

Spiegel van de Stad

How can you reach and engage voices that often go unheard? A methodology for more fitting policy, through human-centered insight.

Hoe bereik en betrek je stemmen die vaak niet gehoord worden? Een methodiek voor passender beleid, dankzij mensgericht inzicht.

Hosted by: theRevolution

Project Information (EN)

The power of a sandwich toaster - learn to cross your barriers to reach every target group.

Every researcher has experienced it: the 'hard to reach target group'. People who might be underrepresented as respondents because of a lack of interest or feelings of distrust. The Stads-kamer of the municipality of The Hague also struggled with this. The municipality wants to mirror the city, through qualitative and quantitative research that puts their residents at the center. Because they realized that insight into the experiences and living environment of their residents is the key to delivering human-centered services. But what if certain groups can't or won't participate in research? Then the city's mirror is incomplete. Social service design agency theRevolution developed a solution to this challenge. At Foundation We Are you'll find the exhibit 'Spiegel van de stad' (Mirror of the city). Experience theRevolution's effective methodology to engage underrepresented groups in research. Discover the power of a sandwich toaster as a conversation starter and learn how to grab the attention of youths with a dilemma game. And most importantly: the exhibit helps you reflect on your own role as a civil servant. Is your target group hard to reach or are you?

Projectinformatie (NL)

De kracht van een tosti-ijzer - leer over je drempels heen stappen om elke doelgroep te bereiken

Iedereen die wel eens onderzoek doet, heeft er ervaring mee: de 'moeilijk bereikbare doelgroep'. Mensen die bijvoorbeeld vanwege desinteresse of wantrouwen ondervertegenwoordigd zijn als respondenten. Ook de Stads-kamer van Gemeente Den Haag worstelde hiermee. De gemeente wil een 'spiegel van de stad' vormen, met kwalitatief en kwantitatief onderzoek waarin de Hagenaar centraal staat. Omdat ze beseft dat inzicht in de leefwereld en behoeften van haar inwoners cruciaal is voor mensgerichte dienstverlening. Maar wat als bepaalde groepen niet aan het onderzoek willen of kunnen meedoen? Dan is de spiegel van de stad incompleet. Social service design-bureau theRevolution ontwikkelde een oplossing voor dit vraagstuk. In Foundation We Are vind je de installatie 'Spiegel van de stad'. Ervaar de effectieve methodiek van theRevolution om ondervertegenwoordigde groepen tóch te betrekken bij onderzoek. Ontdek de kracht van een tosti-ijzer als gespreksstarter en leer hoe je de aandacht van jongeren trekt met een dilemma spel. En misschien wel het belangrijkste: in de installatie reflecteer je op je eigen rol als ambtenaar. Want is je doelgroep nou moeilijk bereikbaar, of ben jij dat zelf?

Image List

Filename	Caption	Credit
img-0458_1725039171.png		
img-0377_1725039181.png		

The images above are included in the ZIP under /images.