opmaak.

**ROTTERDAM.**  
**MAKE IT**  
**HAPPEN.**

**ROTTERDAM**  
**PARTNERS**



Gemeente Rotterdam